

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN: Posicionamiento de la marca guatemalteca Pigmento - Arte y Moda

ESTRATEGIA: Campañas promocionales Hábitat para la Humanidad Guatemala.

PROYECTO DE GRADO

SARA MARÍA ZETINA RUANO

CARNET 11926-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2017

CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN: Posicionamiento de la marca guatemalteca Pigmento - Arte y Moda

ESTRATEGIA: Campañas promocionales Hábitat para la Humanidad Guatemala.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
SARA MARÍA ZETINA RUANO

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO: MGTR. CRISTIÁN AUGUSTO VELA AQUINO
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ
SECRETARIA: MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTIZ PERDOMO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN
MGTR. MARÍA DEL ROSARIO MUÑOZ GÓMEZ DE ALEGRÍA

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. DAVID ALFARO VALLADARES
LIC. MARIA JOSÉ MONTERROSO URRUELA
LIC. MARIAJOSÉ ESPINA GALVÁN

Orden de Impresión



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 031078-2017

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante SARA MARÍA ZETINA RUANO, Carnet 11926-13 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03145-2017 de fecha 31 de agosto de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: Posicionamiento de la marca guatemalteca Pigmento - Arte y Moda
ESTRATEGIA: Campañas promocionales Hábitat para la Humanidad Guatemala.

Previo a conferírsele el título de DISEÑADORA GRÁFICA en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 19 días del mes de septiembre del año 2017.



MGTR. EVA YOLANDA OSÓRIO SANCHEZ DE LOPEZ, SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar

Carta de Aprobación



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala


Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428
Fax: (502) 2426 2626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. DG.080-2017

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los doce días del mes de Julio de
dos mil diecisiete.

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **ZETINA RUANO, SARA MARÍA**
con carné **1192613**, cumplió con los requerimientos del curso de Elaboración de Portafolio
Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio
Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).


Mgtr. Rosario Muñoz
Asesor Proyecto de Investigación


Lic. Jacqueline Nájera
Asesor Proyecto Digital


Lic. Jorge Morales
Asesor Proyecto de Estrategia

cc Archivo
/mir

ÍNDICE

● Resumen.....	4	● Resultados.....	67-84
● Introducción.....	5	-Entrevistas.....	67-75
● Planteamiento del problema.....	6	-Guía de observación.....	76-84
-Preguntas		● Interpretación y síntesis.....	85-108
● Objetivos de investigación.....	7	● Conclusiones.....	109-111
● Metodología.....	8-14	● Recomendaciones.....	112-113
-Sujetos de estudio.....	8-9	● Referencias.....	114-127
-Objetos de estudio.....	10-11	● Anexos.....	128-135
-Instrumentos.....	12		
-Procedimiento.....	13-14		
● Contenido teórico y experiencias desde diseño.....	15-66		
-Emprendimiento.....	15-28		
-Posicionamiento de marca.....	29-38		
-Identidad de marca	39-42		
-Ilustración.....	43-58		
-Sistemas de impresión.....	59-61		
-Experiencias desde diseño.....	62-66		

RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación realizada para el curso de Portafolio Académico por tema principal: “Posicionamiento de la marca guatemalteca ‘Pigmento - Arte y Moda’”.

El concepto básico de Pigmento es fusionar el arte guatemalteco con la moda, transformándolo en un estilo de vida por medio de la elaboración de ropa y accesorios 100% del país.

El objetivo de la investigación es conocer sobre la marca, y la forma de posicionarse, además, también se analizó la temática y estilo de ilustración utilizado dentro de sus productos logrando que estos sean novedosos. Esto con la finalidad de dar a conocer un ejemplo exitoso de emprendimiento nacional en donde se involucra una gran área del diseño gráfico, como lo es la ilustración, así mismo, el uso de la creatividad y el manejo de redes sociales para posicionar una marca dentro del mercado guatemalteco.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento en Guatemala cada vez se hace más popular ya sea por necesidad o por oportunidad, ya que es una fuente de ingresos donde varias personas se aventuran a encontrar el éxito por medio de un sueño o idea innovadora.

En Guatemala existen varios casos de emprendimiento, como el caso de José Miguel Muñoz Escobar quien con mucho esfuerzo logró posicionar su marca “Pigmento - Arte y Moda” dentro del mercado.

Pigmento es una marca nacional que ofrece productos como: playeras, sudaderos, joyas, accesorios y su principal fuente de ingreso, la venta de sus *t-shirts*, es decir, camisetas.

Cada uno de sus productos es intervenido por una ilustración de las cuales varían según su temática. Lo que hace que la marca Pigmento destaque ante las demás que se dedican a lo mismo, es el estilo *sketch* de sus ilustraciones. Por esta razón, se indaga acerca del modelo de negocio de la marca para posicionarse y sobre la temática y estilo de ilustración utilizado en sus productos, logrando que estos sean novedosos.

Se recopiló información importante sobre la marca y temas relacionados de diversas fuentes, además, se realizaron dos entrevistas personalizadas a distintos profesionales y conocedores del tema para recolectar información relevante que ayudó a enriquecer la investigación. Se realizó una entrevista directamente al creador de la marca Pigmento, logrando así, conocer a profundidad el proceso que realizó para lanzar su marca y el proceso que realiza día a día para la creación de cada uno de sus productos. Posteriormente, se analizaron por medio de una guía de observación 15 *t-shirts* para conocer acerca del estilo, temática y la modalidad que posee la marca para realizar cada uno de sus productos.

Con la investigación se busca aportar al área de diseño un ejemplo de emprendimiento, que en cuanto a tema de marca y uso de la ilustración, crea productos innovadores, logrando el éxito para la marca.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el diseño gráfico existen diferentes maneras de transmitir un mensaje o una idea deseada; una de las más creativas y detalladas es por medio de la ilustración, ya que se encuentra por en medio del arte y del diseño para crear proyectos comunicativos innovadores, y ésta se encuentra presente en distintas ramas que comprende el diseño gráfico, como por ejemplo en el diseño publicitario, promocional y editorial, además, también se encuentra dentro de distintas ramas artísticas y de moda como por ejemplo en pinturas, murales y productos de moda como: camisas, sudaderos, accesorios etc.

Dentro de la industria de la moda, la ilustración ha generado grandes oportunidades para varios diseñadores y personas independientes que buscan ser emprendedores; como el diseñador-ilustrador español Álvaro Arteaga que en el 2007 logró tener éxito y ser conocido gracias a la plataforma de ilustración para camisas “Threadless” puesto que logró formalizar, profesionalizar y hacer de la ilustración un medio para vivir. Esto demuestra que el diseño gráfico tiene un área que cada vez se explota más como lo es la ilustración, de ahí la importancia de ver el desarrollo de un producto y el emprendimiento de una empresa.

La marca guatemalteca Pigmento es una marca de ropa y accesorios lanzada en el 2015 que fusiona el arte guatemalteco y la confección para crear un estilo de vida. Es por eso, que se desea conocer acerca del proceso de emprendimiento y posicionamiento de la marca hacia el mercado guatemalteco.

La ilustración y la técnica utilizada ha sido un punto clave para que la marca fuera reconocida, es por eso, que se desea investigar acerca de la técnica, el progreso y la integración de la misma a objetos de moda como: camisas y sudaderos, logrando así crear una tendencia en la moda guatemalteca.

Con base a lo expuesto surgen las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son los factores y el proceso que una marca debe seguir para posicionarse en el mercado guatemalteco?
- ¿Cuál es la temática y estilo de ilustración que realiza la marca “Pigmento - Arte y Moda” en sus productos de moda para lograr que sean novedosos?

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

-1-

Explicar los factores y el proceso de “Pigmento - Arte y Moda” para posicionarse como marca en el país, ofreciendo un producto novedoso intervenido por ilustración.

-2-

Analizar la temática y estilo de ilustración, en productos de moda realizados por la marca “Pigmento - Arte y Moda” para lograr que estos sean novedosos.

METODOLOGÍA

SUJETOS DE ESTUDIO

Tomando en cuenta los objetivos planteados, se definieron sujetos de estudio involucrados en el tema a través de su conocimiento o experiencia profesional, por lo que la selección fue por ámbito.

1. José Miguel Muñoz Escobar

Fundador de Pigmento - Arte y Moda

<https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/?fref=ts>

Selección de José Miguel como informante para conocer acerca de su historia como emprendedor, y el modelo de negocio de su marca dentro del mercado guatemalteco. Se obtuvo información acerca de los productos realizados, inspiración, técnica y progreso de la misma para crear artículos novedosos además de otros aspectos importantes que ayudaron a complementar la investigación.



2. Kuul Kidd



Ilustrador y Diseñador en The Kidd

<https://www.facebook.com/kuulkidd?fref=ts>

<https://www.facebook.com/kuulkids/?pnref=lhc>

Experto en el tema puesto que es creador de la marca guatemalteca “The Kidd”; creada en el 2009 dedicada a la elaboración de ilustraciones y *t-shirts*. Al ser conocedor y experto en tema de emprendimiento y elaboración de productos similares a los de la marca Pigmento. Se decidió incluirlo como informante, ya que aportó información importante acerca de emprendimiento, posicionamiento de la marca, además de que dio su opinión acerca del trabajo realizado por Pigmento, posee conocimiento del tema, tanto en la elaboración de *t-shirts*, como en la creación de ilustraciones para las mismas.

3. Gloria Escobar y Luis Carlos Quintana



Diseñadores y creadores de Estilo Quetzal

<http://estiloquetzal.com/>

<https://www.facebook.com/EstiloQuetzal/?fref=ts>

Es una empresa guatemalteca que ofrece una diversidad de opciones de alta calidad en productos realizados a mano. Como marca trabaja en conjunto con Pigmento, impulsando la venta de sus productos. Fue seleccionada como informante puesto que conoce el trabajo de Muñoz y es una empresa que ayuda a comercializar productos realizados por él para la marca. Se obtuvo información respecto a la temática y técnica de ilustración que utiliza Pigmento .

OBJETOS DE ESTUDIO

Se tomaron como objeto de estudio quince ilustraciones que se encuentran en productos como *t-shirts* y sudaderos elaborados por la marca “Pigmento - Arte y Moda”, las cuales destacan en el mercado por su diseño y temática.

Los objetos de estudio se dividen en tres temáticas:

- Cultural: colección “Raíces” (Estilo Quetzal)
- Personajes
- Celebridades

Alternativas de diseño realizadas por Pigmento:

-*T-shirts*: se seleccionó este producto como base ya que los mismos diseños se adaptan a otros productos: sudaderos, estuches para celular, parches de ropa, entre otros. Además, la marca es bastante conocida por la elaboración de estas *t-shirts* que poseen ilustraciones de distintas temáticas como: celebridades, personajes y objetos de tendencia y cultura. Al ser piezas principales de la marca, fue importante analizar la temática, estilo y técnica de ilustración de Pigmento.

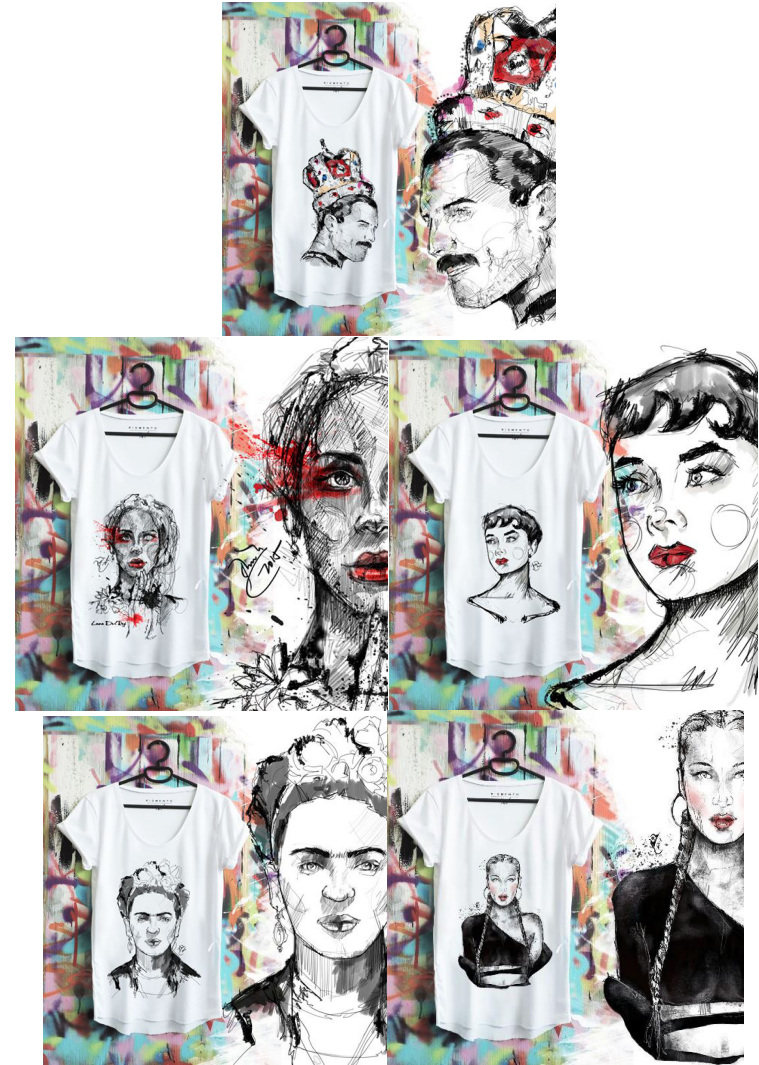
CULTURAL: COLECCIÓN RAÍCEZ (ESTILO QUETZAL)



PERSONAJES



CELEBRIDADES



INSTRUMENTOS

Como parte del proceso de investigación se realizaron tres instrumentos, dirigidos a cada uno de los sujetos de estudio, para la recopilación de información según la experiencia y conocimiento de cada uno.

Se elaboraron entrevistas vía correo electrónico para optimizar el tiempo, sin interferir con actividades laborales o personales de los sujetos de estudio.

1. Guía de entrevista para José Miguel Muñoz Escobar Fundador de la marca “Pigmento - Arte y Moda”

Se realizó una guía compuesta de 40 preguntas abiertas acerca del posicionamiento de marca, temática y estilo que el mismo fundador utiliza al momento de realizar cada una de las ilustraciones para los productos de su marca (Ver Anexo A).

2. Guía de entrevista para Sergio Morales (Kuul Kidd) Ilustrador y diseñador

Se hizo uso de una guía con 12 preguntas abiertas. En este caso se entrevistó temas de emprendimiento y posicionamiento puesto que el experto posee su propia marca de *t-shirts*, además, se habló sobre la técnica de ilustración de la marca Pigmento para obtener la opinión de un ilustrador (Ver Anexo B).

3. Guía de entrevista para Gloria Escobar y Luis Carlos Quintana. Fundadores y diseñadores de Estilo Quetzal

Se implementó una guía de 11 preguntas abiertas. En este caso, al ser diseñadores de una marca guatemalteca que trabaja junto a Pigmento, se buscó información respecto al estilo y temática que trabajó Pigmento para Estilo Quetzal (Ver Anexo C).

4. Guía de observación para los objetos de estudio

Se construyó una guía de observación con 18 preguntas de opción múltiple para las 15 ilustraciones las cuales son los objetos de estudio seleccionados. Se analizaron las temáticas, y la técnica utilizada en cada una de ellas (Ver Anexo D).

PROCEDIMIENTO

- **Planteamiento:** Inicio de la investigación, selección del tema en el cual se mostró interés “Posicionamiento de la marca guatemalteca: ‘Pigmento - Arte y Moda’ ”. Se realizaron dos interrogantes las cuales reflejaron lo que se pretende profundizar en la investigación.
- **Objetivos de investigación:** a partir de las dos interrogantes realizadas, se plantearon dos objetivos los cuales son la explicación de las acciones y los propósitos por los cuales se llevó a cabo la investigación para dar respuesta al problema.
- **Acercamiento a sujetos y objetos de estudio:** luego de realizar una búsqueda de expertos o conocedores relevantes en el tema planteado, se realizó el primer acercamiento, además, también se determinaron los objetos de estudio que se analizaron de la marca guatemalteca: Pigmento - Arte y Moda.
- **Desarrollo de contenido teórico y experiencias desde diseño:** sección en la cual se recopiló toda la información teórica respecto al tema por medio de otros autores y recursos.
- **Elaboración de instrumentos:** medios que se utilizaron para la recolección de información con los sujetos y objetos de estudio. Se utilizaron guías de entrevista para los sujetos con el fin de obtener información y respuestas importantes sobre el tema, resolviendo la problemática, y una guía de observación con los objetos de estudio.
- **Descripción de resultados:** se analizó la información obtenida con los instrumentos de investigación previo a la redacción descriptiva de los resultados.

- **Interpretación y síntesis:** se estudiaron los resultados obtenidos a través de los instrumentos, contenido teórico y experiencias desde el diseño, confrontándolos con los objetivos de investigación.
- **Conclusiones y recomendaciones:** se presentaron conclusiones que responden a los objetivos de la investigación, además el planteamiento de recomendaciones para mejorar las situaciones o deficiencias que se detectaron a lo largo de la investigación.
- **Referencias y anexos:** se enlistaron las referencias consultadas de acuerdo a la normativa APA según especificaciones propias de la carrera de Diseño gráfico y Facultad de Arquitectura y Diseño, además, se colocaron los documentos de apoyo a la investigación que no se incluyen en el contenido teórico.
- **Introducción, resumen e índice:** por último, se realizó la introducción, resumen e índice de contenidos.

CONTENIDO TEÓRICO Y EXPERIENCIAS DESDE DISEÑO

EMPREDIMIENTO

Porto y Gardey (2010) indican que el emprendimiento es un proyecto que se realiza con esfuerzo, puesto que es una iniciativa donde se asume un riesgo económico donde se invierte recursos con el objetivo de aprovechar oportunidades y llegar a un determinado punto con una posibilidad de crecimiento. A la persona que inicia un negocio o pequeña empresa por su propia iniciativa, se le conoce como emprendedor.



Representación de emprendimiento
Recuperado de: <http://unidademprendimientoiupb.blogspot.com/>

EL EMPRENDEDOR Y EL EMPRESARIO SE HACEN

Irizar (2003) menciona que para montar un negocio empresarial se tienen que reunir varias cualidades personales como: 1) tener una edad de entre 20 y 50 años, 2) fuerza mental para preparar el proyecto durante varios meses, 3) alimentarse y descansar adecuadamente, 4) disponer de un entorno familiar y de amistades que propicien y ayuden para la dedicación del al trabajo, y 5) durante la fase de lanzamiento, capacidad de sufrimiento a la hora de estrés y de querer conseguir el éxito.

