

# GrupoUnite:

- Agencia Diseño -

modelo de empresa multidisciplinar en las industrias creativas<sup>1</sup>

**Autores:** Juan Camilo Alvis Bonilla 1 <sup>2</sup>

## Resumen

La influencia de las industrias creativas dentro de los nuevos modelos de negocio que desarrollan y aumentan la activación de marcos de empresa y puestos de trabajo que a través de la incentivación creativa aporten soluciones a la insuficiencia y desconocimiento de modelos de empresa que proporcione desarrollo de la industria creativa y generen ofertas de empleo para los jóvenes. Por lo anterior, se propone un modelo de empresa multidisciplinar que aporte al desarrollo social a partir de las industrias creativas, de manera que impulse la investigación-creación, el desarrollo de herramientas gráficas, investigativas y proyectivas, por consiguiente se llevó a cabo una metodología de Diseño por fases (Método sistemático) fase analítica, fase creativa y fase de ejecución. Además una investigación tipo proyectiva de enfoque cualitativo. Por otro lado se adoptaron diferentes herramientas metodológicas como el Bussines Model Canvas, Benchmarking y Braingstorming que permitieron clasificar los procesos de desarrollo, codificar y jerarquizar la información obtenida. A través de la encuesta realizada, se encontró que existe un desconocimiento del valor de la industria creativa, también un alto grado de desempleo entre los jóvenes y por último un déficit de modelos de empresa que aporten a las industrias creativas, esto nos permite conocer y entender el contexto en tiempo real.

---

<sup>1</sup> Trabajo de grado en el nivel de Tecnología en Expresión Gráfica y Publicaciones.

<sup>2</sup> Autor 1: estudiante de Diseño gráfico -VI semestre, Nivel Tecnólogo, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, [juan.alvis@cun.edu.co](mailto:juan.alvis@cun.edu.co)

## **Palabras Clave**

Industria cultural, desarrollo comunitario, Diseño, creatividad.

## **Abstract**

Progress in the creative industries as a connector towards new business models that develop and increase the activation of company frameworks and jobs that, through creative incentives, provide solutions to the insufficiency and ignorance of business models that provide development of the creative industry and generate job offers for young people. Therefore, a multidisciplinary company model is proposed that contributes to social development from the creative industries, in a way that promotes research-creation, the development of graphic, investigative and projective tools, therefore a methodology was carried out of Design by phases (Systematic method) analytical phase, creative phase and execution phase. In addition to projective type research with a qualitative approach. On the other hand, different methodological tools were adopted such as the Business Model Canvas, Benchmarking and Braingstorming that allowed classifying the development processes and coding and ranking the information obtained. Through the survey carried out, it was found that there is a lack of knowledge of the value of the creative industry, also a high degree of unemployment among young people and finally a deficit of business models that contribute to the creative industries, this allows us to know and understand context in real time.

## **Introducción**

El desconocimiento de las industrias creativas y la falta de competitividad, generan insuficiencia en la importancia de este nuevo modelo económico, que conecta el desarrollo social con las soluciones creativas a partir de la *creación-investigación* que pueden generar nuevo conocimiento, desarrollo tecnológico e innovación al sector social, cultural y productivo especialmente al de las industrias creativas y culturales, con las diferentes posibilidades de generación de nuevo conocimiento, nuevos empleos, desarrollo tecnológico e innovación que pueden surgir a partir de la diversidad de áreas de conocimiento existentes, Martínez (2017) nos menciona:

En tanto la participación de las industrias culturales en la creación de puestos de trabajo en la Ciudad se ha mantenido estable en los últimos tres años en el orden del 9%. El empleo total de las mismas en 2014 fue de 142.213 puestos de trabajo (no se especifica si se trata de empleos formales o informales) En el año 2014 la participación de las industrias culturales promedió 8,9% superando a otras importantes actividades trabajo intensivas (p. 12).

El desempleo de los jóvenes es una consecuencia del poco desarrollo de las industrias creativas en las comunidades y una de los efectos secundarios a la falta de oportunidades y puestos de trabajo formales para los jóvenes, el apoyo a las pequeñas empresas digitales y emprendedores creativos, las industrias creativas generan nuevos sectores laborales y oportunidades de empleo que benefician al desarrollo de las comunidades. En una población de 137.000 personas, de las cuales 77.000 están económicamente activas, solo 53.000 laboran de manera formal en la ciudad de Ibagué (Parra, 2021) por lo anterior el desarrollo de modelos de empresa de creación, e innovación, donde a través de la industria creativa y la competitividad se articulen las diferentes disciplinas gráficas, investigativas y teóricas, que aporte como canal de desarrollo y comunicación, brinde oportunidades de empleo y servicios que proporcionen soluciones a través de la difusión de contenidos y creación de proyectos de innovación social, responden dinámicamente a la disminución del desempleo, la falta de competitividad y la inversión social, además a partir del diseño gráfico se generan contenidos de difusión, material interactivo y proyectual donde el trabajo colectivo y diferentes actores sociales se ven articulados en el trabajo. *Piña Design Studio*, es una agencia de Diseño gráfico Francesa, que a través de las herramientas gráficas acoge proyectos y emprendimientos para realizar el trabajo visual y conceptual de las marcas, además de su estructura y dinamismo que gira entorno al lanzamiento de marcas a un espacio de más flujo económico utilizando la tipografía, fotografía, imagen corporativa, difusión digital como medio estratégico aumentando a su vez su reconocimiento y clientes, es por esto que la importancia de las agencias de Diseño dentro del desarrollo creativo y

su aporte a las industrias creativas, nos brindan soluciones a las problemática del desempleo y competitividad desde las empresas multidisciplinares que combinan o involucra varias academias o especializaciones profesionales en una misma empresa y su estructura se compone en trabajar conjuntamente para la resolución de un problema, *Co-work, Espacios colaborativos Ibagué*, es un modelo de empresa multidisciplinar que a través del trabajo colaborativo diferentes empresas de Ibagué trabajan de la mano junto con distintos profesionales de la región realizando un trabajo colectivo e investigativo, desde la experiencia profesional, Obteniendo así resultados de diferentes alcances y de desarrollos sociales. *Piña Design Studio y Co-work*, son dos empresas con una razón social distinta, sin embargo ambas utilizan los servicios híbridos que Combinan diferentes servicios y disciplinas en un mismo lugar, generando desde el inicio del trabajo una articulación disciplinaria y una cohesión social, que permiten a la estructura empresarial y logística comprender hacia dónde va su proyecto.

Por lo anterior, Se realiza la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo generó un modelo de empresa multidisciplinar que aporten a las industrias creativas a partir de los Servicios Híbridos, y desarrollen herramientas gráficas e investigativas que aumenten la Cohesión Social, la competitividad, canalizando el trabajo colectivo como mediador en Ibagué?

## **Objetivos**

- Definir un modelo de empresa multidisciplinar (*agencia de Diseño*) que aporte al desarrollo social y competitivo a partir de las industrias creativas, de manera que impulse la investigación-creación, el desarrollo de herramientas gráficas, investigativas y el trabajo creativo gráfico en la ciudad de Ibagué
  1. Analizar el *diagnóstico de la industria* y determinar el contexto en el que se va a desarrollar el modelo de empresa, con el fin de fortalecer el conocimiento de las industrias creativas y su impacto en el aumento del desarrollo social.
  2. Identificar el modelo de agencia, funcionamiento, servicios y determinar que se utilizan en las áreas de conocimiento a partir de la articulación de herramientas

gráficas, teóricas e investigativas y el aporte que nos brindan las asignaturas como diseño 3D, orientación gráfica, publicaciones periódicas, entre otras, que permitan realizar un método de investigación y prototipado para la construcción de la Agencia.

3. Establecer a partir del acoplamiento disciplinar, el mecanismo de agencia de diseño a través de la producción de contenidos de difusión, creación de proyectos sociales, por medio de los servicios híbridos que brinden soluciones creativas desde la creación-investigación a fenómenos que disminuyen el desarrollo social en Ibagué.

## **Metodología**

La metodología es un proceso que nos ayuda a indagar, a partir de la recolección de datos y búsqueda de información, y el entendimiento de la proyección del proyecto o idea, por lo tanto para el desarrollo metodológico se tiene en cuenta la herramienta de investigación proyectiva que nos permite proponer soluciones a través de un proceso de indagación e investigación. Describe y propone soluciones de mejoras, sin embargo no necesariamente se materializa la propuesta, a través de un enfoque cualitativo por lo cual se recopilan datos para obtener una información más precisa y certera frente a las diferentes características de las industrias creativas, los servicios híbridos y los modelos de empresa multidisciplinar y cómo estos aportan al desarrollo social, y a la creación del GrupoUnite, generando una recopilación de información que nos brinda un acercamiento a la solución. Frente a lo anterior, Frascara (1998) menciona que:

En el proceso de trabajo, la organización del espacio en el estudio, el acceso a la información, el acceso a materiales. El acceso a intercambio con otras personas, es un problema de diseño que tiene enorme peso en la eficiencia del trabajo del diseñador.

(p. 77)

Por lo tanto el enfoque cualitativo y la metodología por fases, nos ayuda a recopilar características, modelos, estilos, estrategias y clasificar según su relevancia para la investigación y por ende tener una proyección más concreta al momento de explorar, describir, explicar y proponer alternativas de cambio. El GrupoUnite trabajará de la mano con jóvenes, para los jóvenes emprendedores de pequeñas y medianas empresas, organizaciones civiles y entidades públicas que faciliten la cohesión social y brinden aporte financiero a proyectos y aumenten el crecimiento de oportunidades dentro de los diferentes actores sociales.

Se realizó una encuesta a 10 personas en su mayoría estudiantes en formación, con el fin de conocer su perspectiva del tema a tratar y su opinión respecto a la idea de creación de Agencia de Diseño, además brindó información directamente del target escogido y facilitó el conocimiento que tienen dichos actores sociales sobre las industrias creativas, los modelos de empresa que existen y apoyan a esta industria, también el nivel de formación en el que están actualmente. La encuesta tipo preguntas cerradas, se ejecutó con 10 personas, 80% en formación profesional y 20% profesionales, esto nos ayuda a comprender y comparar el contexto en el que se propone el proyecto, porque nos da estadísticas reales de una determinada situación, en este caso el desempleo, el conocimiento de las industrias creativas y las propuestas de negocio que aportan a este sector, así mismo se adapta una idea más concreta sobre la situación en la que los encuestados se encuentran laboralmente y profesionalmente, además su punto de vista con respecto al tema, por lo tanto la encuesta nos brinda información cualitativa, lo que permite el entendimiento del concepto de cada persona encuestada y así mismo proyectar la idea a un plano más generalizado y real, tomando en cuenta los resultados de la encuesta.

### **Preguntas**

1. ¿En qué nivel de formación te encuentras?
2. ¿Actualmente se encuentra laborando de la siguiente manera:?
3. ¿Ha estado relacionado con las Industrias creativas anteriormente?
4. ¿Conoce algún tipo de modelo de negocio que desde tu experiencia puedas aportar al desarrollo social e industrias creativas?

5. ¿Cree que en la ciudad hay un buen avance en las industrias creativas que aporten al desarrollo social y al desempleo juvenil?

### **Aspectos principales de la encuesta**

- Está dirigida a estudiantes en formación profesional (Mayormente tecnólogos)
- Se realizan preguntas cerradas para obtener información específica
- Información sobre situación Laboral
- Conocimientos sobre modelos de empresa que aporten a la industria Creativa
- Cuestionamiento sobre el desarrollo de la industria creativa en la Ciudad de Ibagué

### **Sectores de desarrollo**

*Sector 1:* Encuesta remitida a jóvenes estudiantes

*Sector 2:* Recolección de información obtenida: se recolecta la información y se analizan los resultados arrojados en % para pasar al siguiente sector de desarrollo

*Sector 3:* Clasificación de datos recolectado: se procede a organizar la información obtenida y a su respectiva clasificación según el nivel de jerarquización definido

*Sector 4:* Diagramación de información: Una vez se clasificaron los resultado, se procede a diagramarlos dentro del proceso de investigación y se les asigna un orden según el nivel de información

La metodología es la fase en la que a partir del trabajo proyectivo se definen aspectos fundamentales dentro del proceso de investigación-creación, además existen múltiples herramientas, como la encuesta que nos permite sectorizar el desarrollo proyectivo para llevar un manejo de la herramienta de una manera clasificada, por lo anterior González (2014) menciona:

los usos que se le dan a la técnica metodológica, siendo de empleo más restringido en las investigaciones de las Ciencias Naturales y Tecnológicas donde la técnica se utiliza como instrumento y medio de manejo de la herramienta científica en los laboratorios (p. 11).

De Acuerdo a lo anterior, los métodos como instrumento y herramienta de construcción que nos exige un nivel de exploración y recolección de datos que nos permite organizar de manera jerarquizada la información obtenida, además, el proceso de organización de datos requiere un método que nos brindé un desarrollo más versátil de las ideas a implementar o soluciones por trabajar. El equipo de trabajo es una constante que se debe mantener dentro del grupounite, siendo uno de los fundamentos principales de la agencia, acoge a diferentes actores sociales, con el fin de canalizar el desarrollo creativo y social dentro de la comunidad, trabajando de la mano con estudiantes tecnólogos, empresas digitales, organizaciones gubernamentales y grupos sociales, identificando problemáticas, generando aportes proyectuales, por último brindando oportunidades de desarrollo y emprendimientos a aquellos emprendedores que buscan una ayuda, también a aquellos tecnólogos que buscan una oportunidad de empleo para brindar aportes innovadores y creativos.

Las fases metodológicas de desarrollo, permiten al GrupoUnite concretar la idea y manejarla entre técnicas de indagación, brainstorming, selección de ideas, sesiones de co-creación, búsqueda en medios entre otras técnicas. Por lo tanto, el Método sistemático de Bruce Archer (1985) y la Desingpedia, nos permite organizar la información por fases de trabajo e identificar las herramientas acordes a la investigación que se está abordando, generando así un proceso de ideación y organización más controlado y de calidad, lo que nos brinda un manejo mayormente maleable de toda la base de datos y nos permite identificar características con las que podemos trabajar.

#### Fases de creación

- **FASE ANALÍTICA, *Bussines Model Canvas - Diagnóstico de la Industria- Búsqueda en medios - Benchmarking - Shadowing (Gasca y zaragozá, 2014)***: Se realiza un análisis del funcionamiento

de la industria, sus cualidades y aportes al desarrollo, además una compilación de la información para identificar dentro de las industrias creativas, su funcionamiento, organización y aportes al desarrollo social, también reconocer dentro del sector los modelos de empresa referentes que nos brindan un datos reales y conocimiento sobre la competitividad, por último, conocer las situaciones y necesidades identificadas dentro del contexto.