Para llegar a ser un gran empresario con una empresa reconocida internacionalmente, a lo anterior se le deben agregar otras características personales como: 1) el instinto natural para saber aprovechar las oportunidades, 2) una buena capacidad de comunicación, 3) visión estratégica del mercado, y 4) capacidad de mantener batallas prolongadas con los competidores sin perder la serenidad.

Porto y Gardey, (2010) indican que varios expertos opinan que los emprendedores deben poseer capacidades como el dinamismo, creatividad, flexibilidad y motivación para tener éxito en su pequeña empresa; son valores necesarios puesto que en el transcurso del camino, se suele enfrentar con dificultades de todo tipo y se debe estar en condiciones de afrontarlas.

CARACTERÍSTICAS COMUNES DEL EMPRENDEDOR

Según Porto y Gardey (2010) el emprendedor posee características como:

- Ser innovador puesto que debe crear un proyecto con ideas nuevas y originales.
- Ser creativo para que el proyecto genere resultados óptimos.
- Ser capaz de asumir riesgos y superar retos.
- Ser flexible y enfocado en el crecimiento.
- Ser perseverante puesto que al inicio los ingresos que genera no superan sus expectativas, ni están cerca de ser cumplidas.

Irizar (2003) menciona que las características comunes de los emprendedores se resumen en:

- Necesidad material o mental de mejorar su situación personal.
- Ambición en los objetivos para ver convertidos sus sueños en realidad.
- Autoconfianza en las propias posibilidades, tener el coraje de apostar por la existencia de un mercado para su visión.
- Liderazgo personal y en el proyecto, poseer habilidad para que la visión propia logre convertirse en la visión de la empresa.
- Capacidad de asumir riesgos.
- Saber aprovechar las oportunidades, siempre estar atento a la evolución del mercado.



Representación de emprendedor exitoso
Recuperado de: <http://www.ncayasociados.com/emprender-si-pero-con-marca/>

FACTORES QUE PROPICIAN EL ESPÍRITU EMPRESARIAL Y DE APRENDIZAJE

Irizar (2003) indica que el emprendedor se ha ido moldeando como persona en un entorno donde se distinguen cuatro ámbitos de influencia para determinar su personalidad: A) personal, B) familiar, C) educativo y D) social. Algunos de los factores se desarrollarán voluntaria o involuntariamente desde su infancia en el entorno familiar, donde ha vivido o de su propia personalidad.

Ámbito personal: existe una serie de factores personales que son comunes a la mayoría de emprendedores y que han adquirido a lo largo de su vida, en la infancia y en la juventud los cuales son:

- Factores personales: aquellos que el individuo adquiere a través de sus vivencias, propias y particulares.
- Factores familiares: gran parte de la infancia y juventud esta moldeada por modelos personales y situaciones emocionales, la familia o falta de ella determina este factor.
- Factores educativos: moldean también un carácter determinado, la dedicación, o la falta de ella, los conocimientos y los valores.
- Factores sociales: los amigos, vecindario, la ciudad o el pueblo, el deporte, los ídolos, la clase social, las vivencias de la calle, etc., conforman un grupo de vivencias.



Representación de emprendimiento
Recuperado de: <http://revistamidinero.com.do/conviertete-en-un-emprendedor-el-mundo-es-para-los-valientes/>

Espíritu de trabajo: todos los emprendedores de éxito son trabajadores y aplicados a su propio proyecto de empresa. Aunque varias veces su dedicación en otras áreas no sea igual.

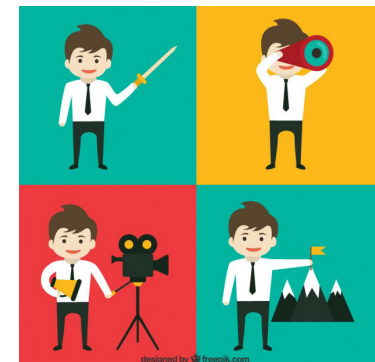
Modelo a seguir: el emprendedor debe dar el ejemplo, en el sentido de líder que propone un proyecto con objetivos y es el primero en cumplirlos. Consiguiendo motivar a sus empleados y generar confianza al cliente y a los financiadores. Una lección que los emprendedores ponen en práctica es prometer poco y hacer mucho, en especial en sus círculos cercanos. Podrán prometer mucho a los clientes o proveedores para ganar su confianza y lograr sus pedidos, pero rara vez prometerán a sus colaboradores más de lo que les puede ofrecer en realidad.

Iniciativa: es la cualidad de mostrarse proactivo ante las situaciones en las que hay que decidir si comenzar una acción o no hacerla. Es tener la suficiente autoestima como para confiar en las posibilidades de uno mismo.

Inquietud intelectual: se dice de los científicos que no habrían podido realizar gran parte de sus inventos si no hubiesen sido gente curiosa. Los emprendedores aplican esa misma curiosidad al ámbito de los negocios, de los nuevos

productos y de los nuevos servicios que puede demandar el mercado en un próximo futuro para generar riqueza y empleo. Son personas observadoras que analizan el mercado y sus necesidades, que cuando miran a un cliente se fijan en sus reacciones de compra, en sus gustos, en las tendencias. Son personas que nunca se dan por satisfechas con lo que están haciendo y piensan que siempre hay algo más que desconocen y que deben descubrir.

Seriedad y fidelidad: se refiere a hacer de todo para cumplir con la misión, visión y valores de la nueva empresa, sin despistarse ni desviar la atención en el día a día. El emprendedor debe de cumplir con los colaboradores, clientes, proveedores y accionistas, y para ello, debe de estar habituado a cumplir.



Representación de emprendedor con iniciativa e inquietud intelectual
Recuperado de: <http://armandoruiz.com/2016/03/tenes-lo-necesario-para-ser-de-las-30-promesas/>

Disciplina: se debe tener vigor personal y profesional para emprender, ya que ayudará a seguir adelante, y no darse por vencido. Para el entrenamiento de ese factor es esencial la actitud de los padres y de los educadores. Los padres deben inculcar en los hijos el hábito de la disciplina personal y social, asumiendo sus responsabilidades y cumpliendo en cada momento con lo que les corresponda realizar.

Pensamiento estratégico: el emprendedor es capaz de ver más allá de lo que ven los demás, de detectar una carencia en el mercado, de intuir un nuevo negocio. Y ha decidido lanzarse a la aventura de dirigir su propio negocio, pero debe pensar en todo el negocio, debe ser capaz de ver la situación actual y su evolución futura también debe ser capaz de predecir la aceptación por parte del mercado de su nuevo producto/servicio.



Representación de emprendedor con pensamiento estratégico
Recuperado de: <http://www.nerdilandia.com/6-cursos-online-para-emprendedores-y-empresas/>

Ámbito familiar y educativo: hay emprendedores que son los únicos entre sus hermanos, que han llevado a cabo un proyecto, a pesar de haber recibido una educación familiar similar. Es necesario que desde pequeños se les enseñe ciertas características para que logren ser emprendedores exitosos:

- **Asignar responsabilidades:** el emprendedor, cuando inicia un negocio se hace responsable del mismo, ante sí mismo y ante sus colaboradores, clientes, proveedores, financiadores y accionistas. Previo a esto tuvo que empezar desde niño con pequeñas responsabilidades, para ir aumentando su nivel gradualmente.

- **No reprender ante los fracasos:** ante la realización de una acción de emprendizaje, los fracasos no existen. Solo existe la prueba, que a veces sale bien y a veces mal.

- **Tomar decisiones:** los padres tienden a tomarlas por los niños, pero desde pequeños deben entrenarse para futuras ocasiones en donde no se encuentren presentes. De esta manera el emprendedor tendrá una buena educación en toma de decisión desde pequeño.

- **Incentivos:** No se es emprendedor cuando los padres lo piden y se deja de serlo cuando no lo piden. Hay que creerlo y serlo siempre que nazca de la persona. Y para ello son los propios niños y jóvenes quienes han de aprender a buscar sus propios incentivos para lograr ser emprendedores exitosos.

- **Utilización del dinero:** deben conocer su valor, el esfuerzo que cuesta ganarlo y que comprueben que ellos mismos pueden ganarlo.



Representación de ejemplo y apoyo familiar
Recuperado de: http://www.freepik.es/vector-gratis/padre-e-hijo_797863.htm

Ejemplo personal de padre o madre: se dan casos de emprendedores exitosos que han encontrado una de sus motivaciones principales en el ejemplo contrario de sus padres. Por ejemplo si un padre fue un trabajador sumiso hasta su jubilación, esto de alguna forma puede generar un fuerte espíritu de superación de la situación de su padre. Factores humanos que favorecen al emprendedor como persona, y probablemente como empresario:

- Trabajo: el joven valorara toda su vida el ejemplo de laboriosidad visto en casa.
- Vena social: ligado a la religión o a los sindicatos, se entiende como componente personal de solidaridad con las demás personas, sobre todo con los necesitados.
- Honestidad: en el sentido de decir la verdad y no engañar. El emprendedor podrá pasar desapercibido una o dos veces a sus clientes y proveedores, pero le será difícil hacerlo con sus colaboradores.
- Cumplir la palabra: en el ámbito emprendedor es una importante cualidad que ayuda a generar confianza en el negocio.
- Lealtad con la familia y amigos: ser consistente, sin cambiar la relación en función de cambios económicos o culturales.

Estatus profesional de los padres: en muchos casos el hecho de que el estatus profesional de los padres sea bajo favorece al espíritu de superación del emprendedor. Por otra parte, el hecho de que los padres tengan un estatus profesionalmente elevado es una ventaja y una desventaja, pues no significa que los hijos creen empresas de mayor o menor nivel.

Posición entre hermanos: Aun teniendo los mismos padres y la misma familia, ser el primogénito de la casa, el segundo, o ser el menor de la familia, cambia sustancialmente la percepción de la vida y de las relaciones familiares. En general, los segundos o terceros hijos son más emprendedores y creativos que los primogénitos.



Representación de ejemplo y apoyo familiar
Recuperado de: <http://imagenesparapapa.com/wp-content/uploads/2016/09/dibujo-de-pap%C3%A1-e-hijo.png>

Ámbito social: los factores sociales están conformados por la interrelación de la persona individual con los amigos, vecindario, la ciudad o el pueblo, el deporte, las aficiones, los ídolos, la clase social, las vivencias de la calle, que conforman un grupo de vivencias único e intransferible.

Pero no se trata de referentes sociales lejanos, sino los del entorno cercano, las personas que conocen y con las que se cruzan diariamente. Se debe tener cerca referentes de emprendedores y de empresarios para que se animen a imitarles.



Representación factores sociales. Interrelación de la persona con amigos.
Recuperado de: https://image.freepik.com/free-vector/nice-teamwork-with-business-elements_23-2147554431.jpg

TIPOS DE EMPRENDEDOR

Llanos (2017) indica que se pueden identificar distintos tipos de emprendedores según tres factores: por su personalidad, por razón de motivación y por el tipo de empresa a desarrollar.

Según el tipo de personalidad:

- Emprendedor administrativo: hace uso de la investigación y el desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- Emprendedor oportunista: busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- Emprendedor adquisitivo: se mantiene en una continua innovación que le permite crecer y mejorar lo que hace.
- Emprendedor incubador: en su busca por crecer el emprendedor crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios, puede ser a partir de un negocio existente.
- Emprendedor imitador: genera sus procesos de innovación a partir de elementos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Según razón de motivación:

- Por necesidad: la persona se encuentra desempleada, ya sea porque fue despedido o porque ha decidido independizarse y generar ingresos de otra manera.
- Por aprovechar una oportunidad: cuando se quiere desarrollar una idea dentro de una parte del mercado que ha sido desatendido y desea ver el proyecto culminado.

Según el tipo de empresa:

- Emprendedor social: busca producir un cambio a nivel social en beneficio de un sector de la población, generalmente sin fines de lucro.
- Emprendedor modelo: busca destacar en un área y ser ejemplo para otros.
- Emprendedor interno: si la persona emprende dentro de una empresa que no es suya.
- Emprendedor externo: cuando emprende su propio negocio, ya sea comenzando de cero o seguir con una ya existente comprando una franquicia, fabricar sus productos y venderlos.

EL ÉXITO

Definición ABC (2017) describe el éxito como un triunfo o logro alcanzado en donde la persona obtiene los resultados esperados y se encuentra satisfecha con lo realizado. El éxito puede suceder inesperadamente o puede ser planeado dependiendo de la situación en la que ocurra.

Según Celis (2017), existen 10 pasos para alcanzar el éxito:

1. **Definir los propósitos:** decidir exactamente que es lo que se quiere realizar, llevar a cabo una estrategia para acercarse a lo deseado.
2. **Delimitar los objetivos:** definir qué es lo que se quiere conseguir, ya sean logros materiales o personales.
3. **Establecer cantidades y fechas:** tener un orden en cuanto a gastos económicos además definir fechas para realizar los objetivos planteados.
4. **Dividir y vencer:** dividir los objetivos y metas en pequeñas áreas en donde se puedan ir realizando poco a poco.
5. **Visualizar el éxito:** visualizarse como si ya se hubieran alcanzado cada una de las metas planteadas en un inicio, además, del camino que llevó cumplirlas ya que esto logrará mantener la inspiración y motivación.

6. **Llenarse de optimismo:** pensar de una manera optimista, servirá para mantener el curso hacia las metas de una manera sencilla, aunque haya altibajos.

7. **Nunca rendirse:** Insistir, persistir, resistir y no desistir son puntos vitales de todo emprendimiento.

8. **Competir consigo mismo:** superarse a sí mismo para lograr un mayor éxito.

9. **Sentirse cerca de las metas y objetivos:** tener siempre en mente las metas y objetivos puesto que esto ayudará a no perderse y a estar enfocados.

10. **Continuar siendo exitoso:** no detenerse al alcanzar la meta, intentar multiplicar el éxito además compartirlo y volverse una persona exitosa ejemplar.



Ilustración de emprendedor exitoso.

Recuperado de: <http://noticias.universia.hn/cultura/noticia/2016/07/07/1141588/descubre-si-podrias-emprendedor-exitoso.html>

LA IMPORTANCIA DE CONOCER EL LADO NEGATIVO DEL EMPRENDIMIENTO

Gerencie.com (s.f) indica que no conocer lo malo que le puede pasar al emprendedor, hace que se lancen al emprendimiento personas que no tienen el perfil necesario para tener éxito puesto que una persona debe cumplir ciertos requisitos para ser un emprendedor y lograr cumplir sus metas para alcanzar el éxito.

Muchas veces el fracaso dentro de un proyecto de emprendimiento es a causa del emprendedor puesto que, si una persona se dedica al emprendimiento por razones diferentes a su pasión por él, las probabilidades de fracaso son bastante elevadas ya que no se cuenta con la inspiración o motivación suficiente para alcanzar sus metas y al fracasar, esta persona se desilusiona y deja atrás posibles oportunidades de crecimiento.

Según Nicuesa (2014) indica que entre los aspectos negativos que conlleva ser un emprendedor está la poca libertad de horarios, puesto que el tener un negocio propio hace

que una persona dedique mucho tiempo en ello, incluso los fines de semana. Otro punto negativo es el económico puesto que el emprendedor atravesará etapas de éxito y otras de dificultades, es por eso que no vivirá con la seguridad de tener un sueldo concreto cada mes; tendrá que separar la vida personal con la vida laboral. Cada vez es más difícil la responsabilidad de poseer un negocio propio.



Ilustración de los caminos de un emprendedor.
Recuperado de: <http://blog.apremy.com/blog/2015/11/18/factores-de-exito-o-fracaso/>

EMPRENDIMIENTO COMO COMPLEMENTO A LA VIDA LABORAL

Gerencie.com (s.f) afirma que en un futuro el emprendimiento, se irá convirtiendo en un complemento a la vida laboral de muchos trabajadores. Poco a poco encontrar un trabajo será cada vez más difícil, además, el precio de varias cosas aumentará y será necesario buscar alternativas para superarse y conservar las mismas o bienes que se adquieren actualmente.

Según River (2013) una de las razones por la que muchas personas a parte de tener un trabajo estable se interesan por emprender y tener un negocio propio es, para mejorar su situación financiera. Otra razón es el deseo de convertir una pasión en una forma de ganarse la vida convirtiendo un trabajo en un *hobbie*.



Ilustración de emprendedor “*multitasking*”

(que es eficiente al realizar varias cosas o proyectos al mismo tiempo).

Recuperado de: http://www.providesupport.com/blog/wp-content/uploads/2015/05/Multitasking_in_customer_service.png

MARKETING

Según Thomson (2016) el conjunto de actividades realizadas para satisfacer algún deseo o necesidad dentro del mercado a cambio de un beneficio para las empresas y organizaciones se le llama *marketing*. Es un medio indispensable para lograr el éxito en cualquier empresa y las personas que trabajan dentro del área comercial deben de conocer a profundidad la definición y los componentes que el *marketing* ofrece positivamente a la empresa.

•Para Kotler (1999, p.58) “el *marketing* es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”.

•Para Howard (s.f), de la Universidad de Columbia, el *marketing* es el proceso de:

- 1) Identificar las necesidades del consumidor.
- 2) Conceptualizar necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir.
- 3) Comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa.
- 4) Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor.
- 5) Comunicar dicha conceptualización al consumidor.

•American Marketing Association “A.M.A.” (s.f), define el *marketing* como una función de la organización y el conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valores a los clientes, para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización.



Marketing empresarial
Recuperado de: <https://lamediasocial.com/2016/12/19/las-diez-mejores-campanas-marketing-del-2016/>

MARKETING DENTRO DEL EMPRENDIMIENTO

De acuerdo con Giosa (2017) el *marketing* es muy necesario dentro del emprendimiento, puesto que es una excelente forma de generar más productos y servicios que atraigan al tipo de clientes que se busca atraer.

Según Forsterwit (2014) existen 4 razones por las cuales el *marketing* es importante cuando se emprende: creatividad, estrategia, cliente y adaptación.

- Creatividad:** en cuanto a la promoción y publicidad de la empresa enfocándose en cumplir las necesidades de los clientes.

- Estrategia:** ya que el *marketing* se basa en diseñar estrategias para poder enfrentar y competir contra la competencia de una manera adecuada para obtener mejores resultados.