1. **Ordenamiento:** Clasificación jerarquizada de la información recopilada dentro del proceso de investigación.
  2. **Evaluación:** Se realiza una valoración de los archivos para obtener datos de primera línea de lo recopilado.
  3. **Definición de condicionamientos:** Se establecen los parámetros a trabajar. Entregables, prototipos, objetivos, metodología entre otras.
  4. **Jerarquización:** Se identifica la relevancia de los procesos de creación y se determina el orden que llevará el proyecto.
- 
- **FASE CREATIVA, Brainstorming - Selección de ideas (Gasca y zaragozá, 2014):** Para la implementación y planteamiento de ideas y soluciones se realizará una lluvia de idea con el grupo de trabajo, lo que nos permite compartir diferentes puntos de vista y propuestas e identificar las posibles soluciones a tratar con el equipo.
    1. **Implicaciones:** Se establecen los alcances que el proyecto pueda brindar
    2. **Formulación de ideas rectoras:** proceso de bocetación y look and feel y posibles soluciones a la problemática planteada.
    3. **Toma de partida:** Se clasifican las propuestas generadas y se identifica cuál de ellas brinda una mayor solución al problema.
    4. **Materialización de idea:** Se realiza el proceso de bocetación y se definen aspectos gráficos, tipografía, paleta de colores, línea gráfica, elementos visuales entre otros fundamentos del Diseño.
    5. **Verificación:** Se hace una radiografía de los resultado y se define si las propuestas cumplen con el propósito planteado

- **FASE DE EJECUCIÓN, *Sesiones de Co-Creación - Hibridación por agrupación (Gasca y zaragozá, 2014)***: Se realizarán diferentes encuentros creativos con el grupo de trabajo, donde se definirá y se compartirá los prototipos clasificados de la fase anterior, también la materialización de la propuesta bajo la aprobación del equipo de trabajo, a partir de encuentros experimentales y creativos.
  1. ***Valoración crítica***: Se presenta la idea prototipada al grupo de trabajo y se socializa sobre posibles mejoras para un mayor aporte de solución.
  2. ***Ajuste de la idea***: A partir del trabajo co-creativo y la socialización y definición de mejoras, se reajusta la idea para mejorar.
  3. ***Desarrollo***: Se realizan los cambios que fueron identificados en la valoración crítica.
  4. ***Proceso iterativo***: Una vez se hayan realizado las mejoras, se presenta nuevamente al grupo de trabajo para evaluar la aprobación de la idea.
  5. ***Materialización***: Se procede a dar forma material o digital del prototipo aprobado.
  6. ***Verificación***: Se realiza un último proceso de co-creatividad donde el grupo de trabajo comprueba que las mejoras hayan sido aplicadas y cumplan con el propósito.

Las fases de desarrollo nos ayudan a determinar los alcances, límites, propuestas, mejoras entre otras características del proyecto, además se evidencia un proceso metodológico y esquematizado donde existe una co-creatividad y trabajo en equipo, que brinda un intercambio de ideas y experiencias dentro del grupo de trabajo, lo que nos brinda un mayor manejo de la información compilada y un orden de creación adecuado.

## **Cuerpo Teórico**

### **Desarrollo, soluciones e Industrias Creativas**

Las industrias dentro del desarrollo global aportan en materia de avances y soluciones. Generando cambios en el funcionamiento cotidiano y proponiendo modelos progresivos que ayuden a generar desde este sector marcha continua a los procesos y métodos que hoy en día tenemos como funciones vitales para un desarrollo equilibrado. Las industrias son una rama de progreso que aporta a partir de múltiples herramientas y filosofías creativas, soluciones y desarrollos gráficos que enfrentan comunidades mundiales, existen diferentes modelos que con el tiempo fueron siendo áreas fundamentales y otras que a partir del tiempo fueron adaptándose a las necesidades y evolucionando según la demanda.

La industria creativa y la economía basada en el conocimiento aporta a aquellas industrias que combinan la creación, la producción de contenidos que sean tangibles (SciELO, 2018). Esta rama de las industrias generan soluciones a necesidades a partir de la identificación de problemáticas de su entorno, promoviendo desde allí propuestas creativas, que ayuden y apoyen directamente a esas necesidades identificadas. Además incentivan las aptitudes juveniles y sociales y convierten a las comunidades en actores sociales directos del desarrollo y avance comunitarios. Las industrias creativas hacen uso de la creatividad, las actitudes y el talento de las personas y crean nuevos puestos de trabajo que desarrollan riqueza a través de la creación e innovación (Centro de comercio Internacional, 2020). Por lo anterior podemos decir que las IC, aportan al desarrollo creativo y apoya al aumento de puestos de trabajo, sobre el trabajo conjunto y pensado para la gente, además ayuda a incentivar a los jóvenes a pertenecer a una comunidad en crecimiento, lo que genera nuevos aportes al avance comunitario. Por otro lado, se genera un aporte a nuevos modelos de creatividad, y métodos investigativos. Por lo tanto es un área de constante incremento e influencia, lo que requiere continuamente de nuevos focos de investigación y análisis donde se generen necesidades o problemáticas que afectan el desarrollo social. Continuamente el crecimiento económico y social es una fase progresiva, lo que determina las

nuevas necesidades que genera el crecimiento social, según Urama y Acheampong (2013) “Los economistas estiman que entre el 50 y el 80 por ciento del crecimiento económico proviene de la innovación y los nuevos conocimientos” (p,10). El avance económico es un proceso de crecimiento continuo que nos obliga progresivamente a generar a través de nuevos conocimientos técnicos, investigativos y de desarrollo. Lo que permite alcanzar con mayor impacto soluciones a problemáticas identificadas.

### **Agencias de Diseño y su influencia en el desarrollo**

Las Agencias de Diseño son un modelo de empresa que se utiliza como herramienta de creación, generando contenidos gráficos creados para la gente y necesidades, desde este sector de la industria creativa, podemos encontrar múltiples características con diferentes objetivos, con los que podemos identificar, clasificar, crear, proponer y ejecutar soluciones a problemáticas con las que nos enfrentamos, además brindar apoyo al aumento del desarrollo proyectivo. La creación desde la investigación y la creación para la gente, son dos factores que permiten incentivar y promover el crecimiento industrial creativo, el aprovechamiento intelectual, además involucra a cada actor social en el desarrollo proyectivo. También nos aportan tendencias, éstas aparte de generar diferentes focos de ideas de soluciones, aportan al pensamiento creativo y crítico de las personas que se encuentran inmersas en las Agencias de Diseño.

El crecimiento global, genera una demanda y oferta de contenidos que hacen necesaria la creación y la implementación de nuevos modelos de empresa en las Agencias, lo que nos obliga a evolucionar la idea propia de Agencia de Diseño pensada solo en contenidos gráficos a contenidos pensados para la gente. Frente a lo anterior, Urama y Acheampong (2013) mencionan que:

La comunidad mundial, está pasando a una fase en la que la innovación ya no estará determinada por las industrias, sino que estará informada por los mercados y la demanda

de productos, sistemas y servicios de la sociedad centrada en el conocimiento y el aprendizaje. (p.10).

El rápido crecimiento y desarrollo social generan diferentes problemáticas y necesidades, por lo anterior es fundamental identificar esas necesidades y proponer soluciones y servicios pensados centrados en la sociedad desde el aprendizaje, lo que nos favorece y permite proponer algunas soluciones a través del canal comunicativo gráfico, también se implementan nuevos modos de trabajos desde la co-creación.

Dentro de los procesos de creación colaborativos, el trabajo co-creativo, es una metodología que nos permite canalizar propuestas e ideas esenciales para dar soluciones a problemáticas desde diferentes perspectivas y experiencias personales, además de brindarnos un desarrollo más fluido, nos permite tener más control sobre el proceso de creación, también desde el compartir ideas y proponer diferentes soluciones. El coworking permite a profesionales independientes, emprendedores compartir en un mismo espacio de trabajo, físico y virtual sus ideas para un mejor desarrollo de sus emprendimientos e ideas de negocio (Co-work, Espacios colaborativos, 2018).

Por lo anterior podemos determinar que el trabajo colaborativo y co-creativo es una herramienta útil para el desarrollo de nuevos métodos de creación desde la investigación-creación, además es un nuevo modelo de trabajo que permite adaptarse a las demandas que las comunidades generan. A través de las agencias de Diseño, podemos aportar e incentivar a los jóvenes a pertenecer a este nuevo modelo de desarrollo que se está implementando en el país y en la ciudad, que genera nuevos puestos de empleo y mejores oportunidades para aquellos que buscan un medio o un canal en el cual puedan plasmar sus ideas de soluciones, según Preciado (2018) menciona:

Este activismo social enfocado en los jóvenes les ha abierto puertas importantes en su campo de acción y ahora tienen representación en más de tres mesas dinámicas de la ciudad como: la mesa cultural del sur, la mesa municipal de juventud y los consejos municipales y departamentales de juventud.

Los jóvenes pertenecen a un segmento fundamental que involucra al desarrollo y a la innovación, por lo tanto si a través de nuevos modelos de empresa se logra incluir a los jóvenes en el desarrollo social, se generan no solo nuevos puestos de trabajo sino también se involucran nuevas perspectivas y propuestas para la comunidad desde los jóvenes emprendedores. Desde diferentes entidades privadas o públicas se ha trabajado de la mano con la comunidad y actores sociales, para generar soluciones que involucren a su propia comunidad en el desarrollo, el trabajo co-creativo sigue siendo la herramienta que más nos permite realizar la etapa de autoconocimiento para identificar dichas características. Por lo anterior existen Modelos de innovación social que permiten trabajar con la comunidad y proponer herramientas de solución, *Latis latribu* es un método de autoconocimiento para la solución a diferentes necesidades que involucran a diferentes comunidades y permite que participen directamente en la transformación del desarrollo (Comunicaciones Latis, 2018) a través del trabajo colaborativo se involucran las comunidades directamente afectadas por las necesidades identificadas y se trabajó con ellas en conjunto para el desarrollo de las soluciones a las necesidades identificadas.

El alcance de nuevos modelos de desarrollo, facilita la creación y modernización de técnicas investigativas, creativas y metodológicas. Lo que nos permite proponer continuamente soluciones creativas que incluyen a la comunidad desde las industrias creativas a través de una Agencia de Diseño, por otro lado el aporte y la demostración de que los nuevos modelos de innovación, ya sea social o creativa, aportan realmente en materia de contenido conceptual y proyectivo alternativas pensada en persona-comunidad. Esto quiere decir que desde el GrupoUnite se aporta y se incentiva al desarrollo de las industrias creativas, aumentando el proceso de crecimiento social, económico y creativo.

## **Industrias Creativas: conector de nuevos empleos**

El desempleo y la falta de oportunidades es una de las necesidades que hoy en día golpean a diferentes sectores de la comunidad de Ibagué, por lo tanto son escasos los modelos de empresa que aporten desde las industrias creativas al desarrollo social desde las Agencias de Diseño. Sin embargo desde las AD se aportan al crecimiento de las Industrias Creativas y además aumentan la demanda de productos, sistemas y servicios de la sociedad centrada en el conocimiento y el aprendizaje. Martínez (2017) menciona:

En la Ciudad autónoma de Buenos Aires donde se concentra la mayor actividad cultural de todo el país y por lo tanto donde se presentan una gran variedad de planes y programas destinados a las industrias culturales y creativas (p.27).

El trabajo colaborativo con las empresas privadas, marcas digitales, estudiantes y comunidades, además del apoyo y trabajo conjunto con el gobierno, es una fase fundamental dentro del desarrollo metódico de las IC. Esto quiere decir que es necesario el desarrollo multidisciplinario y trabajo colaborativo con los actores sociales, lo que genera un proceso realizado desde distintos puntos de vista del entorno, además de un mayor control sobre el objetivo proyectivo determinado.

El mercado laboral se encuentra en una importante fase de transformación, cada vez existe más competitividad y competencias por mejorar, las compañías demandan cada vez más habilidades y equipos multidisciplinarios con perfiles concretos (Universidad Internacional de Valencia, 2015) Por lo anterior los modelos de empresa que acojan este nuevo método de desarrollo, tienen la oportunidad de llegar de manera más directa a su público objetivo, abarcando múltiples herramientas desde un mismo sitio con un mismo grupo de trabajo.

Este modelo de desarrollo aporta a la economía creativa el 3% del PIB mundial, además el sector Cultural emplea a 30 millones de personas en el mundo (Unesco, 2021).

Por lo tanto, la importancia del desarrollo cultural y creativo dentro del avance social es fundamental. Puesto que el aumento de las industrias creativas a nivel mundial sigue en crecimiento, las Agencias de Diseño, funcionan como herramientas conectoras, para identificar, clasificar, crear, proponer y ejecutar soluciones a problemáticas, además incentivar el aumento de puestos de empleo y apoyo a las comunidades.

Por consiguiente el manejo y creación de nuevos modelos de empresa que aporten a las industrias creativas, desde herramientas gráficas e investigativas, resultan fundamentales para el desarrollo y el crecimiento del entorno social, no solo generando contenidos y empleos, sino aumentando modelos de empresa que involucren a aquellos actores sociales que quieran hacer parte del desarrollo social.

Por otro lado mejora la calidad de vida y genera mejores condiciones cotidianas para aquellas personas que se encuentran desempleadas, además apoya a familias vulnerables a partir de la incentivación creativa y desarrollos de emprendimientos para generar alternativas aplicadas a problemáticas identificadas en diferentes contextos.



Fase de análisis: conocimiento, funcionamiento e impacto del tema principal (Industrias Creativas)

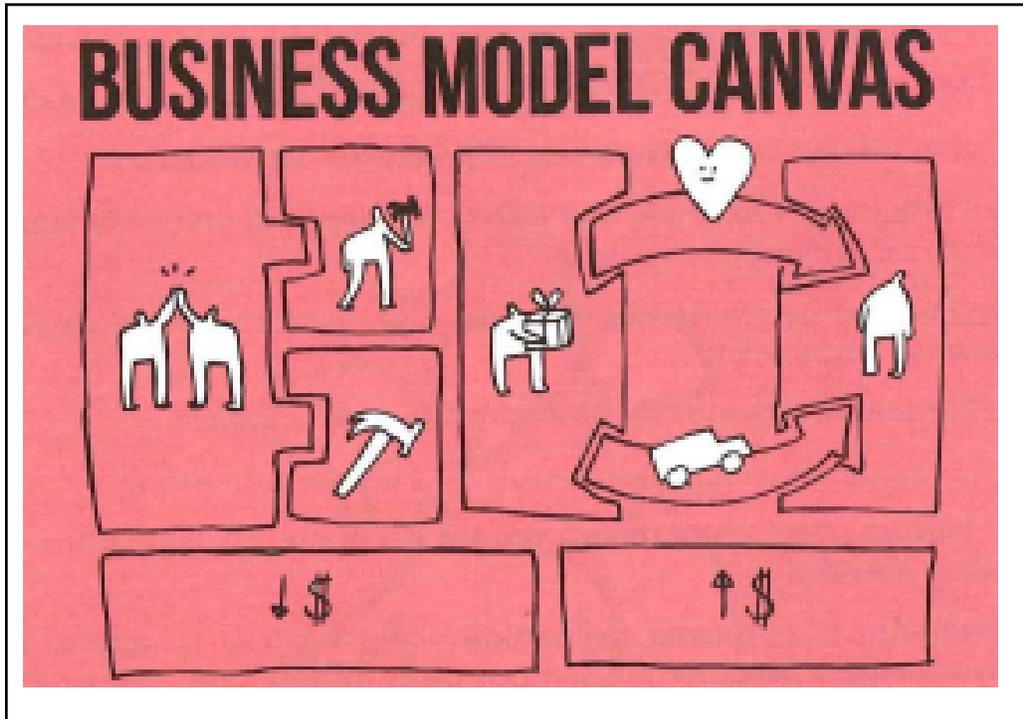


Figura 2: Funcionamiento de la industria. Designpedia, (Gasca y zaragozá, 2014)

En la fase de análisis a través de la herramienta Business Model Canva, podemos hacer un estudio de la industria que nos facilita el entendimiento y mecanismo de la misma, en este caso, encontramos que la industria creativa aporta al PIB mundial y a un amplio sector en cuanto a condiciones laborales, además benéfica y genera aumento en el sector económico y cultural.