- Cliente:** el *marketing* ayuda a conocer a cada uno de los clientes en cuanto a sus intereses y necesidades para lograr atender, comprender y satisfacer sus necesidades mediante la personalización de una oferta.

- Adaptación:** el *marketing* permite desarrollar capacidades y habilidades que ayudan a la adaptación en cuanto a cambios y exigencias que los clientes exigen.

Forsterwit (2014) asegura que asumir las funciones de *marketing* dentro de la empresa permitirá conocer a profundidad el mercado, los clientes y las ofertas en bienes y servicios logrando así, un conocimiento de la realidad en la que se desenvuelve el negocio.



Representación gráfica de estrategias de *marketing*.
Recuperado de: <http://www.analyticstown.com/es/blog/>

POSICIONAMIENTO Y REDES SOCIALES

Prospect Factory (2017) indica que al posicionar una marca se busca generar confianza al consumidor, para ello es necesario aportar información útil que los motive a estar en contacto con la marca, generando un vínculo para crear favoritismo ante otras marcas.

El marketing en redes sociales abre grandes oportunidades para el posicionamiento, ya que potencializa el éxito de la marca por medio de estrategias que se centran no solamente en vender, sino que también en aportar información valiosa, consiguiendo atención de las personas y lealtad hacia la marca.



Logotipos de distintas redes sociales.

Recuperado de: <https://1.bp.blogspot.com/-CRUwrfMkJq4/Vyt79d3DD5I/AAAAAAAAAHw/4ZbZANR2SeECtOldV-YCprIO5OuGfn9WwCLcB/s1600/redes-sociales-teclado-istock-700.jpg>

MAS Digital (2016) afirma que el posicionamiento de marca en redes sociales es de los pilares más importantes en una estrategia de marketing digital; además una ventaja importante es que tiene un costo menor al marketing tradicional.

“Una marca bien posicionada en redes sociales permite ganar credibilidad y confianza gracias al lazo que tiene con los clientes actuales y también con los prospectos.”

4 pasos para posicionar una marca en redes sociales:

1. Segmentar la audiencia:

Antes de efectuar una estrategia de marketing se debe definir al cliente potencial, luego se deben estudiar y analizar las distintas redes sociales, su funcionamiento y qué tipo de usuarios interactúan con cada una.

Es importante poseer dos canales o redes sociales activas para la marca, ya que muchas personas prefieren hacer más uso de una. El objetivo de tener dos es que en todo momento las personas tengan presente a la marca, captando toda la audiencia posible y que éstas conozcan la marca.

Se debe segmentar por:

- Género:** clasificar por hombres y mujeres servirá para definir el éxito del contenido según su sexo, es importante saber cuáles redes sociales son más usadas por mujeres y por hombres.
- Necesidad:** al conocer las necesidades de las personas, será más fácil poder crear contenido que las satisfaga.
- Edad:** tomar en cuenta cuál rango de edad que se quiere atraer, para crear contenido apto para la edad.

2. Definir temática:

La temática del contenido es la clave para el éxito en redes sociales. Es por eso que es importante que reúna lo que le interesa al grupo objetivo y lo que se quiere promover como marca.

- Los intereses del grupo objetivo se reúnen haciendo un estudio de: las actividades que realizan en internet, el contenido que siguen, y analizando que redes sociales frecuentan. De esta manera se tendrá una idea de que tipo de contenido se debe realizar para la marca.

- Lo que se quiere promover como marca se realiza por medio de la interacción con la audiencia, creando promociones, o sorteos de productos, además es necesario compartir novedades de la marca. De esta manera se comienza a llamar la atención de personas interesadas en el producto que se ofrece. Generando la oportunidad de que la marca se vuelva conocida y mejorar sus ventas.

Posterior a esto, se debe dividir el contenido en las distintas redes sociales. Programando la hora, fecha de publicación y dándole seguimiento a la estrategia de contenidos.

Facebook: publicar contenido entretenido, recomendaciones, tips útiles para solucionar necesidades, noticias y novedades.

Twitter: el contenido debe ser sobre tendencias del momento, frases inspiradoras, noticias de negocios, historias de índole profesional.

Instagram: publicaciones de fotografías de la marca y sus productos de una forma creativa y divertida, eventos especiales e innovaciones de productos.

3. Analizar la competencia en redes sociales:

Para posicionar una marca en redes sociales es necesario analizar que tipo de estrategias implementa la competencia. Se debe analizar la temática, el contenido, las horas de publicación y sobre todo la interacción de su audiencia con la empresa.

Los contenidos que generan valor a una estrategia de posicionamiento en redes sociales son:

- Contenido multimedia con temas de motivación.
- Contenido que busque ayudar a solucionar las necesidades de tu comunidad.
- Temas relevantes.
- Contenido fácil de compartir.



Competencia entre marcas.
Recuperado de: <https://www.elguruinformatico.com/wp-content/uploads/2009/11/intel-vs-amd.png>



Representación gráfica del proceso para posicionamiento en la web.
Recuperado de: http://comunidad.iebschool.com/carlotapoveda/files/2016/11/shutterstock_192480206_buena-1024x428.jpg

4. Trabajar en la marca:

Es muy importante para cualquier marca que busca posicionarse en redes sociales trabajar en la imagen que quiere proyectar. Es esencial crear un perfil que genere confianza a los seguidores o clientes.

La mejor manera de hacerlo es:

- Utilizar un logotipo como foto de perfil: el principal objetivo es que la gente logre reconocer la marca a través del logo.
- El nombre de la empresa como nombre de usuario: el nombre es muy importante ya que de esta manera las personas podrán buscar la red social de la marca, además, se debe colocar el país a donde pertenece.
- Link a al sitio web o redes sociales: un perfil optimizado debe tener un enlace que lleve a tu audiencia directo al sitio web o a las otras redes sociales para generar más seguidores en todos los canales.

FINANZAS ADMINISTRATIVAS

De acuerdo a la Real Academia Española “RAE” (s.f, en red) finanza proviene del francés *finance* y es la obligación que una persona asume para responder de la obligación de otra.

•Las finanzas se define como la ciencia de administrar el dinero y está relacionada con el proceso, las instituciones, los mercados y los instrumentos implicados en la trasferencia de dinero entre individuos empresas y gobiernos (Gitman, 2007).

FINANZAS DENTRO DEL EMPRENDIMIENTO

El Mundo (2017) indica que para la supervivencia de una empresa es necesario el manejo adecuado de recursos. Existen 5 conocimientos financieros básicos que el emprendedor debe saber para que su negocio sea exitoso.

•Evaluación financiera de proyectos: el primer obstáculo que un emprendedor enfrentara será la falta de recursos, es por eso que es importante plantear un proyecto el cual lo ayudara a conseguir socios inversionistas.

•Estructura óptima de capital: el tener demasiadas deudas o muy poco capital podrán llevar al emprendedor a presiones constantes por parte de los acreedores, ya que los que disponen del capital en la empresa querrán de vuelta un ingreso mayor, haciendo que el emprendedor no reciba suficiente ganancia para sí mismo.

•Manejo de capital de trabajo: el emprendedor debe conocer de inversiones a corto plazo, crédito y cobranzas, gestión de inventarios y gestión de pagos, además de tener un manejo de bancos y proveedores ya que muchas de las empresas fracasan por no cumplir con sus obligaciones financieras.

•Maniobras en condiciones de presión: el emprendedor debe ser precavido y tener un -plan b- en cuanto a posibles etapas de problemas financieros.

•Cobertura y protección de riesgos: el emprendedor debe tener conocimiento de posibles riesgos que su empresa pueda sufrir, pueden ser de cualquier aspecto, pero al finalizar siempre termina siendo un problema financiero y es importante como prevención ahorrar cantidades significativas de fondos al momento que esto pueda ocurrir.

MEDIOS PARA POSICIONARSE COMO MARCA

(Costa, 1993, p.28) indica que, posición en el mercado quiere decir el lugar mental que ocupa el producto o servicio y la valoración que tiene dentro de los consumidores en comparación con otros productos similares que podrían sustituirlo.

Según Espinoza (2014) en *marketing* se le llama posicionamiento de marca al “lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto el resto de sus competidores”.

La marca debe ofrecer algo diferente e innovador que logre superar a la competencia, además, las promesas y beneficios realizados a los consumidores deben ser cumplidos mejor que la competencia; de esta manera, se logrará posicionar correctamente la marca. Los atributos o beneficios que posea la marca deben ser relevantes para los consumidores, de lo contrario, de nada servirá crear una estrategia de posicionamiento de marca.

PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

-Atributo: la estrategia de posicionamiento se basa de atributos de la marca. Por ejemplo: el tamaño o antigüedad de la marca, valores, calidad etc.



Marca Nike. Posee atributos y valores como: esfuerzo, potencia, sacrificio, intensidad y energía con una percepción de deporte intenso . Recuperado de: <https://www.guioteca.com/curiosidades/10-de-las-marcas-mas-exitosas-con-origenes-insolitos-y-curiosos-i/>.

- Beneficio: el producto o servicio de una marca se logra posicionar en el mercado mediante los beneficios que proporciona a los consumidores. Por ejemplo: ropa limpia e impecable luego de ser lavada por un detergente.



Marca Vanish se posicionó en el mercado por el beneficio que ofrece de remover las manchas con facilidad.

Recuperado de: http://www.theinsidersnet.com/site/public/images/pl_1//335/201402/042020_04022014_723_C14_RB_Website_Vanish_MEX_Banner.jpg

-Calidad o precio: ofrecer la mayor cantidad de beneficios a un precio razonable y adecuado para el consumidor.



Marca Elf Eyes Lips Face. Marca de maquillaje muy conocida internacionalmente de gran calidad y precios económicos.

Recuperado de: <http://cursomaquillajeonline.com/wp-content/uploads/2013/07/base-de-maquillaje-elf.jpg>

-Competidor: se trata de comparar las ventajas y atributos de la marca con las marcas de competencia, afirmando que



Pizza Hut y Domino's Pizza son dos marcas que compiten entre ellas ya que ambas ofrecen variedad de beneficios y atributos con tal de que los consumidores las prefieran antes que su competencia.
Recuperado de: https://i.ytimg.com/vi/FSGeCCN_5Mc/maxresdefault.jpg

la marca es mejor a las demás.

-Uso o aplicación: es acerca de posicionarse como la mejor



Wacom es una marca internacional muy bien posicionada en la industria de las tabletas gráficas, digitalizadoras.
Recuperado de: https://yt3.ggpht.com/-PLFgazv39U4/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/Tx_QVZhqamE/s900-c-k-no-mo-rj-c0xxffff/photo.jpg

marca en base a los usos o aplicaciones de sus productos.

-Categoría de producto: esta estrategia se basa en posicionarse como líder en la categoría de productos que vende. Por ejemplo: Coca Cola es una marca líder en la categoría



Marca líder en categoría de bebidas carbonatadas.
Recuperado de: http://www.coca-cola.co.uk/content/dam/journey/gb/en/hidden/History/Heritage/596x334/the_logo_story_01122014_596x334.jpg

ERRORES FRECUENTES SOBRE EL POSICIONAMIENTO DE MARCA

Según Espinoza (2014) existen 5 errores que se cometen al posicionar una marca en el mercado.

-Error 1, los subposicionamientos: cuando la marca no presenta un beneficio principal para que los consumidores la adquieran.

-Error 2, los sobreposicionamientos: el beneficio es muy limitado o estrecho y provoca que los consumidores piensen que la marca no va dirigida hacia ellos.

-Error 3, los posicionamientos confusos: cuando se presentan dos o más beneficios que no son coherentes entre sí, haciendo que se contradigan entre ellos.

-Error 4, los posicionamiento irrelevantes: cuando se presenta un beneficio mínimo para una pequeña parte de los consumidores y no es rentable para la empresa.

-Error 5, los posicionamientos dudosos: se presenta cuando los consumidores no creen en la marca y dudan si la misma puede ofrecer los beneficios que ofrece.

DEFINIR ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

Según Ilardia (2014) existen tres pasos que son necesarios para definir una estrategia de posicionamiento:

Paso 1: Definir el grupo objetivo

Se debe definir con claridad al grupo objetivo al que va dirigida la marca y sus productos, ya que de esta manera será más fácil identificar la mejor manera de posicionar la marca ante él.

Paso 2: Realizar un análisis de situación

Se debe obtener la mayor información del mercado, la cual servirá para conocer distintos puntos importantes que servirán para que la marca se posicione adecuadamente como, por ejemplo:

- Cuáles son los beneficios o atributos a los cuales reacciona positivamente el grupo objetivo.
- Quiénes son la competencia y cuáles son los beneficios o atributos que ofrecen.
- Cómo se perciben las marcas de competencia.
- Cuál será una buena estrategia de *marketing* y comunicación para posicionarse eficazmente en la mente del grupo objetivo.
- Con que recursos se cuenta para crear una campaña de calidad para posicionar la marca.

Paso 3: Definir el tipo de posicionamiento

Por medio del conocimiento propio y la información del mercado obtenida se puede determinar la estrategia de posicionamiento adecuada para la marca y luego definir cuál es la estrategia de comunicación más conveniente para conseguirlo.

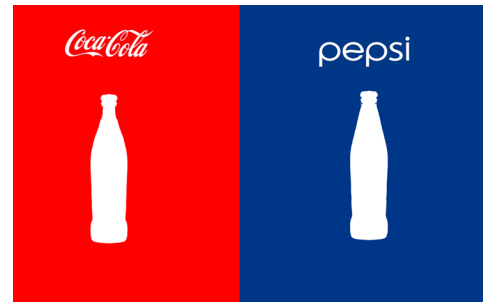
TIPOS DE POSICIONAMIENTO

-Por ventaja diferencial: si el producto o servicio que ofrece la marca posee alguna característica que lo diferencia fuertemente de la competencia, se puede tomar como ventaja y orientar el *marketing* y comunicación para asociar ese atributo con la marca.

-Por precio: si el mercado o grupo objetivo demanda precios más bajos y la marca se encuentra en condiciones de ofrecerlo, la estrategia de posicionamiento debe esforzarse por que el consumidor asocie la marca con los mejores precios del mercado.

-Por tipo de competencia: en el mercado ya existirán otras marcas las cuales tengan muy bien posicionada su marca. Esto se puede ver de forma positiva puesto que puede ser una guía para la marca que se quiere posicionar, de dos maneras:

1. Como retador: si existe un producto o atributo que difiere a la marca del resto, será necesario poner esfuerzo en darlo a conocer por medio del *marketing* y la estrategia de comunicación para que exista cierta competencia entre marcas. Ejemplo: La marca Pepsi reta continuamente a su marca rival Coca Cola por medio de varias plataformas.



Coca-Cola y Pepsi son dos marcas en las cuales existe competencia dentro del mercado.

Recuperado de: <https://mexico.feebbo.com/blog/wp-content/uploads/2014/03/bebidas-cola-vs2.png>

2. Posicionarse como el opuesto: en las marcas nuevas, ser la alternativa a lo que ofrece la competencia, es una mejor opción, ya que puede esforzarse por orientar sus mensajes por los atributos de la marca, que las demás no tengan. Llegando a ser opuestos y creando una competencia en donde el consumidor deberá elegir entre sus opciones de marca. Ejemplo: La marca Sensodyne que su atributo principal es combatir la sensibilidad, mientras que otras marcas se dedican a “dientes más blancos” y “aliento fresco”.



Ejemplo de posicionarse como opuesto. Marca Sensodyne que combate la sensibilidad.

Recuperado de: https://us.sensodyne.com/content/dam/cf-consumer-healthcare/sensodyne/en_US/products/24_7_products/large/Full%20Protection.jpg

-Posicionamiento múltiple: las empresas multinacionales con una presencia global con variedad de productos y marcas, suelen tener más de una estrategia de posicionamiento para adaptarse a cada producto y grupo objetivo. Ejemplo de ello, las cervecerías que tienen una variedad de marcas con diferentes cualidades como: cerveza negra, cerveza light, cerveza Premium, cerveza económica.



Posicionamiento múltiple. Cervecería Centroamericana S.A. Con variedad de marcas y diferentes cualidades.
Recuperado de: <http://fotos.subefotos.com/8730ae75cdc5dfbc05e12c207bef186co.jpg>

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL POSICIONAMIENTO

Según Sandino (s.f) existen 10 factores que influyen en el posicionamiento de una empresa dentro del mercado:

- 1.El producto mismo: los atributos que contenga influirán en la mente del consumidor, el producto debe diferenciarse de la competencia, generando ventajas las cuales ayuden a ser la mejor opción para los consumidores.
- 2.La marca: elemento clave que identificará al producto. Debe ser exitosa, reconocible, y preferida por los consumidores.
- 3.El empaque: debe contener un buen diseño de envoltorio, que sea atractivo para el consumidor, de esta manera se tienen más posibilidades de ventas generando confianza y calidad.
- 4.El precio: se debe definir estratégicamente acorde al grupo objetivo y a las expectativas de ganancia.
- 5.Distribución: el producto debe encontrarse disponible en lugares en los cuales el consumidor frecuente, de esta manera obtendrá un buen posicionamiento y mejora en sus ventas.

6.Exhibición: la exhibición en los puntos de venta debe ser altamente atractiva, superando a la competencia, de esta manera logrará captar la atención de los consumidores, invitándolos a comprar los productos.

7.Nivel de servicio: es un punto clave para el posicionamiento ya que los consumidores deben recibir un buen servicio de la marca. Ejemplo: La entrega rápida del producto, reposición de productos, atención al cliente etc. De ésta manera se llevarán una buena impresión de la marca.

8.La publicidad: el medio y la calidad de publicidad ayudará a aumentar la preferencia de la marca.

9.La promoción: realizar estrategias de promociones que sean dirigidas al grupo objetivo, logran influir positivamente la percepción de la marca y sus productos, logrando un mayor éxito comercial ante la competencia.

10.Colores del producto: los colores y la etiqueta o empaque generaran impresión ante el consumidor. Es por eso que la imagen influye en la compra y si se maneja con calidad será una ventaja para el posicionamiento de la marca.