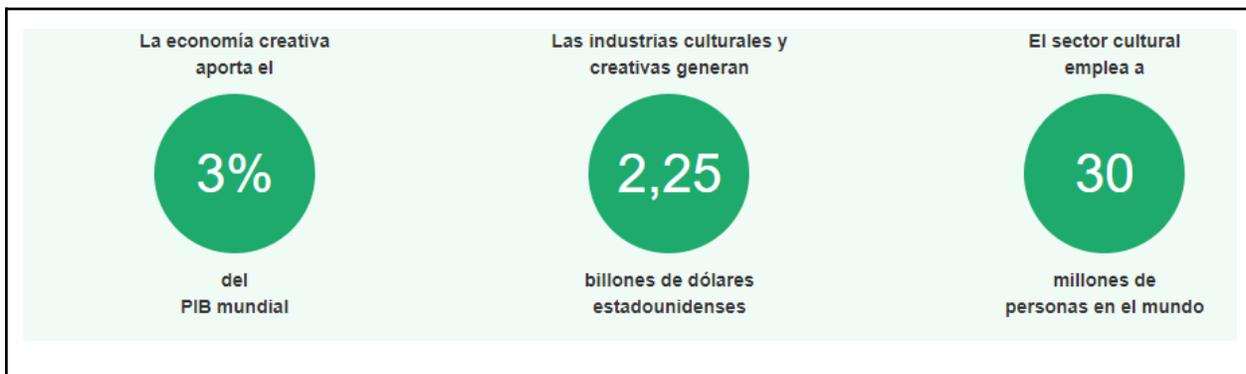


Figura 3: aporte de la industria creativa al desarrollo social y económico. UNESCO

Por medio del diagnóstico de la industria pudimos identificar el aporte y el impacto de las industrias creativas en el mundo sobre el aporte al desarrollo económico y social, además conocer cuántas personas se benefician de esta industria.

### Encuesta 1

Encuesta: Esquema de formación académica.

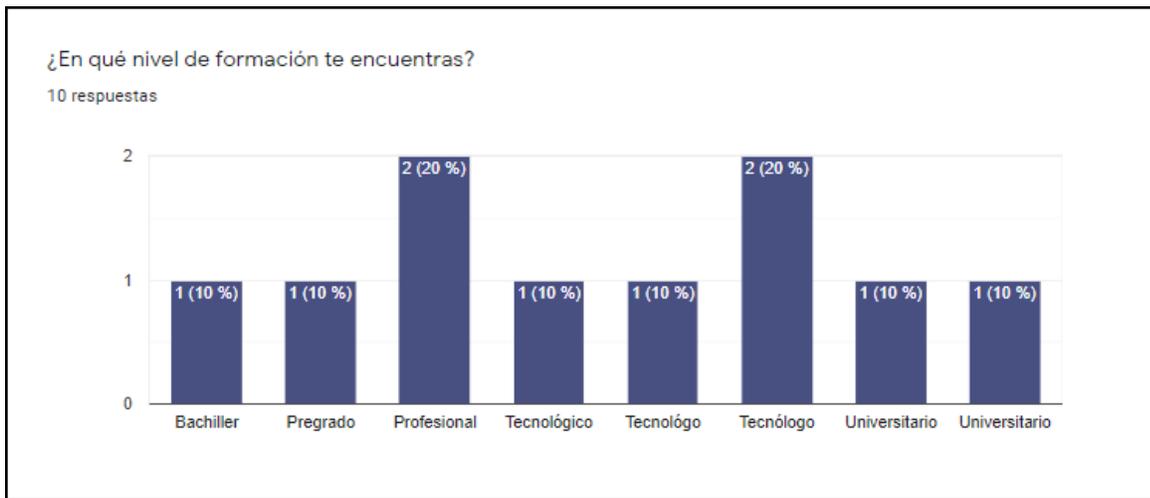


Figura 4. Niveles de formación académicas, Fuente: elaboración propia.

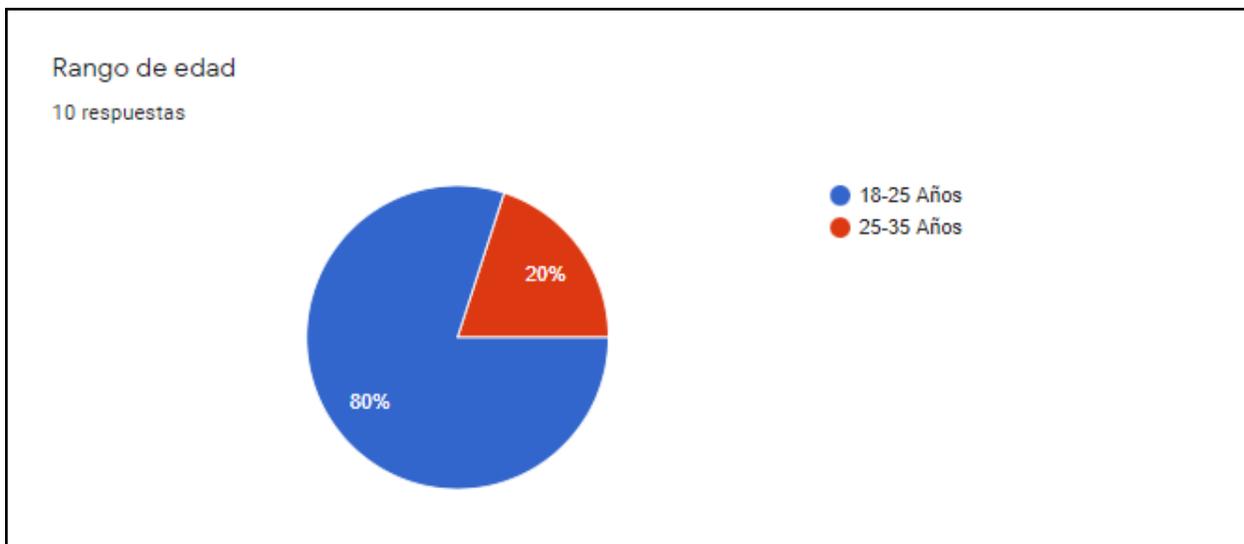


Figura 5. Rango de edad encuestado. Fuente: elaboración propia

En la figura N°4 podemos identificar que de las 10 personas encuestadas, el 60% pertenecen a estudiantes en proceso de formación superior, de diferentes niveles de aprendizaje. Por otro lado, en la figura N°5 observamos que el 80% de la muestra están en un rango de edad de 18-25 años.

Diagrama: Desempleo Juvenil

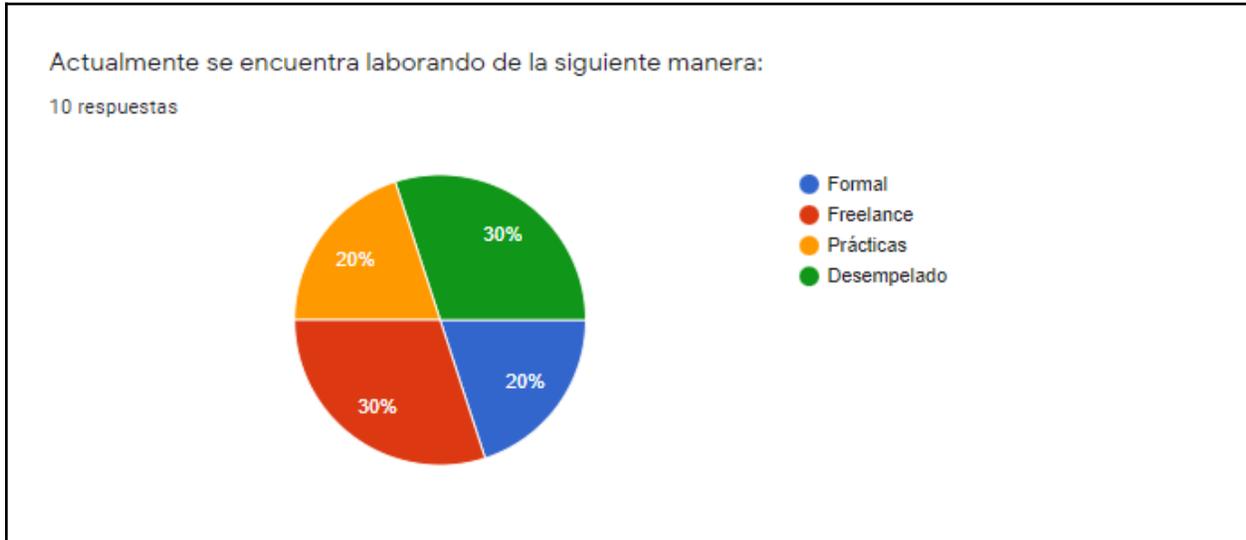


Figura 6: Situación laboral Juvenil. Fuente: elaboración propia

Mediante el muestreo recolectado, se pudo observar las siguientes cifras: de las 10 personas encuestadas, el 20% se encuentra laborando de manera formal, lo que nos indica un alto índice de desempleo. Por otro lado, un 30% indica que labora de manera FreeLance, es decir independiente, por lo tanto este porcentaje pertenece a un empleo informal con ingresos. Por último, otro 30% de los encuestados se encuentran desempleados.

## Esquema: Modelos de negocio



Figura 7: aporte al conocimiento de nuevos modelos de Agencia, Fuente: elaboración propia

La figura N°6 nos permite valorar los resultados y determinar que existe una necesidad sobre la falta de innovación en las industrias creativas en la ciudad. De 10 personas encuestadas, un 90% no tiene conocimiento sobre un modelo de negocio donde pueda aportar desde la explotación creativa y beneficiarse directamente de esta colaboración.

Diagrama: aporte regional al aumento y avance de las industrias creativas.

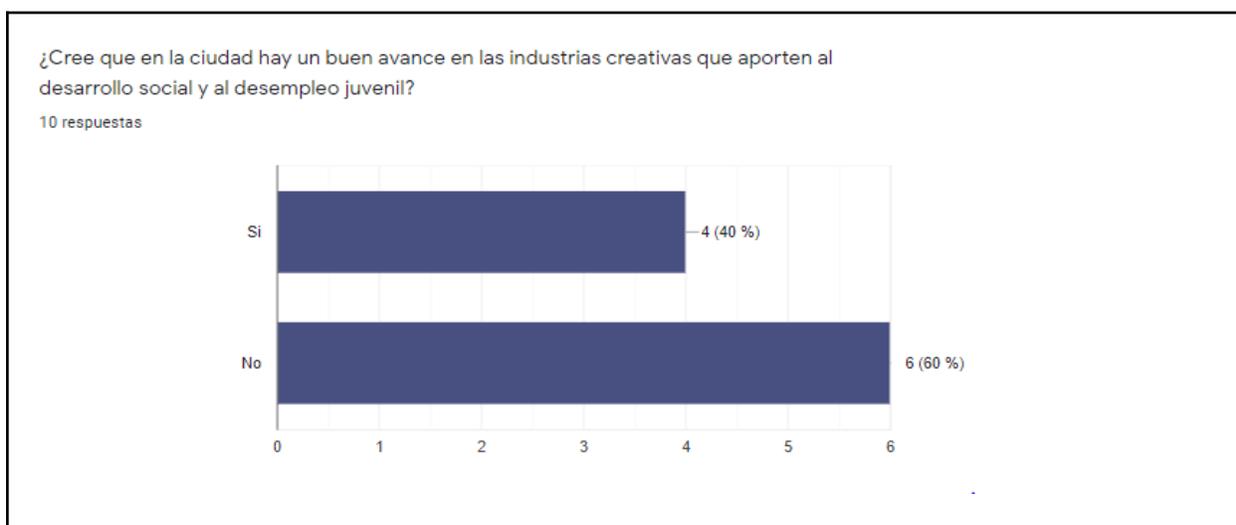


Figura 8: Aporte al desarrollo social desde la Industria creativa. Fuente: elaboración propia

El muestreo implementado nos brindó un mayor manejo de la información con precisión y exactitud, además conocer la opinión y características de los encuentros. En la figura N°7 podemos ver que el 60%, es decir, de las personas encuestadas, solo 6 respondieron si.

Organigrama: Esquematización y mecanismo GrupoUnite

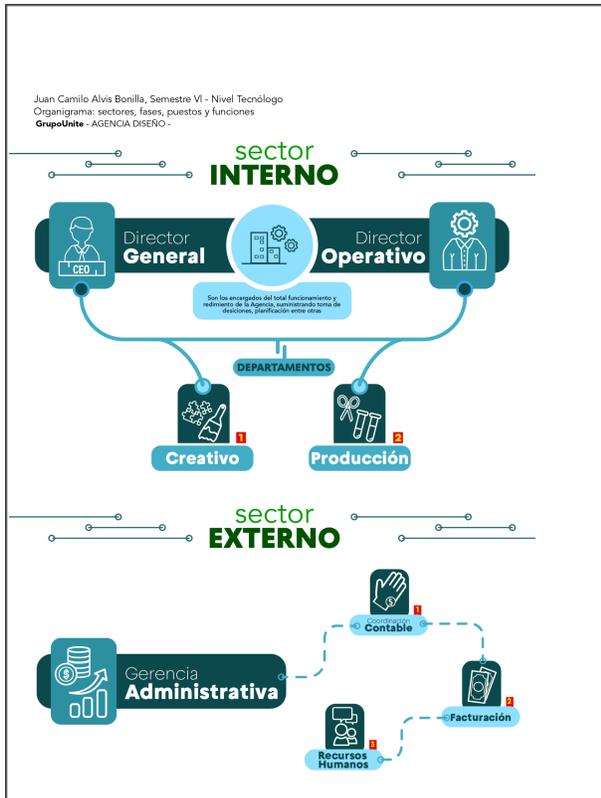


Figura 9: organigramas sectores GrupoUnite. Fuente: elaboración propia

Luego del proceso de brainstorming y la limitación del proyecto. Se logró identificar y estructurar el funcionamiento y mecanismo de la agencia. En la figura N° 9% se puede observar que se realizó el organigrama de la agencia, además se sectoriza el proceso.