Producto: Fragancia CH
Recuperado de: <http://www.oriental.ru/upload/iblock/37f/37f53157f9d141b85557b99998435d5.jpg>

Marca: Carolina Herrera
Recuperado de: <http://acceso.siweb.es/content/974444/marcas/descarga.png>

CH

CAROLINA HERRERA



Empaque: Fragancia CH
Recuperado de: <http://cdn3.primor.eu/20505-thickbox/ch-for-women.jpg>



100 ML
Eau de toilette
CH
Q. 1149.00



50 ML
Eau de toilette
CH
Q. 839.00



30 ML
Eau de toilette
CH
Q. 589.00

Precio: Fragancia CH. Perfumerías Fetiche
Recuperado de: https://www.soyfetiche.com/marca/carolina_herrera/ch/

IDENTIDAD CORPORATIVA

(Costa, 1993, p.15) indica que la identidad corporativa es un sistema de signos que facilita el reconocimiento y notoriedad de una empresa u organización de la demás. Los signos de la identidad corporativa son de diversa naturaleza:

- Lingüística: en donde el nombre de la empresa es un elemento verbal donde el diseñador lo convierte en un logotipo.
- Icónica: es la marca gráfica o distintivo figurativo de la empresa.
- Cromática: son los colores que la empresa posee como distintivo emblemático.

La aplicación y uso de los signos de identidad generan el efecto de constancia en la memoria del mercado. “Esta constancia en la repetición, logra una mayor presencia y aumenta la notoriedad de la empresa en la memoria del público.”

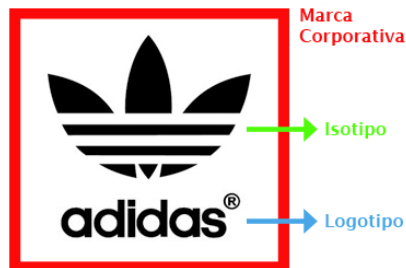


Identidad corporativa de Internationale Spieltage SIPEL
Recuperado de: <https://republicadelbranding.wordpress.com/2012/07/31/jugando-con-el-branding-la-identidad-corporativa-de-internationale-spieltage-sipel/>

MARCA, LOGOTIPO, SLOGAN

El logotipo puede definirse como la versión gráfica del nombre de una marca. En donde, se le pueden sumar características o detalles, los cuales incorporan atributos a la identidad institucional; como, por ejemplo: la tipografía, la cual “posee una dimensión semiótica no-verbal, icónica, que incorpora por connotación significados complementarios al propio nombre.” Al nombre y al logotipo se le suma con frecuencia un signo no verbal que es el isotipo. Su función es facilitar el reconocimiento de la marca y diferenciarla de la competencia. (Chaves, 2006, p.45 y 46).

Según Jiménez (2013) la marca y el logotipo son de gran importancia para cualquier empresa o producto que se quiera lanzar al mercado, puesto que es la forma en la cual se logra diferenciar el producto del de la competencia, de esta manera también los consumidores sabrán diferenciarlos.



Ejemplo de marca, logotipo e isotipo de Adidas.
Recuperado de: <https://marcandoanálisis.com/2014/01/30/marca-logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo/>

MARCA

Peréz (2014) indica que el nombre del producto es un elemento básico de identidad y diferenciación del mismo. En cuanto a la marca es un signo, término o símbolo que sirve para: a) Identificar los productos o servicios de una empresa. b) Distinguir a la empresa y sus productos de la competencia. c) Transmitir de forma consistente los atributos, características y beneficios en cada compra.

(Costa, 2004, p.25) indica que “marcar no es sólo estampar, sellar un signo sobre un producto. Es también un acto de bautismo. El producto hace nacer a la marca, y ésta, al llenarse de valores gracias al producto, crea valor por sí misma.”

Una marca exitosa debe cumplir con cinco aspectos: 1) política de calidad, 2) actitud de innovación, 3) correcta gestión corporativa, 4) una posición en el mercado y 5) un significado para el público. “Un producto sin imagen de marca, sin una misión, y una ambición, no significa nada.”

Tipos de marcas:

-Marcas nominativas: formadas solamente por elementos como letras, números o signos.

-Marcas mixtas: formadas por una o más palabras y una o varias imágenes.

LEVI'S Reebok

Ejemplos de marcas nominativas.

Recuperado de: LEVI'S: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentImages/trade_marks_examples/Word_mark/Example3.jpg REEBOK: <https://mercablogtecnia.files.wordpress.com/2010/08/logo-reebok.jpg>



-Marcas figurativas: compuestas por figuras, dibujos, representaciones gráficas o un isotipo.

Ejemplos de marcas mixtas
Recuperado de: <http://cdn22.paredro.com/wp-content/uploads/2013/02/Imagen-44.png>



Ejemplos de marcas figurativas

Recuperado de: <https://pbs.twimg.com/media/BQX98u9CQAM99Uo.jpg>

LOGOTIPO

Según Pérez (2014) el logotipo es un signo gráfico que identifica a una empresa, un producto comercial o alguna entidad pública o privada. Para que un logotipo sea exitoso debe ser:

- Legible
- Escalable
- Reproducible
- Distinguible
- Memorable



Ejemplos de logotipo exitosos.
Recuperado de: <https://www.arturogarcia.com/wp-content/uploads/logotipos-memorables.jpg>

SLOGAN

Entrepreneur en español (2017) indica que un eslogan o *slogan* es un término que identifica una marca con una

frase sencilla que describa la calidad del producto, logrando que el consumidor lo pueda diferenciar y recordar. Para que los consumidores logren recordarlo, es necesario que sea sencillo y debe relacionarse con la empresa, ya sea directamente en donde se menciona cualidad o beneficios de la misma o indirectamente transmitiendo la personalidad de la marca por medio de una técnica emocional. Los tipos de *slogan* son:



Slogan descriptivo. Indica que ecoPetrol es una empresa de energía.
Recuperado de: http://1.bp.blogspot.com/_7pHZ9g_VzgU/S6krEw1q2GI/AAAAAAAAAE8/B26_UWsq_D0/w1200-h630-p-k-no-nu/ECOPEPETROL_SLOGAN_Vertical_positivo.jpg

- Descriptivos: describen a lo que se dedica la empresa.
- Emocionales: expresan un sentimiento relacionado con la



Slogan emocional. Indica que Coca-Cola es una marca que provee emociones como la felicidad.
Recuperado de: <http://www.ad-pure.com/wp-content/uploads/2016/02/coca-cola2.jpg>

ILUSTRACIÓN

Zeegen (2009) indica que la ilustración es una disciplina que se encuentra entre el arte y el diseño gráfico puesto que frecuentemente se le refiere como arte gráfico. También se le describe como arte comercial puesto que muchas ilustraciones son creadas para un cliente con un fin de satisfacer sus necesidades.

Actualmente los ilustradores son requeridos no solamente para comunicar, persuadir, informar, educar y entretener, sino que para realizar esto con claridad, visión, estilo y con un punto de vista personal.

Según la Real Academia Española -“RAE”- (2014), ilustrar significa dar luz al entendimiento, aclarando un punto con palabras, imágenes o de otro modo, se trata de acompañar un texto con grabados alusivos al texto.

Ane Diseño (2012) indica que ilustración es un complemento gráfico que realza un texto, se podría decir que se producen imágenes que transmiten un mensaje. El uso que se le ha dado a la ilustración actualmente es dentro de la publicidad y en libros de texto.

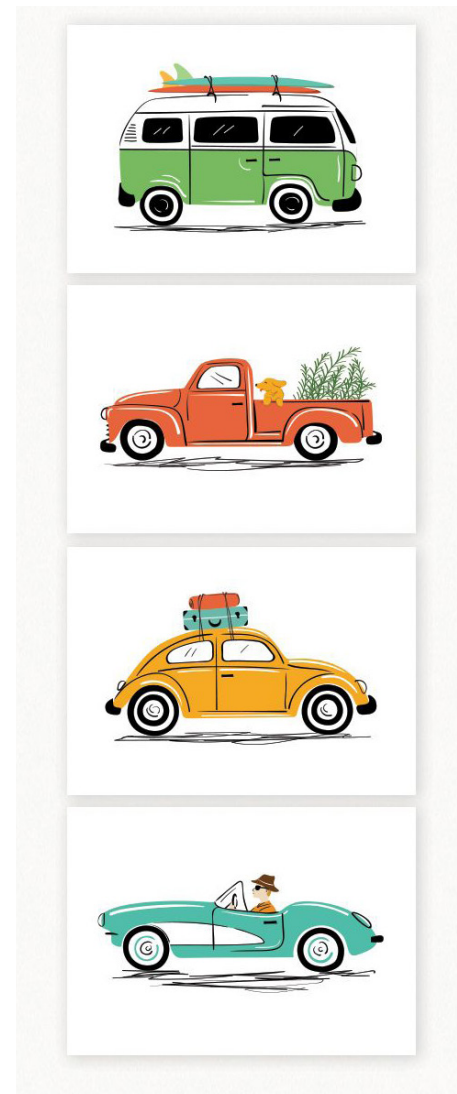


Ilustración de LucyLovesPaper.
Recuperado de: <https://www.etsy.com/es/listing/230665391/ilustraciones-de-coches-lindo-arte-de>

Según el ilustrador Oscar Chichoni (2012), en la ilustración, existe siempre una carga narrativa más evidente y directa. “Por lo tanto, creo que una ilustración es una suma de calidad estética, buena técnica y originalidad narrativa”.

Para EcuRed (s.f) la ilustración en diseño gráfico es una imagen o un dibujo que acompaña a un texto o documento con el fin de complementar el mismo, haciendo que el lector comprenda claramente el mensaje que se quiere comunicar en el texto. Afirma que la ilustración primeramente se utilizó para fines publicitarios como: carteles, anuncios de productos, portadas de libros, comics o en cuentos infantiles.



Ilustración de Ilka Meszely.
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/79376012163793374/>

PARA QUÉ SIRVE ILUSTRAR

Según Fernández (2012) un ilustrador es parte del proceso de comunicación de una idea, producto o concepto que se pretende hacer llegar a un consumidor final, sea para vendérselo a cambio de dinero o para comunicárselo, con una intención social determinada por un cliente o una agencia de comunicación.

Por ello, ilustrar no es lo mismo que dibujar. Un dibujante es libre de trazar aquello que desee. Un ilustrador está sometido a una visión comercial en cuanto a los resultados, ilustrar sirve para vender comunicado.

COMUNICAR ILUSTRANDO

Comunicar es dialogar, hablar, compartir y ofrecer un resultado, producto u opinión. Ilustrar es contar, a través del dibujo, una historia que se necesita comunicar (Fernández, 2012).

Afirma que comunicar ilustrando es contar una historia que se cuenta por medio de ilustración, respondiendo una necesidad. Las ilustraciones aportan un valor añadido a un producto puesto que poseen el estilo personal del ilustrador.



Las ilustraciones de Henn Kim son ejemplo de que con la ilustración se puede comunicar una idea gráficamente.
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/460000549424999589/>

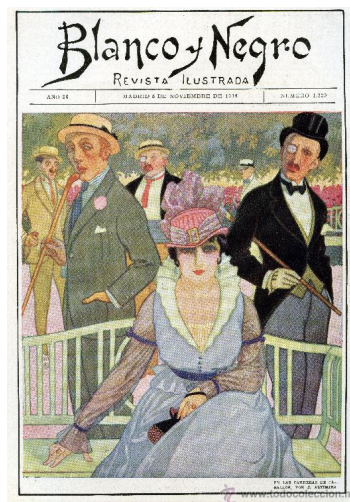
Fernández (2012) indica que hasta finales del siglo XIX, la ilustración no se consideraba como un arte más. No ocurre hasta la llegada de los impresionistas cuando, junto con la fotografía, se comienza a llamar a la ilustración como un arte, similar al de la pintura académica, cuya creación es consecuencia directa de las doctrinas de una academia contemporánea de arte.

La ilustración se considera como un arte popular, algo que se logró gracias al impulso que le dieron a la revista americana LIFE en Estados Unidos y Blanco y Negro en España, en las primeras décadas del siglo XX.



Portada de revista LIFE de 1956.

Recuperado de: <http://www.milanuncios.com/otros-coleccionables/revistas-life-1956-1957-86527811.htm>



Revista Blanco y Negro de 1916.

Recuperado de: <http://www.todocoleccion.net/coleccionismo-revistas-periodicos/revista-blanco-negro-ano-1916-n-1329-5-noviembre-revista-cronica-social-anuncios-epoca-x27884627>

DISEÑADORES E ILUSTRACIÓN

Afirma que en 1950 los diseñadores gráficos se introdujeron al mundo de la ilustración puesto que hubo un momento en el que la ilustración, pintura y diseño tuvieron una gran relación gracias a la tendencia dentro de las escuelas de arte, en donde los diseñadores recibían formación en dibujo y tipografía, en el arte de dibujar familias tipográficas.

Los diseñadores introdujeron cambios conceptuales dentro de la ilustración puesto que los efectos finales son impactantes y poseen un carácter comunicativo directo.



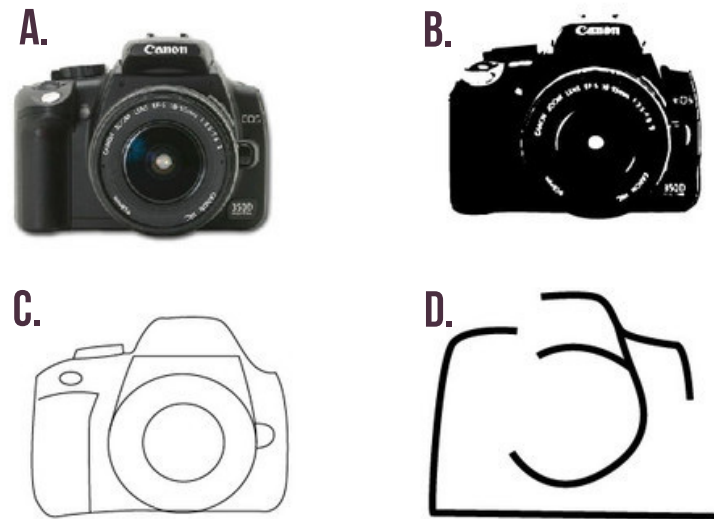
Dr. Alderete Ilustrador y diseñador gráfico argentino.

Recuperado de: <https://www.idat.edu.pe/blog/10-disenadores-graficos-famosos-que-debes-conocer/>

NIVELES DE ICONICIDAD Y ABSTRACCIÓN

Para Fernández (2012) cuando se realiza una imagen o ilustración al representarla, se mezcla el interés del cliente que la encarga, el lenguaje del propio usuario al que se dirige y un toque del estilo del diseñador.

Los niveles de iconicidad pueden ser altos, cuando la representación es casi fotográfica; se puede aplicar a cualquier medio o documento. El nivel medio es cuando lo interpretamos, y bajo, cuando el resultado se acerca a lo esquemático puesto que este nivel es utilizado mayormente para ilustraciones destinadas a constituir un manual de uso de algo, en donde predomine la imagen frente al texto, también puede ser utilizado en los libros infantiles en donde no es necesario mayor detalle. En cuanto a la abstracción se puede decir que es la característica o estilo que no intenta reproducir de igual manera un determinado objeto. Se intenta conservar la estructura pero no los detalles.



Niveles de iconicidad y abstracción de una cámara fotográfica.

- A. Se puede apreciar un alto nivel de iconicidad y bajo nivel de abstracción, puesto que la representación es fotográfica.
- B. Se aprecia un alto nivel de iconicidad y un nivel de abstracción medio.
- C. Se muestra un nivel medio de iconicidad y un nivel bajo de abstracción.
- D. Se puede distinguir un nivel bajo de iconicidad y abstracción.

Recuperado de: <https://tooscreativos.wordpress.com/tag/grados-de-iconicidad/>

GÉNEROS DE LA ILUSTRACIÓN

Según Arteneo (2015) hay nueve géneros ilustrativos los cuales son:

- **Narrativo:** se basa en la organización de diferentes ilustraciones para apoyar un guion o texto predeterminado, aportando una secuencia de narración.
- **Infantil:** son ilustraciones sencillas sin mucho detalle y tonos suaves puesto que son representaciones gráficas que se adaptan al lector en cuanto a imagen y narrativa.
- **Publicitario:** el objetivo de la ilustración publicitaria es el de vender un producto o servicio, debe ser llamativo y poseer gran eficacia para captar la atención del grupo objetivo y vendiendo visualmente el producto o servicio.



La liebre y la tortuga. Ilustración narrativa/infantil.

Recuperado de: <http://ilustracioneditorialpublicitaria.blogspot.com/p/ilustradores-importantes.html>



Ilustración publicitaria de la ilustradora y diseñadora gráfica

Anna Anjos para Coca-Cola.

Recuperado de: <http://nfgraphics.com/anna-anjos/>

- Moda:** la ilustración y la fotografía abarcan una gran importancia dentro de la moda. Varios diseñadores de moda primeramente producen sus prendas por medio de un sketch o ilustración en la cual captan la forma de la prenda, el tono y la actitud de la modelo.



Ilustración de básica de moda.

Recuperado de: https://assets6.domestika.org/project-items/000/656/346/andra_cora-SS-sketch_10-big.jpg?1408535163

- Cómic:** los cómics son historias gráficas en donde se mezcla guion e imagen; para ellas existen variedad de estilos de ilustración.



Ilustración de cómic

Recuperado de: <http://dibujoypinturaganada.com/producto/curso-dibujo-ilustracion-comic/>

- Ilustración de portada:** este género es importante puesto que si la imagen gráfica de un libro es bastante llamativa e impactante una persona puede llegar a comprar un libro sin importar su contenido.



Portadas de revistas intervenidas por ilustración

Recuperado de: <http://originalgraphicdesing.blogspot.com/2015/05/portadas-de-revistas-de-moda-con.html>



Ilustración decorativa en botellas de Absolut Vodka.
 Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/516014069782202658/>



Ilustración de humor gráfico.
 Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/26951297749398874/>



Ilustración conceptual de John Holcroft.
 Recuperado de: <http://creativehatter.com/ilustracion-conceptual-de-john-holcroft/>

- Decorativa: la ilustración tiene el poder de captar la atención e interferir en los sentimientos del lector, es por eso que embellecer por medio de imágenes es una parte fundamental del diseño.
- Conceptual: es un tipo de ilustración muy creativo, libre y no está atado a ningún texto proporcionado; es una idea personal en la cual el ilustrador está interesado y se propone ilustrar.
- Humor gráfico: es una ilustración con ingenio y humor, por lo general la técnica es caricaturesca.

MEDIOS O TÉCNICAS DE ILUSTRACIÓN

Salisbury (2005) señala que existen varios medios o técnicas de ilustración:

- **Tinta:** es una técnica que requiere de mucha calidad en trazos lineales que se realizan espontáneamente. Esta técnica era muy popular en la antigüedad haciendo uso de una plumilla y tinta, pero en la actualidad existen varios rotuladores que permiten una variedad de grosores.