Organigrama: Esquematización y mecanismo GrupoUnite

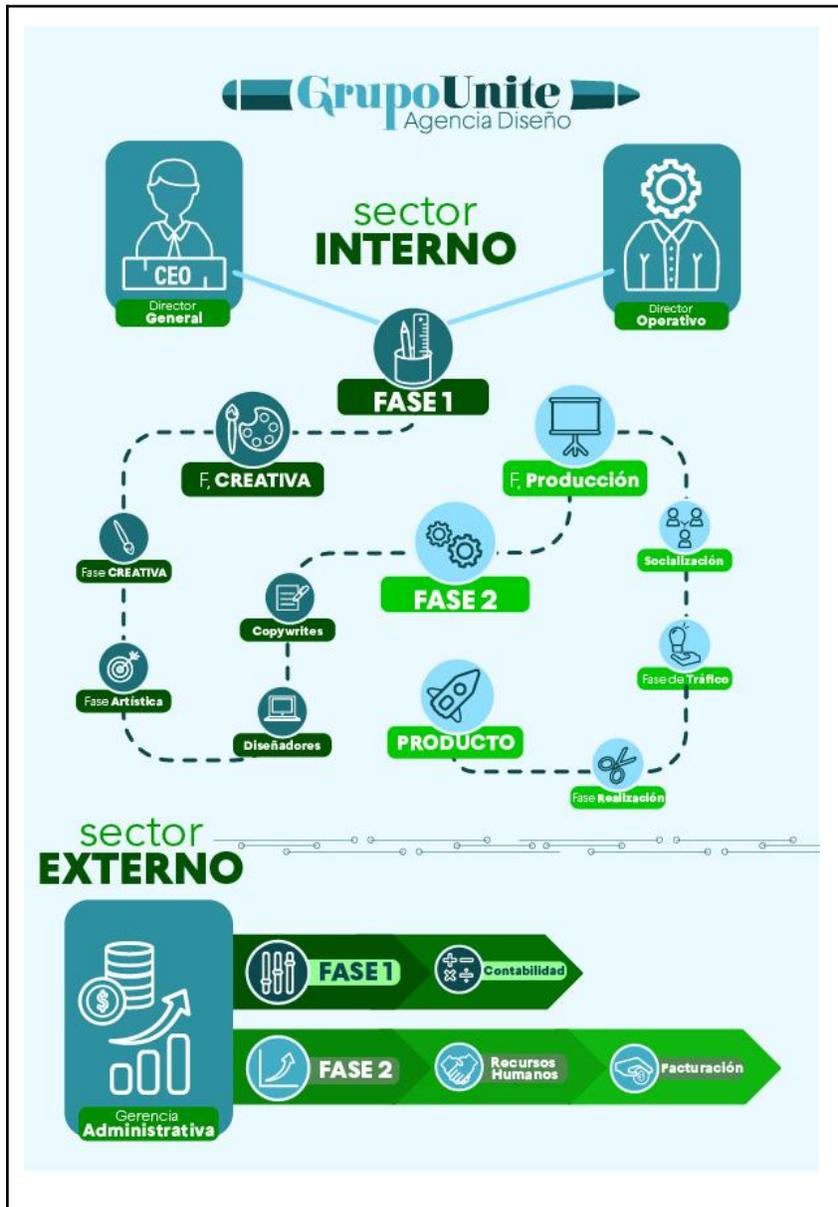
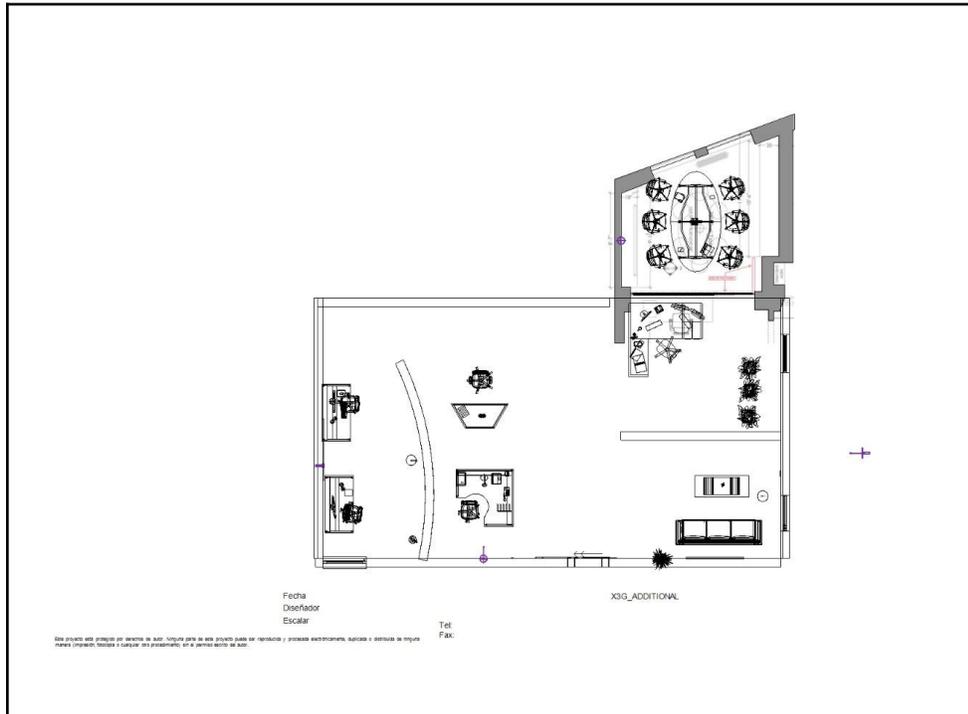


Figura 10: organigramas sectores GrupoUnite. Fuente: elaboración propia

La definición de los sectores de proceso, la clasificación de las actividades, nos permitió identificar cada una de estas acciones y diagramarla según su nivel de jerarquización, desde allí se realiza el organigrama del Grupo Unite

## Diagrama: Ideas rectoras



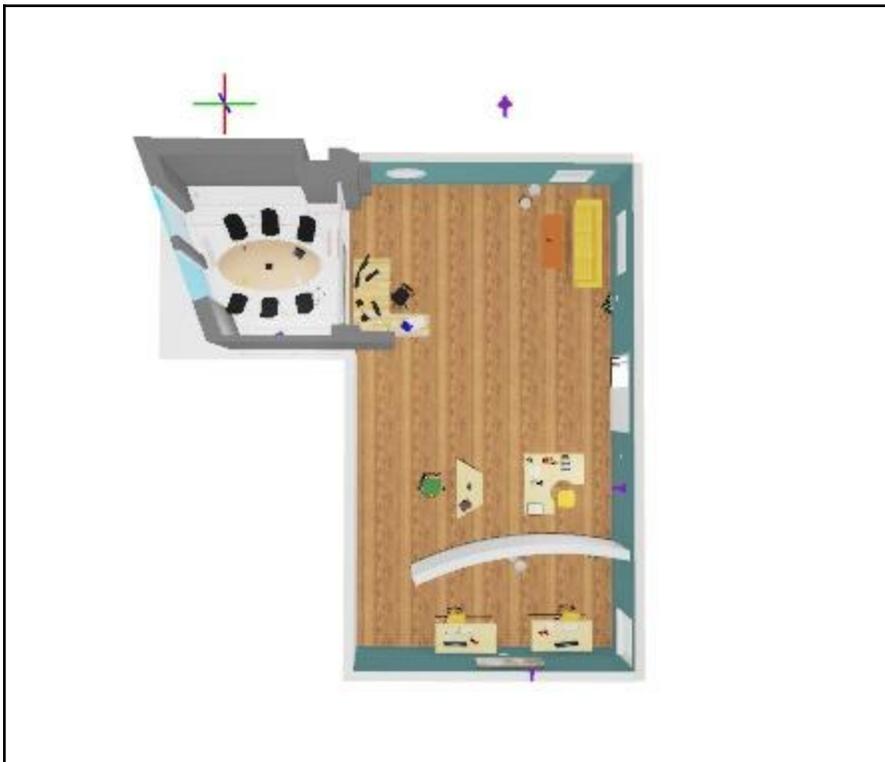
*Figura 11: Proceso de maquetación y diagramación. Fuente: elaboración propia*

Proceso de bocetación y estructuración bidimensional. Se pudo realizar un acercamiento a lo que sería el modelos 3d desde una vista cenital, lo que nos facilita una proyección sobre la distribución de un posible ambiente modelado.