- **Lápiz y carboncillo:** esta técnica se utiliza principalmente para elaborar retratos o ilustraciones de figura humana en la cual se juega con la intensidad de tono para realizar sombras y profundidad.

- **Lápices de color:** es una técnica fácil de utilizar la cual aporta estilo y sentimiento a la ilustración; tiene como ventaja la posibilidad de ilustrar con mucho detalle puesto que los colores no se mezclan, sino que se superponen.

- **Marcadores o rotuladores:** técnica que ofrece un acabado limpio y de calidad. Los marcadores más utilizados son los que contienen una base de alcohol ya que permiten trabajarse por superposición de tonos sin que se mezclen.



Ilustración: técnica tinta china de Mariusz Szmerdt.
Recuperado de: <https://fineartamerica.com/profiles/mariusz-szmerdt.html>

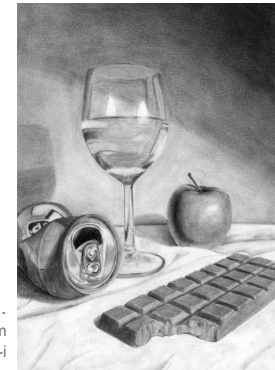


Ilustración: técnica a lápiz.
Recuperado de: <http://www.mschangart.com/drawing-and-painting-i>



Ilustración: técnica crayón de Damien Florebert.
Recuperado de: <http://www.fubiz.net/2016/04/28/nice-crayon-editorial-drawings-by-damien-cuypers/>



Ilustración: técnica marcador.
Recuperado de: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/57/c0/8a/57c08ad2c289b2dea99ad2c469573a14.jpg>

•**Pastel:** generalmente se utiliza esta técnica en grandes superficies puesto que realizar detalles con esta técnica resulta de gran dificultad; el pastel es lo más cercano a un color puro, y se obtienen coloraciones densas y saturadas y el efecto que se consigue con la técnica es una superficie aterciopelada.

•**Acuarela:** dentro de la ilustración esta técnica es muy popular puesto que es bastante funcional, permite un alto grado de detalles, fácil utilidad, versatilidad y es bastante práctica. Los colores se diluyen en agua y se convierte en tonos transparentes. La mezcla entre colores es bastante fácil y es una técnica de secado rápido.

•**Acrílico:** la técnica de pintura con acrílico aporta textura y efectos ópticos. Los colores acrílicos son brillantes e intensos, son de secado rápido y la técnica es bastante versátil, apta para combinar con otras técnicas de ilustración.



Ilustración: técnica acuarela de Barbara Fox.
Recuperado de: <http://www.dailypaintworks.com/fineart/barbara-fox/52f75df0-84ef-4b33-aa64-e09aaa1ff4f0>



Ilustración: técnica pastel .
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/117304765276169682/>



Ilustración: técnica acrílico.
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/563090759643551115/>

•**Óleo:** es una técnica de representación realista, es por eso que no es muy común utilizarla como técnica de ilustración, además, es una de las desventajas ya que tarda en secarse y libera toxinas. Es por eso que en la actualidad se utilizan pinturas a base de agua que ofrecen el mismo acabado.

•**Collage:** se trabaja con la yuxtaposición de superficies en las cuales se juega con formas, colores, texturas y tamaños dando lugar a una composición interesante; esta técnica es muy utilizada en la ilustración para libros infantiles.

•**Digital o Informática:** son ilustraciones realizadas en un ordenador en donde existen varios programas que realizan una simulación de las técnicas manuales pero la técnica vectorial es una de las más populares e interesantes en la actualidad. Otra forma de utilizar la técnica digital es escaneando una ilustración realizada a mano para añadir o mejorar colores, líneas y acabados.



Ilustración: técnica óleo.
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/76561262395827846/>



Ilustración: técnica collage de Marcelo Monreal.
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/88242473927837038/>



Ilustración: técnica digital de Malika Fabre.
Recuperado de: <http://www.baubauhaus.com/image/42214>

USOS O TIPOS DE ILUSTRACIÓN

Ecured (s.f) indica que hay cuatro usos o tipos de la ilustración dentro del lenguaje visual:

- **Ilustración científica:** imágenes realistas que acompañan un texto y que facilitan la comprensión de textos científicos como por ejemplo anatomía e ingeniería.
- **Ilustración literaria:** ilustraciones que acompañan un texto literario, es muy popular dentro de libros infantiles haciendo uso de la caricatura y dibujos fantásticos.
- **Ilustración publicitaria:** ofrece información sobre un producto o servicio y se aplican sobre etiquetas, empaques, envases, folletos y carteles.
- **Ilustración editorial:** es la ilustración que se utiliza dentro de periódicos, revistas, páginas web, portadas de cd's, carteles etc.

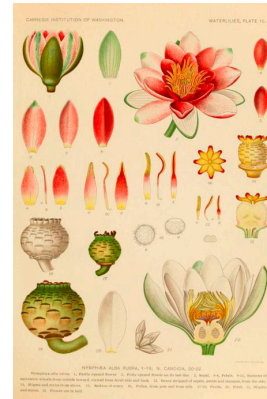


Ilustración científica.
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/16044142396823269/>



Ilustración literaria infantil.
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/307159637068764099/>



Ilustración publicitaria de Oscar Llorenz.
Recuperado de: <https://www.domestika.org/es/courses/47-ilustracion-expres-con-illustrator-y-photoshop>



Ilustración editorial.
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/252694229063405995/>

LA ILUSTRACIÓN DENTRO DEL DISEÑO GRÁFICO



Ilustración en diseño gráfico

Logotipo intervenido por ilustración (isologotipo).

Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/721420434030697857/>

López (2016) *“La ilustración por sí misma forma parte del diseño; ya que podría considerarse el inicio del diseño gráfico y el final del arte; pues la ilustración tiene su fortaleza en la facilidad de transmitir un mensaje de una manera más amena y hasta entretenida.”*

López indica que muchas veces dentro del diseño gráfico se tienen ideas en las cuales la ilustración es la mejor aliada del diseño puesto que es una técnica, versátil e inmediata donde se obtienen resultados de calidad que en otras técnicas no serían posibles, además siempre se involucra una parte de arte tradicional que le da un estilo propio y creativo.



Ilustración en diseño gráfico

Fotografía intervenida por ilustración.

Recuperado de: https://www.pinterest.com/pin/AcxG78ctTyTv-VVEw1rRleR-HOIQ_Net2F-aUYWfW_9taFtgp8FRB0H4/

Según Idep Barcelona (2014) la ilustración es una de las disciplinas más destacadas dentro del ámbito gráfico, artístico y empresarial; es una herramienta fundamental en proyectos de diseño gráfico, diseño audiovisual, moda, comunicación y otras ramas en las cuales se pretende potenciar las técnicas manuales de dibujo mezclándolas con las últimas tecnologías digitales logrando así transmitir un mensaje de una manera más creativa y funcional.

ILUSTRACIÓN EN PRODUCTOS DE MODA

Álvarez (2012) *“la ilustración de modas consiste en crear una imagen que cumpla con las expectativas del cliente y al mismo tiempo transmita un mensaje”*.

Según Coutureonpaper (2012) los diseñadores de moda siempre han estado ligados a la ilustración; la ilustración de moda puede variar puesto que, se pueden encontrar representaciones de prendas de vestir bastante técnicas y obras con un contenido abstracto.

En la década de 1920 las revistas de moda Vogue y Harper's Bazaar comenzaron hacer uso de ilustraciones como medio creativo e innovador de propagar noticias de moda. Entre los años 40 y 50, Alfredo Bouret realizó variedad de campañas publicitarias para marcas como: Dior, Chanel y Balmain, haciendo publicaciones en Vogue y Glamour. En los años 60 y el comienzo del arte pop, la ilustración cambio a un arte abstracto y colorido, uno de los representantes más importantes de la época fue Andy Warhol quien fue ilustrador de zapatos en varias revistas. A partir del año 70 a la actualidad la ilustración se ha vuelto bastante popular en la cual se generan estilos y técnicas diferentes haciendo de la ilustración de moda un arte cada vez más rico.



T-shirt intervenida con ilustración.
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/542613455089184141/>

Ilustración en productos de moda de Gypsy Warrior.
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/602356518880541443/>



Ilustraciones de Alfredo Bouret
Paris Vogue November 1955.
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/566820303080616620/>

ILUSTRACIÓN DE PERSONAJES HUMANOS

Fernández (2012) afirma que para poder modificar, simplificar, manipular y crear nuevas formas es clave saber entender, comprender y dibujar la composición real de la figura humana. Para dibujar bien un personaje humano se debe dominar la perspectiva, la proporción y la simetría. A partir de ese conocimiento, sin olvidar la anatomía real, se puede crear y generar personajes humanos donde se proyectará visualmente su carácter y acción.

EL ROSTRO: para los ilustradores el rostro es una ventana en la cual se reflejan sensaciones, cuando se dibujan rostros humanos en los que se busca realizar una representación cercana a la realidad se debe cuidar la simetría, proporción y equilibrio. No se deben exagerar las expresiones y se deben perfilar los rasgos con precisión (Fernández, 2012).



Ilustración de personaje humano.
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/14777505008783311/>

PERSONAJES, ANIMALES Y PLANTAS

Fernández (2012) afirma que al dibujar animales se deben cuidar las proporciones y alturas con respecto a los demás personajes que se incluyan en la composición, puesto que si se trabaja en una composición en donde se juntan animales y personas, la medida en cabeza será la del personaje humano principal y ésta se utilizará con todos los personajes, sean animales o no.

Si se aplican cualidades humanas a un objeto inanimado, un animal o una planta, o si se combinan partes de estos a la par que también se les aplica alguna forma de personificación, se estará realizando un personaje antropomórfico, que en casos como las novelas gráficas también pueden denominarse humanoides. Al igual que en los personajes humanos, es clave saber de anatomía humana en este caso también lo es el estudio de las formas orgánicas, sean animales, vegetales u orgánicas, aparte de toda máquina que haya sido creada por el hombre o su imaginación.

No existen normas del nivel de antropomorfismo de un personaje ya que eso es decisión del ilustrador.

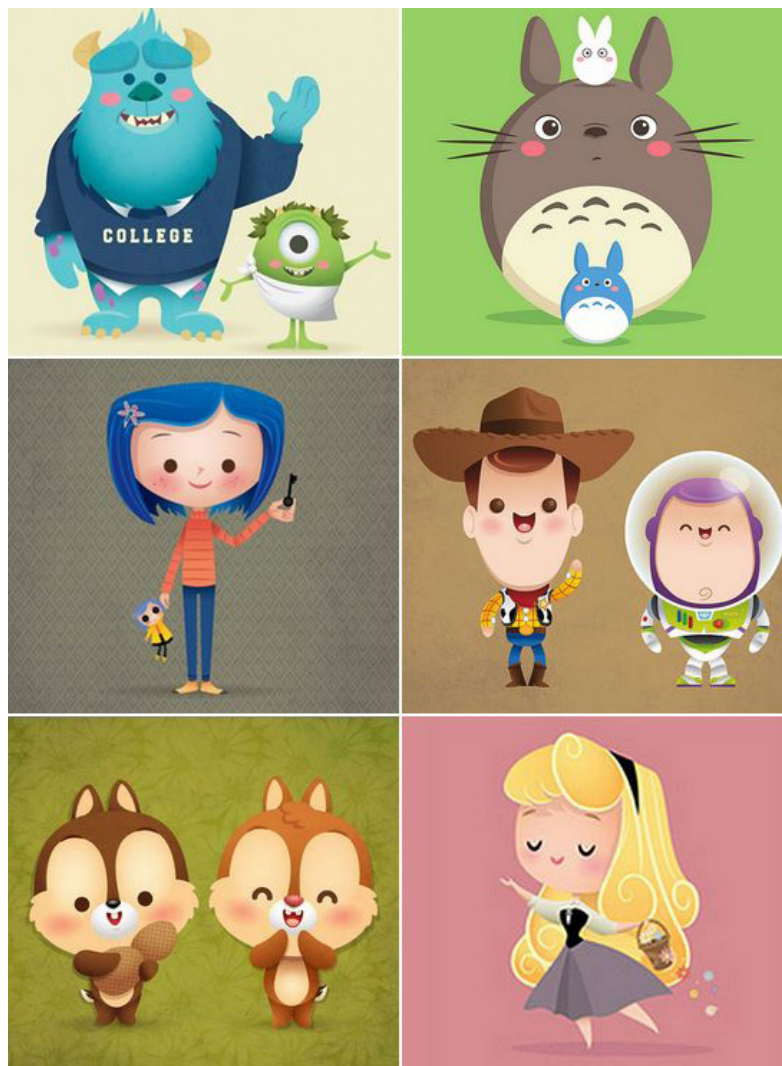


Ilustración de personajes y animales
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/419960733989059073/>

SISTEMAS DE IMPRESIÓN PARA T-SHIRTS

SERIGRAFÍA

•Directa

La serigrafía es la técnica de impresión más utilizada en la actualidad, ya que con la serigrafía se puede imprimir sobre cualquier tipo de soporte, no importando el tamaño, espesor y forma. Consiste en utilizar una pantalla compuesta de una tela natural como la seda, sintética como el nylon, o metálica como el acero inoxidable, tensada en un marco de madera o metal. (Caza, 1983, p.10 y 11). El paso de la tinta se bloquea en las áreas donde no habrá imagen mediante una emulsión o barniz, quedando libre la zona donde pasará la tinta. (Impresión-A imprenta, 2014).

La serigrafía es una técnica simple, pero el desarrollo y aplicaciones de la misma es muy complejo. Las aplicaciones se pueden realizar sobre cualquier objeto, sin importar su forma como: planos, cilíndricos, ovalados y hasta irregulares. Los soportes pueden ser variados como: metal, papel, vidrio, cartón, plástico, cerámica, cuero, tejidos etc. En cuanto a telas existe una elección variada tanto en su composición como en su textura: sedas naturales o metálicas, tejidos sintéticos, híbridos metalosintéticos etc. (Caza, 1983, p.12 y 13)



Impresora: Azon Extreme Printing.
Serigrafía Directa de t-shirts ilustradas.
Recuperado de: http://garmentprint.ru/my_images/azon_tex_pro.jpg

(Cattaneo, 1984, p.7) indica que en cuanto a el acabado de las tintas utilizadas en la serigrafía existen una variedad de opciones como: brillantes o satinadas, mate, metálicas, fluorescentes o fosforescentes. Además, hay variedad de tonos y transparencias de las mismas.

Según Cattaneo “en el desarrollo de una obra gráfica impresa en serigrafía el aspecto más importante es la estrecha relación del artista con el taller”, el resultado de una gráfica es producto de la unión entre la estética y la técnica, en donde el artista toma distintas decisiones como, por ejemplo: la elección de las tintas y decide si las pruebas previas a la edición son o no de su agrado.



Serigrafía Directa de *t-shirts* ilustradas.
Recuperado de: https://www.myelements.es/s/cc_images/teaserbox_2457881429.jpg?t=1428484633

- Indirecta / serigrafía transfer o sublimación

Se aplica “el proceso de serigrafía en papel siliconado y la estampación del diseño se realiza al revés con la finalidad de que, al transferirlo a la prenda mediante una plancha térmica, el diseño quede correctamente posicionado”.

La impresión *transfer* es un método de impresión indirecto, en donde en lugar de imprimir tintas directamente sobre la prenda, éstas se imprimen sobre un papel, para después transferirlas con una plancha sobre la prenda.

Ventajas:

- Mejor resultado que la estampación en cuatricromía.
- Los colores salen exactos.
- Posibilidad de hacer pocas prendas
- Se puede colocar el transfer en distintas áreas de las prendas: pecho, espalda, arriba, izquierda etc.



Serigrafía indirecta / impresión *transfer*.
Recuperado de: <http://lospalalos.blogspot.com/p/transfer.html>

IMPRESIÓN DIRECTA TEXTIL

Según Rafasshop (s.f) La impresión directa textil sobre *t-shirts* es una de las técnicas más avanzadas en la actualidad, es lo más parecido a la serigrafía. Se realiza por medio de una impresora por ejemplo la “Kornit Avalanche Hexa” que en vez de imprimir en papel imprime sobre textil 100% algodón en alta definición con tintas especiales de gran durabilidad. Algunas de sus ventajas son:

- No hace uso de pantallas y fotolitos como la serigrafía, por lo que se pueden hacer pedidos desde una unidad.
- Permite imprimir diseños altamente complejos con degradados, fondos transparentes, y fotografías a todo color.
- Alta calidad de impresión y gran durabilidad.
- Ofrece un tacto más agradable que otras técnicas como serigrafía y vinilo.



Impresora directa textil
“Kornit Avalanche Hexa”.
Recuperado de: <https://rafasshop.r.worldssl.net/media/wysiwyg/rafasshop/kornit-avalanche-hexa.jpg>

EXPERIENCIA DESDE DISEÑO NÚM. 1 ILUSTRACIÓN EN T-SHIRTS: THREADLESS NESTOR GÓMEZ “SOLOYO”

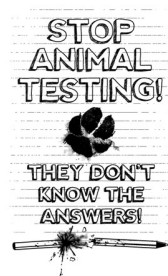
Existen variedad de sitios en los cuales ilustradores mandan su diseño y la empresa se encarga de vender los diseños estampados sobre *t-shirts*; esta es una forma fácil y comercial para varios ilustradores de obtener ganancia de sus diseños. Un ejemplo de este tipo de plataforma es: Threadless.

Creativos Online (2010) informa que Threadless es una tienda en línea que se especializa en la venta de *t-shirts* estampadas con diseños que varios artistas e ilustradores les mandan. Al recibir un diseño, se expone en la web dejando que los usuarios voten y dependiendo la votación Threadless estampara el diseño en sus *t-shirts* para venderlas dentro de sus tiendas y en su página web, con esto

los diseñadores obtienen una parte de la ganancia y tienen la posibilidad de llevarse distintos premios.

Como el caso del ilustrador guatemalteco Nestor Gómez (Soloyo) quien mandó dos diseños los cuales no tuvieron éxito, pero años más tarde su oportunidad llegó. Threadless abrió una sección de slogans en donde se debía mandar una frase de 54 letras o menos, Gómez participó y la compañía lo seleccionó para trabajar una línea de *t-shirts*.