Materialización: fase ejecutiva



*Figura 12: Terminación maquetación. Fuente: elaboración propia*



*Figura 13: Terminación maquetación cenital. Fuente: elaboración propia*

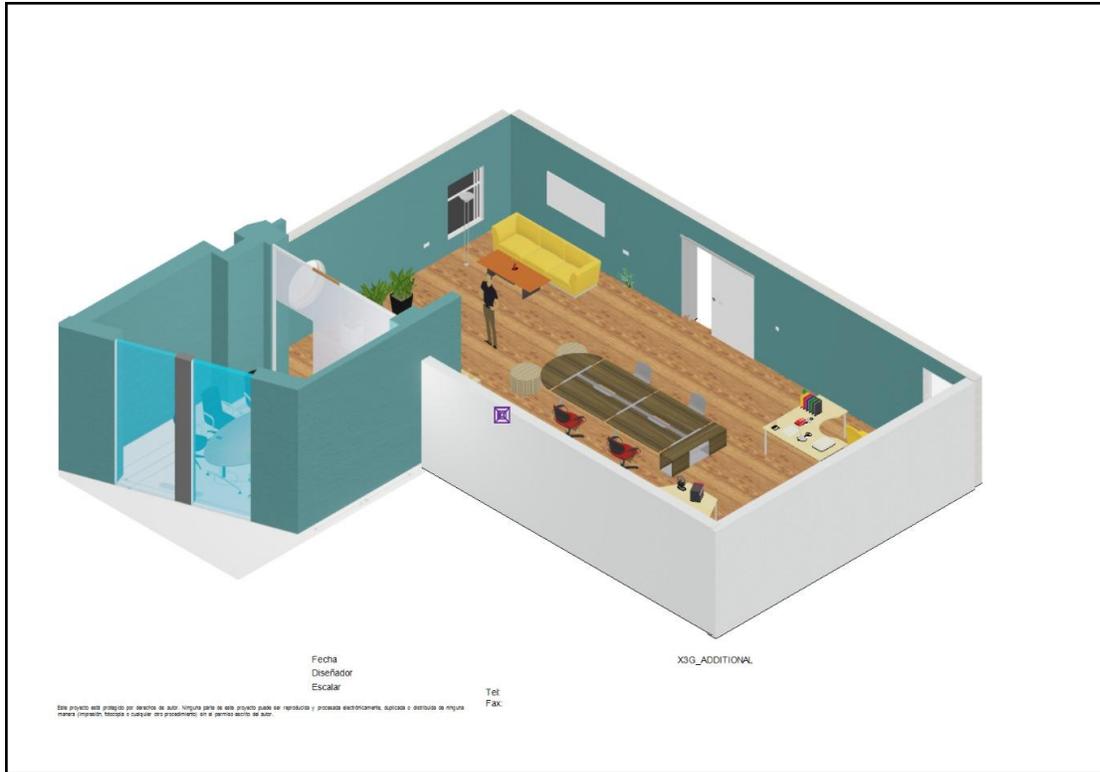


Figura 14: Terminación maquetaación cenital. Fuente: elaboración propia

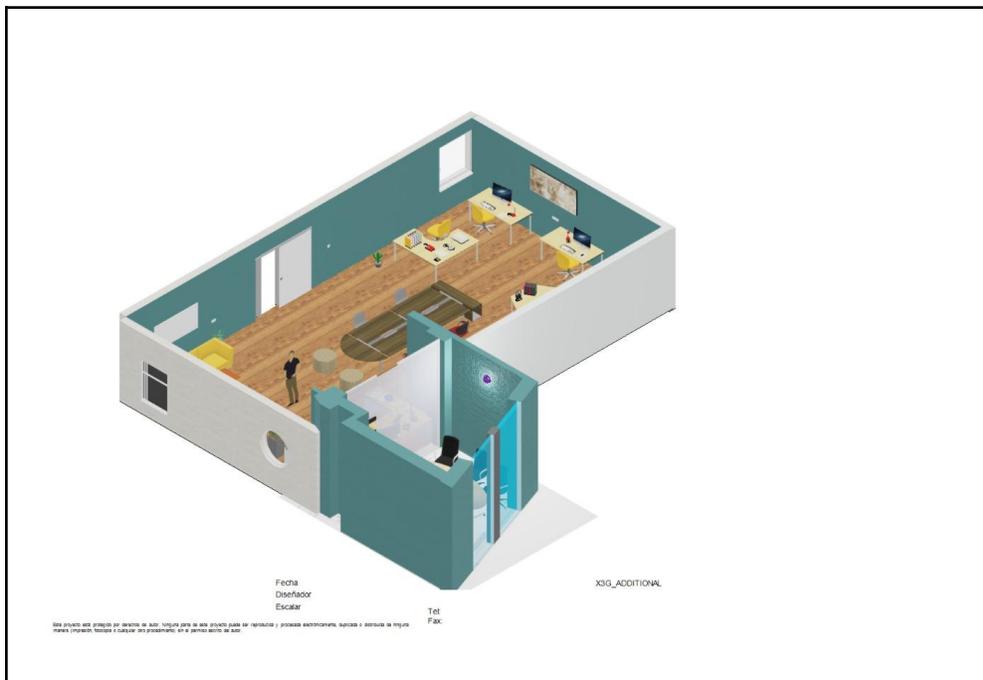


Figura 15: Terminación maquetaación cenital. Fuente: elaboración propia

Video Reels - Render espacio: <https://youtu.be/GtiziIgoOyQ>

A partir de las herramientas metódicas y creativas, se pudo realizar como se muestra en la figura N 12, 13. Se modeló desde 3d uno de los posibles ambientes generales de la agencia, además por ayuda a identificar la distribución del espacio

## **Discusión**

Identificada y recolectada la información de testeo, se puede determinar que existe un déficit en el desarrollo de la industrias creatividad en la ciudad de ibagué, también escasez de nuevos puestos de trabajo que generen mejor oportunidades de ingreso a los jóvenes, además se observa que los estudiantes considera que no existe un modelo de negocio en Ibagué, que desde la industrias creativas puedan ser parte de este modelo y así mismo brindar su aporte directo al incremento de este sector fundamental para nuevos desarrollos dentro de las comunidades que generan propuestas de soluciones a necesidades identificadas en el contexto.

Pudimos verificar y entender aspectos del proyecto a través de la encuesta, se evaluó a un grupo de 10 personas que nos brindaron los datos con los que realizamos parte de la Investigación. Por otro lado, la creación y ambientación de los espacios, el organigrama y los sectores de la agencia, nos permite evaluar e identificar los resultados logrados, y conocer el punto de vista de cada encuestado respecto al contenido. También la creación de piezas gráficas ilustradas que nos permite a través de decodificación y jerarquización de funciones de la agencia, clasificar y codificar utilizando la orientación gráfica según su importancia y determinación de la agencia. Un 90% cuestiona el avance de las industrias creativas y reconoce que este sector es una amplia industria que aporta y propone desde contenidos gráficos e investigativos a la incentivación del desarrollo social.

## Conclusiones

El análisis de información y la graficación de datos permitieron proponer un modelo de agencia multidisciplinar que aporta desde la industria creativa propuestas y soluciones proyectivas a problemáticas que se identifican, además a través de la abstracción de la información se consolidó una idea de modelo de Agencia que tiene el apoyo de los jóvenes estudiantes que buscan nuevas oportunidades de empleo y modelos de emprendimiento donde ellos puedan brindar aportes desde la explotación intelectual, por otro lado el aporte que estos actores sociales brindan al avance e implementación de la agencia una proyección más concreta a futuras y nuevas propuestas de modelos de innovación empresarial.

Se logró definir un modelo de empresa multidisciplinaria competitivo que aporte desde las industrias creativas al proyecto un desarrollo social y mejoramiento de la calidad de vida, además se pudo determinar el contexto en el que se propuso la *Agencia de Diseño*, Por otro lado, desde la orientación gráfica, se pudo codificar y diagramar las áreas de función de la agencia y las fases de desarrollo

## Lista de referencias

Urama, K y Acheampong, E. (2013). La innovación social crea sociedades prósperas [Libro Electrónico].

<https://drive.google.com/file/d/18dvRrOpHMOUFyOiXqAJv-Rxf8TKOjg7t/view?usp=sharing>

LATIS, laboratorios de innovación social. (2018). Latis tribu Ibagué [Página web].

<https://www.latis.org.co/latis/latis-latribu>

Scielo. (2018). Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento [Página web].

[https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642018000300015&script=sci\\_arttext&tlng=e](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642018000300015&script=sci_arttext&tlng=e)

Parra, H. (2021). Jóvenes en Ibagué entre el desempleo y la inactividad [Página web].

<http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/actualidad/economica/472697-jovenes-de-ibague-entre-el-desempleo-y-la-inactividad>

La opinión. (2019). Industrias creativas generan 1,1 millones de empleos en Colombia [Página web].

<https://www.laopinion.com.co/economia/industrias-creativas-generan-1-1-millones-de-empleos-en-colombia>

González, M. (2015). Metodología de Diseño, Universidad de Londres. [Tesis].

<https://drive.google.com/file/d/1iZgIvM0X9PE4w6JWgVWkC3rgMPnRZexi/view?usp=sharing>

Frascara, J. (1994). Diseño y Comunicación, Buenos Aires - Argentina. [Libro impreso].

[https://drive.google.com/file/d/1NJEW3oL\\_EPRPb59NSpAu91LVUCI6uUPo/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1NJEW3oL_EPRPb59NSpAu91LVUCI6uUPo/view?usp=sharing)

Martínez, S. (2017). Trabajo y empleo en las industrias culturales y creativas en Argentina. La figura del emprendedor. Universidad del Zulia. [Tesis].  
[https://drive.google.com/file/d/1IJGhswRmbNRKJGGrYjLISqWafHa\\_sWUs/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1IJGhswRmbNRKJGGrYjLISqWafHa_sWUs/view?usp=sharing)

Co-working, espacios colaborativos. (2018). ¿Qué es coworking? [Página web].  
<https://www.espacioscolaborativos.com.co/>

Unesco. (2021). Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible.  
[Página web]. <https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>

Centro de Comercio Internacional. (sin fecha). Industrias Creativas. [Página web].  
<https://www.intracen.org/itc/sectores/industrias-creativas/>