En la actualidad Nestor Gómez lleva trabajando en Threadless en colaboración de otros ilustradores 4 años con un total de 21 de sus ideas impresas y a la venta en tiendas y en la página web de Threadless.(García, 2013).



Ilustraciones de Nestor Gómez para Threadless

Recuperado de: <http://www.esquisses.net/2013/07/nestor-gomez-soloyo-la-creatividad-es-una-actividad-comunitaria/>



NESTOR'S DESIGNS



2 To Tango
design by Nestor Gomez and
Andrea Garau



I'm Not a Tree
design by Nestor Gomez and
Phil Jones

My Sweet Tooth Never Listens
to My Wisdom Tooth
design by Nestor Gomez and



Conspiracy Theories
design by Nestor Gomez and
Victor Moral



Trick or Threat
design by Nestor Gomez and
Tal Zubalsky

Ejemplos de productos e ilustraciones realizados por Néstor Gómez para Threadless.

Página web de Néstor Gómez en Threadless.

Recuperado de: <https://www.threadless.com/made/nestor-gomez/>

EXPERIENCIA DESDE DISEÑO NÚM.2

ILUSTRACIÓN EN T-SHIRTS: THREADLESS

MEG HUNT

1001 camisetas (2017) en una entrevista a Meg Hunt, indica que es una ilustradora estadounidense, su meta es hacer feliz a la gente y ver su trabajo recorriendo el mundo ya que ama al 100% la ilustración, además afirma ser una persona tímida y por medio de la ilustración ha logrado transmitir gráficamente las cosas que le gustan.

La técnica que utiliza Hunt para sus ilustraciones es variada puesto que mezcla el arte tradicional y el digital. Ha experimentado con cualquier herramienta de arte, mezclando dibujo, pintura, *collage*, estampación y otras técnicas sobre hojas de papel para luego con ayuda de Photoshop mezcla y da forma a los elementos llegando al resultado final. Hunt indica que el color entre el arte original y el resultado final sobre camisetas se reproduce bastante bien e indica que el proceso de estampación que recomienda es serigrafía.

Aprovechando su talento y habilidad para la ilustración Hunt, al igual que el guatemalteco Néstor Gómez, plasma sus ilustraciones sobre *t-shirts* poniéndolas a la venta por medio de la plataforma Thredless, y ha logrado sacar provecho de ello.

En la actualidad Hunt publicó recientemente su primer libro de ilustraciones llamado “Interstellar Cinderella” y además realiza proyectos *freelance*, explorando con la animación y medios 3D para productos y galerías.



Logotipo y fotografía de Meg Hunt
Recuperado de: <http://meghunt.com/about>



Ilustraciones de Meg Hunt
Recuperado de: <http://showandtell.meghunt.com/>

MEG'S DESIGNS

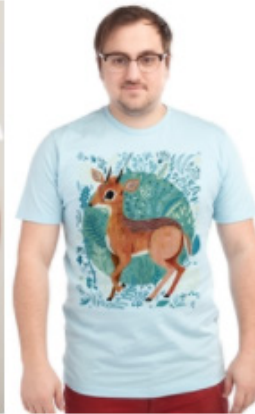


Tree House Warming
design by Meg Hunt
~~\$26~~ \$19



Cosmic Peacock
design by Meg Hunt
~~\$26~~ \$19

Little Miss Matryoshka
design by Meg Hunt
~~\$26~~ \$19



Dik-dik
design by Meg Hunt
~~\$26~~ \$19



Avian Delivery Service
design by Meg Hunt



In this City
design by Meg Hunt



Mobile Zoo
design by Meg Hunt



AEIOU
design by Meg Hunt



Owl Party
design by Meg Hunt
~~\$26~~ \$19

Crypto Parade
design by Meg Hunt
~~\$26~~ \$19

Ejemplos de productos he ilustraciones realizados por Meg Hunt para Threadless.

Página web de Meg Hunt en Threadless.

Recuperado de: <https://www.threadless.com/made/meg-hunt/>

DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a cada uno de los sujetos de estudio establecidos según la especialidad de cada uno.



JOSE MIGUEL MUÑOZ ESCOBAR
PIGMENTO: ARTE Y MODA

1. ¿Cómo inicia Pigmento?

Pigmento inicia con la necesidad de crear arte comercial y con el sueño de emprender y ser independiente laboralmente.

2. ¿Porque el nombre “Pigmento - Arte & Moda”?

Pigmento es la esencia del color - hacemos arte en confección .

3. ¿Cuál es el grupo objetivo de la marca?

Todo amante del arte contemporáneo y de la moda.

4. ¿Cuáles son los atributos o beneficios que ofrece la marca a los consumidores?

A la hora de adquirir una de nuestras prendas están comprando arte hecha exclusivamente por Pigmento.

5. ¿Qué metas se propuso en un inicio?

Cuidar los detalles, al crear la marca lo más importante son los detalles y lo que te hace destacar en la competencia.

6. ¿De qué manera se han cumplido?

Hay aún muchas metas por cumplir, pero las que hemos logra se basan en constancia, la constancia y paso a paso es la clave.

7. ¿Cuál ha sido el mayor reto o dificultad que ha superado como emprendedor?

Creo que todo en conjunto, cada parte de la empresa tiene su propio nivel de dificultad. Una dificultad fue el financiamiento, muchas veces es necesario pedir préstamos e incluso hacer uso del dinero propio.

8. ¿En dónde ve la empresa en 5 años?

Con tiendas físicas siendo competitivos con marcas grandes de Guatemala y vendiendo en el extranjero.

9. ¿En dónde ve la empresa en 10 años?

Siempre creciendo, teniendo tiendas en el extranjero sería una gran posición en 10 años.

10. ¿Qué cosa cambiaría de la empresa?

El crear una empresa por primera vez, es tener una serie de defectos que con el tiempo se van modificando.

11. ¿Qué hace que la empresa se diferencie de las demás que se dedican a lo mismo?

Como decía anteriormente, los detalles hacen la diferencia y siempre tener claro a donde quiere ir la marca. La creatividad, los detalles y mas que todo la esencia de marca, la cual tenemos muy claro.

12. ¿Quiénes son la competencia de Pigmento?

Veo como competencia a todas las marcas que crean ropa.

13. ¿Qué estrategia de *marketing* o comunicación se siguió para posicionar la marca en el mercado?

Dándole valor al producto a través del arte.

14. ¿Qué herramientas o recursos se necesitaron para posicionar la marca? ¿Y cómo ayudaron a lograrlo?

Teniendo un equipo y proveedores capacitados, teniendo claro el trabajo de cada uno.

15. ¿Se tomó como ejemplo alguna marca ya posicionada como guía para posicionar Pigmento? ¿Cual? ¿Porque?

Se utilizaron varios casos análogos, marcas similares a la nuestra y viendo tendencias.

16. ¿En cuanto a la imagen corporativa de la marca que se desea transmitir?

Que somos un equipo trabajando detrás de una marca.

17. ¿Quiénes conforman la marca (equipo de trabajo)?

Mis hermanos, lo cual se encargan mayormente en lo Administrativo y lo operativo.

18. ¿Cuál es el sistema para realizar un pedido?

Nos hablan por *inbox* Fb - eligen su producto - nos dan sus datos - se envía por mensajería en 48 horas - pago contra entrega.

19. ¿Qué piensa que los consumidores opinen acerca de la marca y sus productos?

Nos ayuda a saber nuestros errores, que les gusta y que no y mejorar.

20. ¿Considera que Pigmento se encuentra bien posicionada en el mercado? Si su respuesta es no, favor especificar las razones y lo que se necesita para lograrlo.

Pigmento es una marca relativamente joven, lleva tiempo lograr posicionar una marca.

21. ¿Se contrató un diseñador gráfico para la realización de logotipo, empaque, publicidad etc.? (Si su respuesta es no, favor especificar el proceso de elaboración del diseño y quien lo realizó)

Si, trabajamos con una agencia de publicidad

22. ¿Cómo se desarrolló la habilidad de ilustración?

Con el tiempo, el poder dibujar es una habilidad que se desarrolla con pura práctica.

23. ¿Cuál es tu estilo y como lo defines?

Mi estilo lo defino como tipo *sketch*, adquirí ese estilo a dibujar por estudiar Arquitectura.

24. ¿De dónde vino la idea de plasmar la ilustración en ropa?

Con mezclar lo que me gusta que es dibujar y crear un producto donde se pudieran hacer muchas cosas como la ropa.

25. ¿Qué técnicas y materiales utiliza para elaborar las ilustraciones? Describir

En un comienzo utilizaba papel y lápiz, después me pase a dibujar en digital y hoy en día casi solo uso mi Ipad para ilustrar.

26. ¿Cómo decide la temática o el personaje de las ilustraciones? Ejemplificar

No hay reglas a seguir, normalmente dibujo lo que me guste lo que está pasando en el momento, personajes, como por ejemplo a mí me gusta mucho Audrey Hepburn que fue uno de los personajes que inicié.

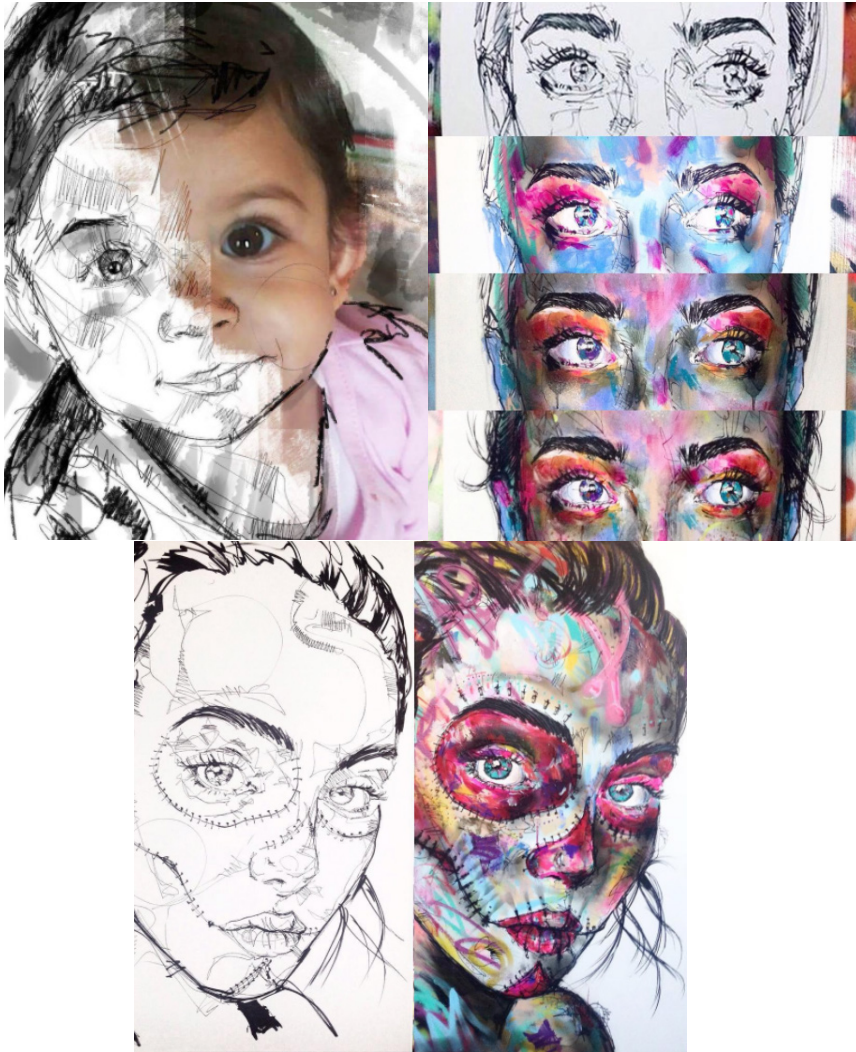
27. ¿Qué estilos o ilustradores admiras? ¿Porqué?

Admiro mucho el hiperrealismo, por la cantidad de detalles que logran crear, pero admiro más a los artista que logran crear su propio estilo.

28. ¿Qué proceso lleva realizar una ilustración? Ejemplificar

Inicio con buscar foto de referencia para poder concretar la idea y de ahí solamente es dibujar, puede que sean varias veces o solamente una a la hora de terminar y quedarme con el arte final que me guste.





Ejemplos del proceso de varias ilustraciones realizadas por José Miguel Muñoz Escobar
 Recuperado de: Página personal de Instagram :
https://www.instagram.com/jose_miguel_m/

29. ¿Qué programa o aplicación utiliza para elaborar las ilustraciones? ¿Qué versión?

PS cs6.

30. ¿Qué tipo de impresión utiliza?

Utilizamos de todo, dependiendo el diseño y el tipo de tela, es variante entre serigrafía, impresión textil o sublimado.

31. ¿Qué máquina o impresora se utiliza?

Dependiendo el tipo de diseño.

32. ¿Con qué empresa se trabaja la impresión de las t-shirts?

Nosotros los realizamos.

33. ¿Con qué frecuencia manda a imprimir productos y en qué cantidad?

Manejamos un *stock* depende la temporada, es variante.

34. ¿Quién es su proveedor de *t-shirts*?

Tenemos varios proveedores, a la hora de que uno no cumpla pedimos a otros.

35. ¿De qué material son las *t-shirts*?

Depende el diseño , normalmente son de algodón y un poco de poliéster.

36. ¿Por qué en un inicio el único color disponible de *t-shirt* era el blanco?

Nos gusta resaltar el arte de la playera.

37. ¿Actualmente ha incorporado otros colores de *t-shirts* a la marca?

Solamente el negro y el gris formalmente.

38. ¿Con que marcas o empresas Pigmento ha realizado un proyecto en colaboración? Especificar el tipo de proyecto.

Solamente con Estilo Quetzal.

39. ¿Con que marcas o empresas le gustaría realizar un proyecto en colaboración a futuro? Especificar la razón.

No tengo en mente alguna, pero siempre que sea una marca guatemalteca sería un gusto.

40. Consejo en cuanto a emprendimiento e ilustración.

Iniciar, creo que el primer paso es iniciar, también trabajar todos los días, la perfección crea trabajando todo los días y practicando.



SERGIO MORALES (KUUL KIDD)
THE KIDD

1. ¿Cómo desarrolló la habilidad de ilustración?

Desde pequeño he dibujado y ha sido mi forma de expresar lo que veo y siento.

2. ¿De dónde nace la idea de plasmar la ilustración en ropa y formar una marca?

El poder plasmar esas ideas en algo tangible y tan personal como lo es la ropa.

3. ¿Qué técnicas y materiales utiliza para elaborar las ilustraciones? Describir

Imaginación, lápiz, papel, escáner y computadora para hacerlo digital.

4. ¿Cuál es su estilo y cómo lo define?

No sé si tengo un estilo en específico, pero sí tendría que definirlo diría que es sucio.

5. ¿Qué estilos o ilustradores admira?

Admiro mucho el trabajo de Mcbees y Keaton Henson.

6. ¿Qué proceso lleva realizar una ilustración? Ejemplificar
Primero que nada, encontrar inspiración, luego buena música y después plasmar lo que sale de la cabeza en papel o digital.

7. ¿Cuál fue el proceso para comenzar la empresa?

Las ganas de expresarme y utilizar la marca como una herramienta para lograrlo.

8. ¿Cuál ha sido el mayor reto o dificultad que ha superado como emprendedor?

La falta de apoyo y en el caso de las playeras, la falta de materiales y recurso para realizar las ideas.

9. ¿Qué hace que la empresa se diferencie de las demás que se dedican a lo mismo?

Mi ingenio.

10. ¿Qué tipo de ilustraciones considera adecuadas para *t-shirts*?

Pues la diversidad es buena y tiene que haber de todo para todos los gustos, no creo que tenga que encasillar la creatividad de alguien en algún estilo “adecuado”.

11. ¿Cómo ilustrador qué opina sobre las ilustraciones realizadas por Pigmento?

Me gusta, me parece muy interesante el portar verdadero arte en ropa.

12. Consejo en cuanto a emprendimiento e ilustración.

Hacer lo que a uno le gusta genuinamente para que salga de la mejor manera.



Ejemplos de t-shirts de la marca The Kidd. Realizadas por Kuul Kidd.
Recuperado de: Página de facebook "The.kidd"
https://www.facebook.com/pg/kuulkidds/photos/?ref=page_internal



GLORIA ESCOBAR Y LUIS QUINTANA ESTILO QUETZAL

1. ¿Qué es Estilo Quetzal?

Somos una firma de productos de diseño cuya mayor inspiración es Guatemala. Nuestros productos son accesorios personales para hombre y para mujer, con detalles realizados a mano por artesanos guatemaltecos.

Nuestra misión se enfoca en valorar y apreciar cada producto hecho a mano para contribuir a la mejora y desarrollo del sector artesanal en Guatemala, lo que proporciona beneficios a largo plazo para las comunidades involucradas. Uno de nuestros mayores objetivos es resaltar la cultura de nuestro país a través de la historia que cuenta cada uno de nuestros productos.

En Estilo Quetzal creemos que el empeño que se coloca en cada lienzo tejido a mano es algo más allá de una “tela”, intrínseco va una cultura de la cual somos parte, que debemos de exaltar y estar orgullosos de ello.

2. ¿Cómo surgió el interés de trabajar con la marca Pigmento?

Como empresa guatemalteca orgullosa de nuestro país, siempre nos ha gustado trabajar de la mano de marcas y/o empresas con nuestro mismo pensamiento. Vimos en la marca Pigmento una excelente oportunidad de fusionar la cultura guatemalteca con el arte y una manera diferente de expresarla.

3. ¿Cuántos productos han sido realizados en colaboración con Pigmento? ¿cuáles han sido? Describir

Hemos trabajado 5 diferentes ilustraciones que se han aplicado a 3 productos: Playeras, sudaderos y camisetas.

4. ¿Cuál fue el concepto al realizar la línea de productos trabajada en conjunto con Pigmento? Describir

La colección RAÍCES de Estilo Quetzal, es la suma de los elementos más sobresalientes de nuestra Guatemala, un reencuentro con las huellas que marcan nuestra historia, las raíces de nuestra cultura. Y en la línea de playeras, sudaderos y camisetas que complementa toda la colección, el objetivo era resaltar nuestras raíces mostrando el colorido de nuestra Guatemala.

5. ¿Qué caracteriza la línea de ropa trabajada con Pigmento?

Toda prenda de la marca Pigmento se reconoce entre muchas, por el característico y excelente trabajo de José Miguel Muñoz. La línea de ropa Estilo Quetzal con la colaboración de Pigmento, se caracteriza por las ilustraciones guatemaltecas que resaltan nuestra cultura, mostrándola de una manera diferente y contemporánea.

6. ¿Anteriormente ya se había trabajado una línea de ropa integrando ilustración? Si su respuesta es SÍ, favor indicar nombres de empresas o ilustradores. Si su respuesta es NO responder la siguiente pregunta.

Si, hace un par de años sacamos una línea de bolsos con la colaboración del ilustrador HOPE AZUL. La línea se llamaba Jungla Urbana y contenía bolsos con ilustraciones de diferentes animales representativos de Guatemala, cada uno personificado de una forma diferente.

7. ¿Anteriormente por qué no se había trabajado una línea de ropa integrando ilustración?

8. ¿Cómo cree que la ilustración ayuda a reflejar la personalidad tanto de la marca Estilo Quetzal como de sus clientes?

Cualquier intervención de arte le da un valor agregado al producto y es una manera diferente que el diseño y el arte se fusionen. Por tal motivo cada persona lo refleja según su personalidad.

9. ¿Cómo han recibido los clientes los productos trabajados en colaboración con Pigmento?

Los productos que lanzamos en colaboración con la marca Pigmento han tenido una excelente respuesta, tanto en Guatemala como en el extranjero, guatemaltecos que viven fuera, nos han comprado las playeras, para llevar un pedacito de su país en el corazón y mostrarlo al mundo.

10. ¿Cómo cree usted que utilizar ilustraciones en los productos de Estilo Quetzal ha ayudado a su popularidad?

Toda marca de diseño necesita innovar constantemente y esta es una manera de hacerlo y darle un valor agregado a nuestros productos.

11. ¿Cuál es su opinión sobre el estilo de ilustración de Pigmento? ¿Que lo hace sobresalir del mercado?

Nos encanta el estilo de ilustración que maneja la marca Pigmento, es un estilo influenciado por el arte pop de una manera más contemporánea que se complementa perfecto con el concepto de nuestra marca.

**GUÍA DE OBSERVACIÓN
TEMÁTICA CULTURAL
COLECCIÓN RAÍCES (ESTILO QUETZAL)**



1)¿En qué temáticas se separan las ilustraciones realizadas para sus productos?

- a. **Cultura**
- b. Personas famosas
- c. **Figura Humana**
- d. Comida
- e. Festividades
- f. Personajes de caricaturas

2)¿Qué temática genera mayormente en sus productos?

- a. **Cultura**
- b. Personas famosas
- c. Personajes de caricaturas

3)¿Qué técnica de ilustración utiliza?

- a. Manual
- b. **Digital**
- c. Otro

4)¿Cuál es el nivel de realismo en figura humana?

- a. 100%
- b. **85%**
- c. 50%
- d. 25%

5)¿Cuál es el nivel de semejanza entre los personajes de caricaturas con los originales? **No aplica**

- a. Alto
- b. Medio
- c. Bajo

6)¿Qué elementos caracterizan la ilustración de Pigmento?

- a. Luces y sombras
- b. **Técnica de achurado**
- c. Trazos espontáneos
- d. **Orillas de color negro**
- e. Paleta de color
- f. **Realismo**

7)¿En qué posición se encuentran en su mayoría las ilustraciones de personas y caricaturas?

- a. **De frente**
- b. De perfil
- c. **Ángulo de 45 grados**

8)¿En su mayoría, que facción tiene el rostro de las personas y caricaturas?

- a. **Seria**
- b. Sonriente
- c. Triste
- d. Sorprendida
- e. **Relajada**
- f. Enojada

9)¿Que transmiten las ilustraciones?

- a. Sentimientos
- b. Personalidad
- c. Actitud
- d. **Nacionalismo**

10)¿Que se percibe con el estilo utilizado para las ilustraciones?

- a. **Creatividad**
- b. Confusión
- c. Estrés
- d. Comportamiento
- e. Personalidad

11)¿En su mayoría qué tipos de colores utiliza?

- a. Fríos
- b. **Cálidos**
- c. Fríos y cálidos

12)¿Qué porcentaje de color utiliza en la mayoría de ilustraciones?

- a. 100%
- b. **85%**
- c. 50%
- d. 25%

13)¿Qué consistencia tiene en la selección de paleta de color?

- a. Siempre es la misma
- b. **Varia algunos tonos**
- c. Cambia con frecuencia

14)¿Qué porcentaje de espacio ocupa la ilustración dentro de sus productos?

- a. 100%
- b. **85%**
- c. 50%
- d. 25%

15)¿De qué color son las *t-shirts*?

- a. Negro
- b. **Blanco**
- c. Variedad de colores

16)¿Qué tipo de *t-shirt* que utiliza?

- a. **Manga corta**
- b. Manga larga
- c. Sin manga
- d. **Cuello en V**
- e. **Cuello en O**

17)¿Qué tipo de *t-shirts* realiza Pigmento?

- a. **Hombre**
- b. **Mujer**
- c. Niños
- d. Otros

18)¿Dentro de qué se evidencia el punto focal?

- a. **Color**
- b. Espacios en blanco
- c. **Accesorios**
- d. Tamaño de rasgos de la persona
- e. Color de rasgos de la persona

GUÍA DE OBSERVACIÓN TEMÁTICA PERSONAJES



1)¿En qué temáticas se separan las ilustraciones realizadas para sus productos?

- a. Cultura
- b. **Personas famosas**
- c. Figura Humana
- d. Comida
- e. Festividades
- f. **Personajes de caricaturas**

2)¿Qué temática genera mayormente en sus productos?

- a. Cultura
- b. Personas famosas
- c. **Personajes de caricaturas**

3)¿Qué técnica de ilustración utiliza?

- a. Manual
- b. **Digital**
- c. Otro

4)¿Cuál es el nivel de realismo en figura humana?

- a. 100%
- b. **85%**
- c. 50%
- d. 25%

5)¿Cuál es el nivel de semejanza entre los personajes de caricaturas con los originales?

- a. Alto
- b. Medio
- c. Bajo

6)¿Qué elementos caracterizan la ilustración de Pigmento?

- a. Luces y sombras
- b. Técnica de achurado
- c. Trazos espontáneos
- d. Orillas de color negro
- e. Paleta de color
- f. Realismo

7)¿En qué posición se encuentran en su mayoría las ilustraciones de personas y caricaturas?

- a. De frente
- b. De perfil
- c. Ángulo de 45 grados

8)¿En su mayoría, que facción tiene el rostro de las personas y caricaturas?

- a. Seria
- b. Sonriente
- c. Triste
- d. Sorprendida
- e. Relajada
- f. Enojada

9)¿Que transmiten las ilustraciones?

- a. Sentimientos
- b. Personalidad
- c. Actitud
- d. Nacionalismo

10)¿Que se percibe con el estilo utilizado para las ilustraciones?

- a. Creatividad
- b. Confusión
- c. Estrés
- d. Comportamiento
- e. Personalidad

11)¿En su mayoría qué tipos de colores utiliza?

- a. Fríos
- b. Cálidos
- c. Fríos y cálidos

12)¿Qué porcentaje de color utiliza en la mayoría de ilustraciones?

- a. 100%
- b. 85%
- c. 50%
- d. 25%

13)¿Qué consistencia tiene en la selección de paleta de color?

- a. Siempre es la misma
- b. Varía algunos tonos
- c. **Cambia con frecuencia**

14)¿Qué porcentaje de espacio ocupa la ilustración dentro de sus productos?

- a. 100%
- b. **85%**
- c. 50%
- d. 25%

15)¿De qué color son las *t-shirts*?

- a. Negro
- b. **Blanco**
- c. Variedad de colores

16)¿Qué tipo de *t-shirt* que utiliza?

- a. **Manga corta**
- b. Manga larga
- c. Sin manga
- d. **Cuello en V**
- e. Cuello en O

17)¿Qué tipo de *t-shirts* realiza Pigmento?

- a. **Hombre**
- b. **Mujer**
- c. Niños
- d. Otros

18)¿Dentro de qué se evidencia el punto focal?

- a. **Color**
- b. Espacios en blanco
- c. **Accesorios**
- d. **Tamaño de rasgos de la persona**
- e. Color de rasgos de la persona

GUÍA DE OBSERVACIÓN TEMÁTICA FAMOSOS



1) ¿En qué temáticas se separan las ilustraciones realizadas para sus productos?

- a. Cultura
- b. **Personas famosas**
- c. **Figura Humana**
- d. Comida
- e. Festividades
- f. Personajes de caricaturas

2) ¿Qué temática genera mayormente en sus productos?

- a. Cultura
- b. **Personas famosas**
- c. Personajes de caricaturas

3) ¿Qué técnica de ilustración utiliza?

- a. Manual
- b. **Digital**
- c. Otro

4) ¿Cuál es el nivel de realismo en figura humana?

- a. **100%**
- b. **85%**
- c. 50%
- d. 25%

5)¿Cuál es el nivel de semejanza entre las ilustraciones y los famosos en realidad?

- a. Alto
- b. Medio
- c. Bajo

6)¿Qué elementos caracterizan la ilustración de Pigmento?

- a. Luces y sombras
- b. Técnica de achurado
- c. Trazos espontáneos
- d. Orillas de color negro
- e. Paleta de color
- f. Realismo

7)¿En qué posición se encuentran en su mayoría las ilustraciones de personas y caricaturas?

- a. De frente
- b. De perfil
- c. Ángulo de 45 grados

8)¿En su mayoría, que facción tiene el rostro de las personas y caricaturas?

- a. Seria
- b. Sonriente
- c. Triste
- d. Sorprendida
- e. Relajada
- f. Enojada

9)¿Que transmiten las ilustraciones?

- a. Sentimientos
- b. Personalidad
- c. Actitud
- d. Nacionalismo

10)¿Que se percibe con el estilo utilizado para las ilustraciones?

- a. Creatividad
- b. Confusión
- c. Estrés
- d. Comportamiento
- e. Personalidad

11)¿En su mayoría qué tipos de colores utiliza?

- a. Fríos
- b. Cálidos
- c. Fríos y cálidos

12)¿Qué porcentaje de color utiliza en la mayoría de ilustraciones?

- a. 100%
- b. 85%
- c. 50%
- d. 25%

13)¿Qué consistencia tiene en la selección de paleta de color?

- a. Siempre es la misma
- b. **Varia algunos tonos**
- c. Cambia con frecuencia

14)¿Qué porcentaje de espacio ocupa la ilustración dentro de sus productos?

- a. 100%
- b. **85%**
- c. 50%
- d. 25%

15)¿De qué color son las *t-shirts*?

- a. Negro
- b. **Blanco**
- c. Variedad de colores

16)¿Qué tipo de *t-shirt* que utiliza?

- a. **Manga corta**
- b. Manga larga
- c. Sin manga
- d. **Cuello en V**
- e. Cuello en O

17)¿Qué tipo de *t-shirts* realiza Pigmento?

- a. **Hombre**
- b. **Mujer**
- c. Niños
- d. Otros

18)¿Dentro de qué se evidencia el punto focal?

- a. **Color**
- b. Espacios en blanco
- c. **Accesorios**
- d. **Tamaño de rasgos de la persona**
- e. Color de rasgos de la persona

INTERPRETACIÓN Y SÍNTESIS

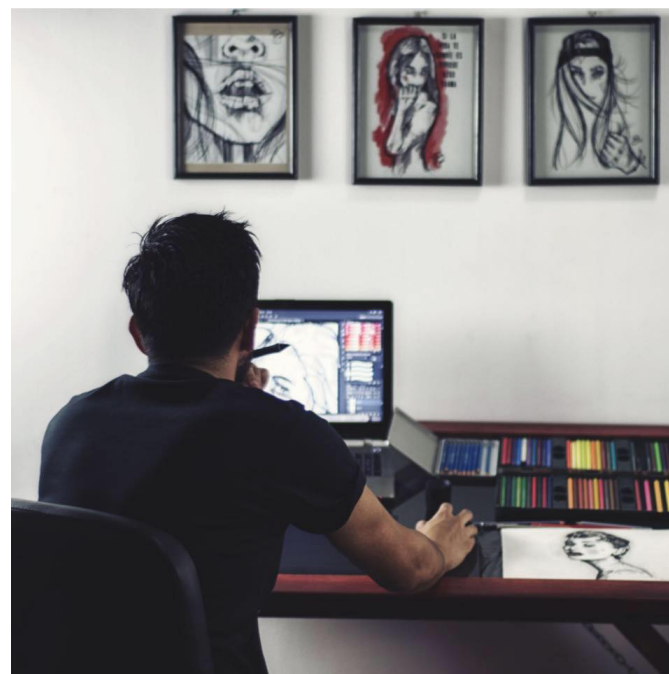
A continuación, la interpretación y síntesis de la investigación basada en la información del contenido teórico, experiencias desde diseño, sujetos y objetos de estudio para responder a los objetivos planteados.

Explicar los factores y el proceso de “Pigmento - Arte y Moda” para posicionarse como marca en el país, ofreciendo un producto intervenido por ilustración.

José Miguel Muñoz Escobar (entrevista), afirma que para llegar al éxito como un emprendedor se necesita de tres cosas: pasión, disciplina y enfoque.

Pigmento es una marca guatemalteca de ropa y accesorios para jóvenes amantes del arte contemporáneo y de la moda, lanzada en el 2015 en donde Muñoz, supo aprovechar al máximo su pasión por ilustrar y el deseo de independizarse haciendo de la marca un estilo de vida, transformando su arte en moda guatemalteca.

El proyecto comenzó con la necesidad de crear arte comercial y con el sueño de emprender y ser independiente laboralmente, la idea de plasmar ilustración en la ropa se dio por las ganas de realizar lo que a Muñoz le apasionaba que es dibujar y crear un producto muy comercial como la ropa.



Fotografía de José Miguel Muñoz.

Recuperado de: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10153243575915428&set=pb.602740427.-2207520000.1493007538.&type=3&theater>

Muñoz anteriormente estudió la carrera de Arquitectura de la cual comenta que desarrolló la habilidad de ilustrar y el estilo *sketch* que posee, también aprendió el uso de varios programas de diseño. Muñoz indica que el programa que utiliza actualmente es Photoshop CS6, en donde elabora cada ilustración y diseño de las *t-shirts* de la marca Pigmento.

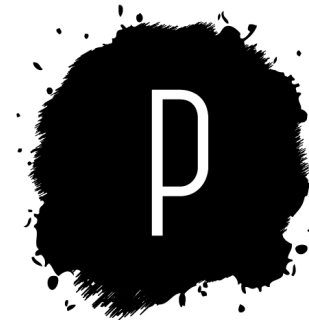
Peréz (2014) indica que el nombre del producto es un elemento básico de identidad y diferenciación del mismo y la marca es un signo, término o símbolo que sirve para: identificar los productos o servicios de una empresa, distinguir a la empresa y sus productos de la competencia y para transmitir de forma consistente los atributos, características y beneficios en cada compra.

Muñoz indica que el nombre y marca “Pigmento” es la esencia del color, y el *slogan* “Arte y Moda” indica que la marca realiza arte dentro de la confección. Todo esto se puede apreciar en cada una de las ilustraciones que realiza Muñoz para las *t-shirt* de Pigmento, ya que hace gran uso del color convirtiendo cada ilustración en una verdadera obra de arte. Muñoz indica que los atributos o beneficios que ofrece la marca a los consumidores al momento de adquirir una de sus prendas, es que están comprando arte hecho exclusivamente por Pigmento.



P I G M E N T O

arte + moda



Logotipo e isotipo de Pigmento

Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos/a.302657969901029.1073741825.302657399901086/463192707180887/?type=1&theater>

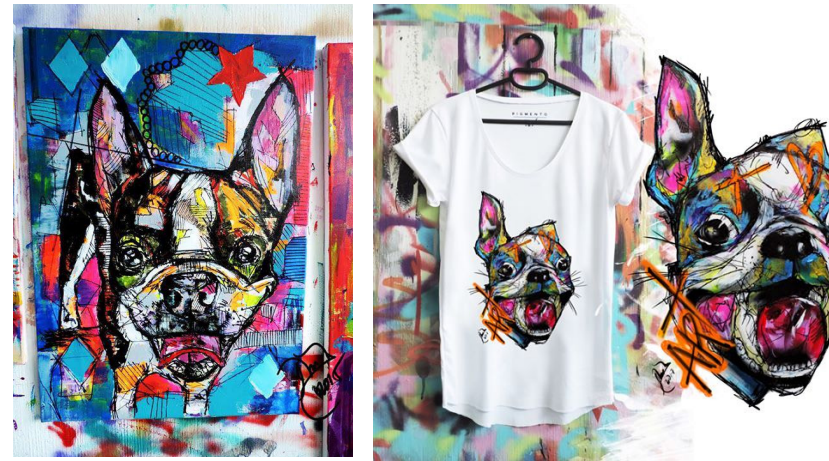
Según Sandino (s.f) existen factores que influyen en el posicionamiento de una empresa dentro del mercado:

-El producto mismo: los atributos que contenga influirán en la mente del consumidor, el producto debe diferenciarse de la competencia, generando ventajas las cuales ayuden a ser la mejor opción para los consumidores.

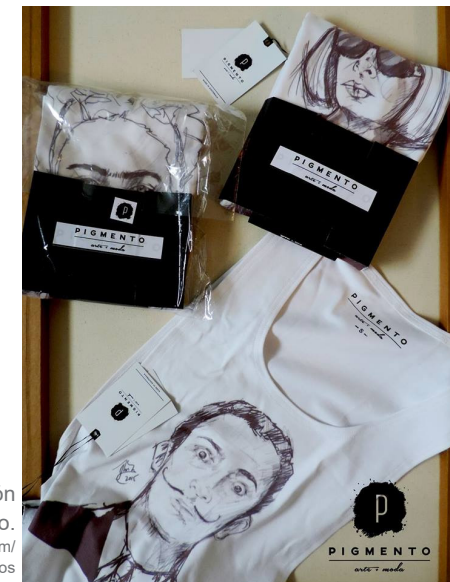
La ilustración es una rama muy importante dentro del diseño gráfico de la cual se puede sacar provecho para alcanzar el éxito en una empresa y un ejemplo de ello es la marca Pigmento; que esta en proceso de estar muy bien posicionada en el mercado guatemalteco, ofreciendo productos innovadores intervenidos por ilustración.

Muñoz afirma que Pigmento es una marca que se diferencia de las demás que se dedican a lo mismo, por medio de la creatividad, los detalles y más que todo la esencia de la marca en donde los atributos que ofrece es plasmar verdadero arte en prendas de vestir.

-La marca, el empaque y el precio: la marca debe ser exitosa, reconocible, y preferida por los consumidores. El empaque debe contener un diseño atractivo para el consumidor, ya que de esta manera se tienen más posibilidades de ventas generando confianza y calidad. El precio se debe



Muestra de que las prendas realizadas por la marca Pigmento contienen verdadero arte y se puede apreciar la creatividad y los detalles en cada una de ellas.
Recuperado de: <https://www.facebook.com/commerce/products/1575795832453289/>

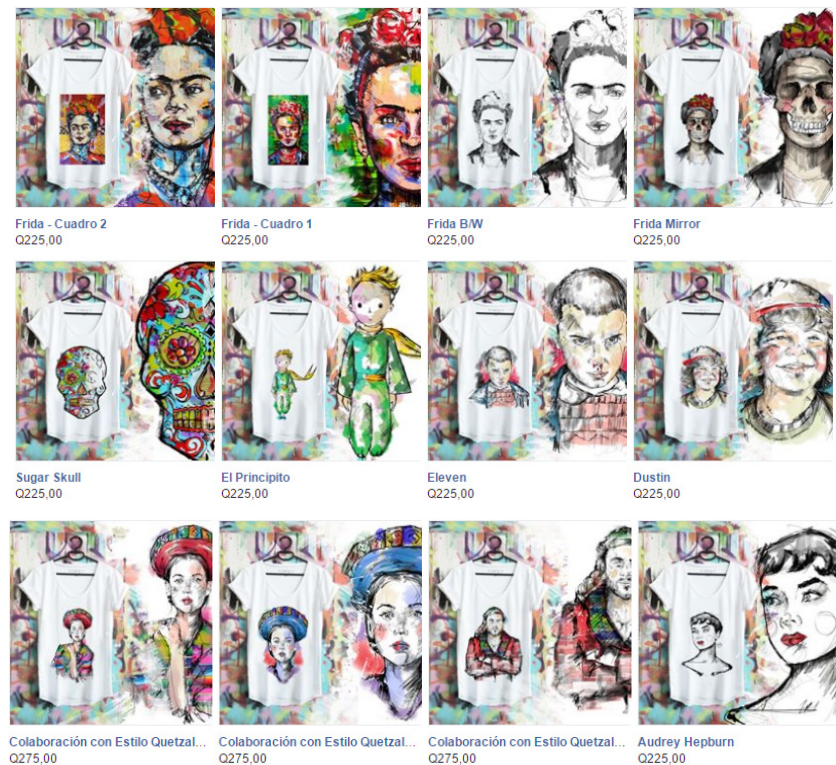


Ejemplo de empaque y preparación de envío de t-shirts Pigmento.
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>

definir estratégicamente ya que debe ser de acorde al grupo objetivo y a las expectativas de ganancia.

Muñoz indica que para la realización del logotipo, empaque y publicidad se contrató a una agencia de publicidad, quienes lograron plasmar en cada una de las piezas el estilo de la almacenada dentro de una bolsa transparente de celofán. Además, cada *t-shirt* contiene su respectiva etiqueta en donde se puede apreciar el logotipo e información importante de la prenda. En cuanto al precio que maneja la marca para sus *t-shirt*, varía ya que las *t-shirt* propiamente de la marca Pigmento cuestan Q225.00 cada una y las que fueron realizadas en colaboración con Estilo Quetzal, poseen un precio de Q275.00 cada una.

-Distribución, exhibición y nivel de servicio: el producto debe encontrarse disponible en lugares en los cuales el consumidor frecuente, de esta manera obtendrá un buen posicionamiento y mejora en sus ventas. La exhibición de los productos debe ser altamente atractiva, superando a la competencia, de esta manera logrará captar la atención de los consumidores, invitándolos a comprar los productos. El nivel de servicio es un punto clave para el posicionamiento ya que los consumidores deben recibir un buen servicio de la marca como: la entrega rápida del producto, reposición de productos, atención al cliente etc. De ésta manera se llevarán una buena impresión de la marca.

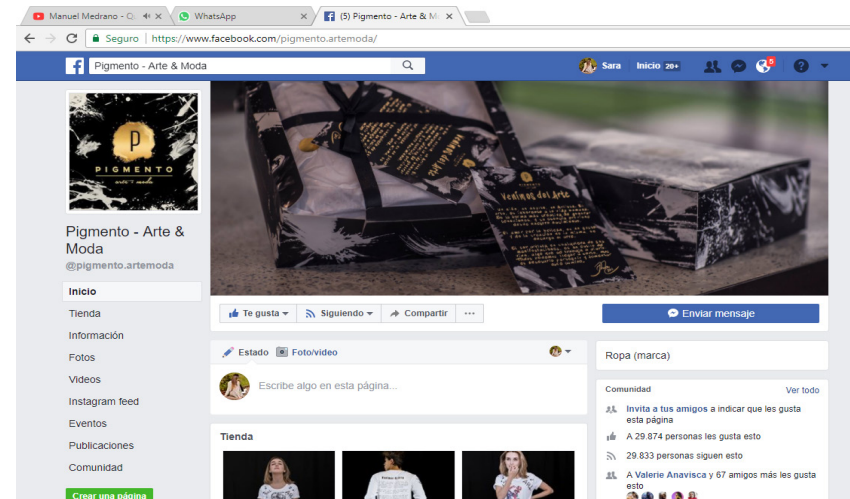


Listado de *t-shirts* disponibles y sus precios.
Recuperado de: https://www.facebook.com/pg/pigmento.artemoda/shop/?ref=page_internal

El posicionamiento en redes sociales es importante para la exhibición del producto y de la marca ya que son una pieza clave en el éxito de cualquier negocio. Por medio de las distintas redes sociales las personas logran conocer la marca, además, se puede interactuar directamente con los diferentes clientes potenciales para mejorar la reputación en línea a través de la interacción que estos tengan con la marca.

El marketing digital posee una gran ventaja, la cual es que se puede realizar a un menor costo que el marketing tradicional. Las redes sociales abren grandes oportunidades para el posicionamiento, ya que potencializa el éxito de la marca por medio de estrategias que se centran no solamente en vender, sino que también en aportar información valiosa, consiguiendo atención de las personas y lealtad hacia la marca.

Es importante poseer dos redes sociales activas para la marca, ya que muchas personas tienen preferencia solamente hacia una. El objetivo de tener dos es que en todo momento las personas tengan presente a la marca, captando toda la audiencia posible y que éstas conozcan la marca.



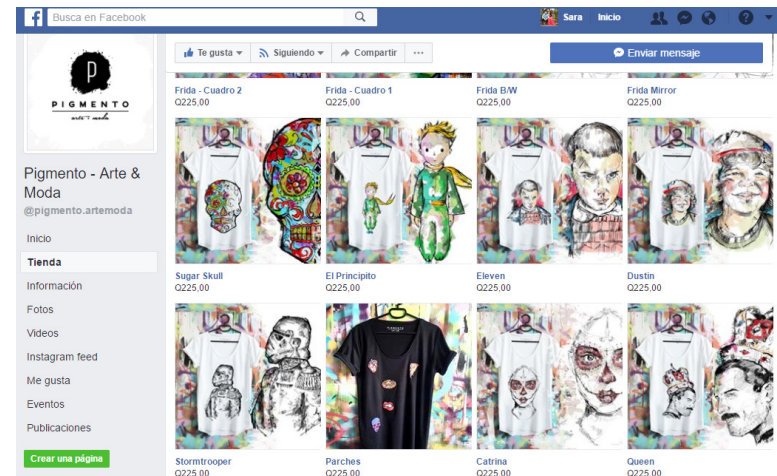
Fan Page de Facebook de la marca Pigmento - Arte y Moda.
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/>

En cuanto a la distribución de los productos, Muñoz indica que por el momento la marca no posee un establecimiento físico para su venta pero afirma que como meta en 5 años posiblemente ya cuenten con tiendas físicas siendo competitivos con marcas grandes de Guatemala y extendiendo sus ventas hacia el extranjero.

Además, indica que como meta, en 10 años esperan tener tiendas físicas en el extranjero. Para la distribución y exhibición de sus productos se ha apoyado de las redes sociales ya que con ellas logró lanzar su marca; comenzó en la red social de Facebook creando una fan page llamada: Pigmento - Arte & Moda, en la cual actualmente tiene 27.466 seguidores que ha ido recaudando desde el año 2015 que fue el lanzamiento. Actualmente también posee un usuario en la red social de Instagram la cual se encuentra bajo el nombre de: pigmento_gt , con 6.282 seguidores. Ambas redes le han servido a la marca para darse a conocer y posicionarse en el mercado, con la ayuda misma de los productos novedosos y el diseño creativo de los mismos.

La página de Facebook es utilizada como medio de venta en línea que facilita el método de compra. Muñoz indica que para realizar un pedido se debe comunicar con la marca por medio de un mensaje directo, indicar el producto requerido, tallas y datos personales. El producto será enviado por mensajería en 48 horas y se trabaja pago contra entrega.

El nivel de servicio de la marca según comentarios de su página de Facebook es excelente puesto que son responsables en sus envíos, además cuentan con reposición de productos y atención al cliente. Muñoz indica que en un principio el proyecto fue completamente realizado por él,



Fan Page de Facebook de la marca Pigmento - Arte y Moda. Se muestra la sección de "Tienda".

Recuperado de: https://www.facebook.com/pg/pigmento.artemoda/shop/?ref=page_internal



Usuario de Instagram de la marca Pigmento - Arte y Moda.

Usuario: pigmento_gt

Recuperado de: https://www.instagram.com/pigmento_gt/

pero actualmente cuenta con el apoyo de sus hermanos, quienes se encargan de lo administrativo y operativo de la marca. Afirma que con la marca y la calidad de atención al cliente desea transmitir que son un equipo de trabajo organizado y cuentan con proveedores capacitados para ofrecer la mejor experiencia de compra, logrando que los consumidores se lleven una buena impresión de la marca.

-Publicidad y promoción: el medio y la calidad de publicidad ayudará a aumentar la preferencia de la marca. Al realizar estrategias de promociones que sean dirigidas al grupo objetivo, lograran influir positivamente la percepción de la marca y sus productos, logrando un mayor éxito comercial ante la competencia. En las redes sociales de Pigmento se puede notar que publican distinta publicidad y promociones cada 2 a 3 días, ya sea promocionando un nuevo diseño de *t-shirt*, colaboraciones con Estilo Quetzal, promociones y descuentos por fechas especiales y lanzamientos de nuevas líneas de *t-shirts*. Cada una de las publicaciones cuenta con un diseño atractivo y de acorde a la línea gráfica y estilo que posee la marca. Muñoz indica que se contrató una agencia de publicidad para realizar cada publicación dentro de su redes sociales.



Publicaciones con publicidad y promociones en redes sociales de Pigmento
 Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>

Como un inicio, a el emprendimiento Muñoz indica que es necesario romper el tabú de creer que si una persona se encuentra desempleada por un par de años no significa que no pueda ser productiva. Las personas deben atreverse a romper el estereotipo de tener que trabajar para alguien y darse la libertad de ser su propio jefe.

Como los casos del ilustrador guatemalteco Néstor Gómez y la ilustradora estadounidense Meg Hunt en las experiencias desde diseño. Con sus habilidades para diseñar e ilustrar, manual y digitalmente lograron ser exitosos gracias a “Thredless” que es una tienda en línea que se especializa en la venta de *t-shirts* estampadas con diseños que varios artistas e ilustradores les mandan. A cambio de los diseños los ilustradores obtienen ciertos beneficios como ofertas dentro de la tienda y una remuneración económica.

El sistema de “Threadless” es funcional para cualquier tipo de persona con talentos para diseñar e ilustrar. Muchas veces la tienda en línea realiza concursos en los cuales las personas pueden enviar sus diseños y si son lo suficientemente buenos y comerciales, los diseñadores o ilustradores son contratados por la marca.

Néstor Gómez es un emprendedor exitoso, ya que aprovechó sus habilidades de diseño e ilustración para explotarlos al máximo, creando ideas innovadoras y creativas

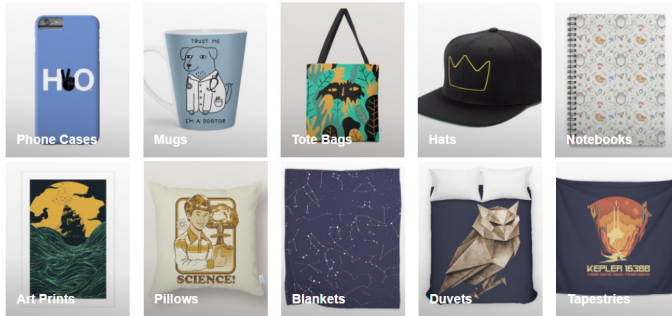
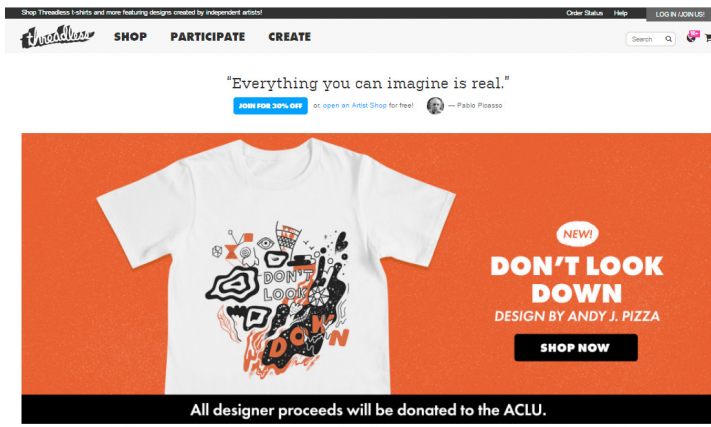
que “Threadless” consideró comerciales. Actualmente lleva trabajando para “Thredless” 4 años, con un total de 21 de sus diseños impresos y a la venta en la página web.

En el caso de Meg Hunt al mezclar arte tradicional y el digital por medio de Photoshop, logró tener éxito en la plataforma “Threadless” con 10 de sus diseños a la venta, además recientemente logró publicar su primer libro de ilustraciones llamado “Interstellar Cinderella”, por otra parte, realiza proyecto freelance explorando la animación y medios 3D para productos y galerías.

De esta manera se afirma que existen grandes oportunidades de emprendimiento dentro del diseño gráfico en donde se pueden explotar los diversos estudios para lograr ser exitoso por medio de distintas plataformas u oportunidades ya sea nacional como internacionalmente.



Logotipo de la plataforma “Threadless”.
Recuperado de: <https://picusblogger.wordpress.com/2012/04/04/controversial-ads/hi-res-threadless-logo-e1326760323630/>



Muestra de la página web de "Threadless".
 Recuperado de: <https://www.threadless.com/>



Néstor Gómez y t-shirts con sus ilustraciones, a la venta en "Threadless".
 Recuperado de: <https://www.threadless.com/made/nestor-gomez/>



Meg Hunt y t-shirts con sus ilustraciones, a la venta en "Threadless".
 Recuperado de: <https://www.threadless.com/made/meg-hunt/>

Según Ilardia (2014) existen tres pasos que son necesarios para definir una estrategia de posicionamiento:

Paso 1: Definir el grupo objetivo

Paso 2: Realizar un análisis de situación

Paso 3: Definir el tipo de posicionamiento

Muñoz indica que el grupo objetivo de Pigmento es todo amante del arte contemporáneo y de la moda. Jóvenes que les gusta destacar y que, por medio de su estilo de vestir, buscan expresar un estilo de vida.

Comenta que ve como competencia a todas las marcas que crean ropa, pero que la estrategia de *marketing* y comunicación que se siguió en Pigmento fue encaminada a darle valor al producto a través del arte. De esta manera, las personas podrían preferir sus productos debido a que por medio de la ilustración se creó una verdadera obra de arte con un estilo único y de calidad. Indica además, que las herramientas o recursos que para él son necesarios para posicionar una marca, es tener un equipo y proveedores capacitados, en donde exista responsabilidad y orden para cuidar cada detalle de la empresa y así mismo la realización de sus productos.

En cuanto al tipo de posicionamiento Pigmento encaja dentro del “posicionamiento por ventaja diferencial” y el “posicionamiento por tipo de competencia”. En donde sus productos se diferencian de la competencia debido al trabajo, técnica y estilo de ilustración empleado en cada uno de ellos. Además, el hecho de que la marca sea parte de un proyecto de emprendimiento, el cual alcanzó el éxito por su calidad y originalidad, dice mucho de la marca.

Por tipo de competencia, Muñoz afirma que además de investigar tendencias, se tomaron varios casos análogos o marcas similares a Pigmento, como guía para realizar el proceso de posicionamiento de marca. Ya que Pigmento se posicionó en el mercado como “retador”, puesto que posee atributos que lo diferencian del resto de las marcas, como fue mencionado anteriormente. Además, también se encuentra posicionado como “opuesto” ya que es una alternativa dentro del mercado de *t-shirts* en donde los consumidores deben elegir entre las opciones de marca.

Según Muñoz indica que para posicionar bien una marca se requiere de mucho tiempo y confiesa que Pigmento es una marca relativamente joven, lanzada en el 2015 que aún le falta para ser altamente reconocida dentro del mercado guatemalteco.

“PASIÓN, DISCIPLINA Y ENFOQUE”

Siempre se debe tener pasión y motivación para no perder el enfoque en las metas, aunque existan obstáculos las personas que buscan posicionarse como marca deben ser disciplinados; no deben darse por vencidas puesto que Muñoz opina que “sos alguien o no sos nadie”. Es por eso que cómo emprendedor se debe saber administrar bien las prioridades y los recursos, tener decisión en saber qué es lo que conviene y que traerá frutos y oportunidades a futuro.

Se deben establecer metas a corto y a largo plazo teniéndolas siempre en mente para mantenerse motivado. Es muy importante que como emprendedores las personas estén en busca de su felicidad, haciendo del trabajo un estilo de vida que sea placentero hacer, sin presión alguna. Pigmento es un estilo de vida para Muñoz, el ilustrar una idea y plasmarla en ropa y otros productos es algo que le trae felicidad y le apasiona hacer puesto que le dedica mucho tiempo y empeño en la marca y en cada producto que realiza, persigue mejoras día con día para conseguir un producto de alta calidad cuidando cada detalle.

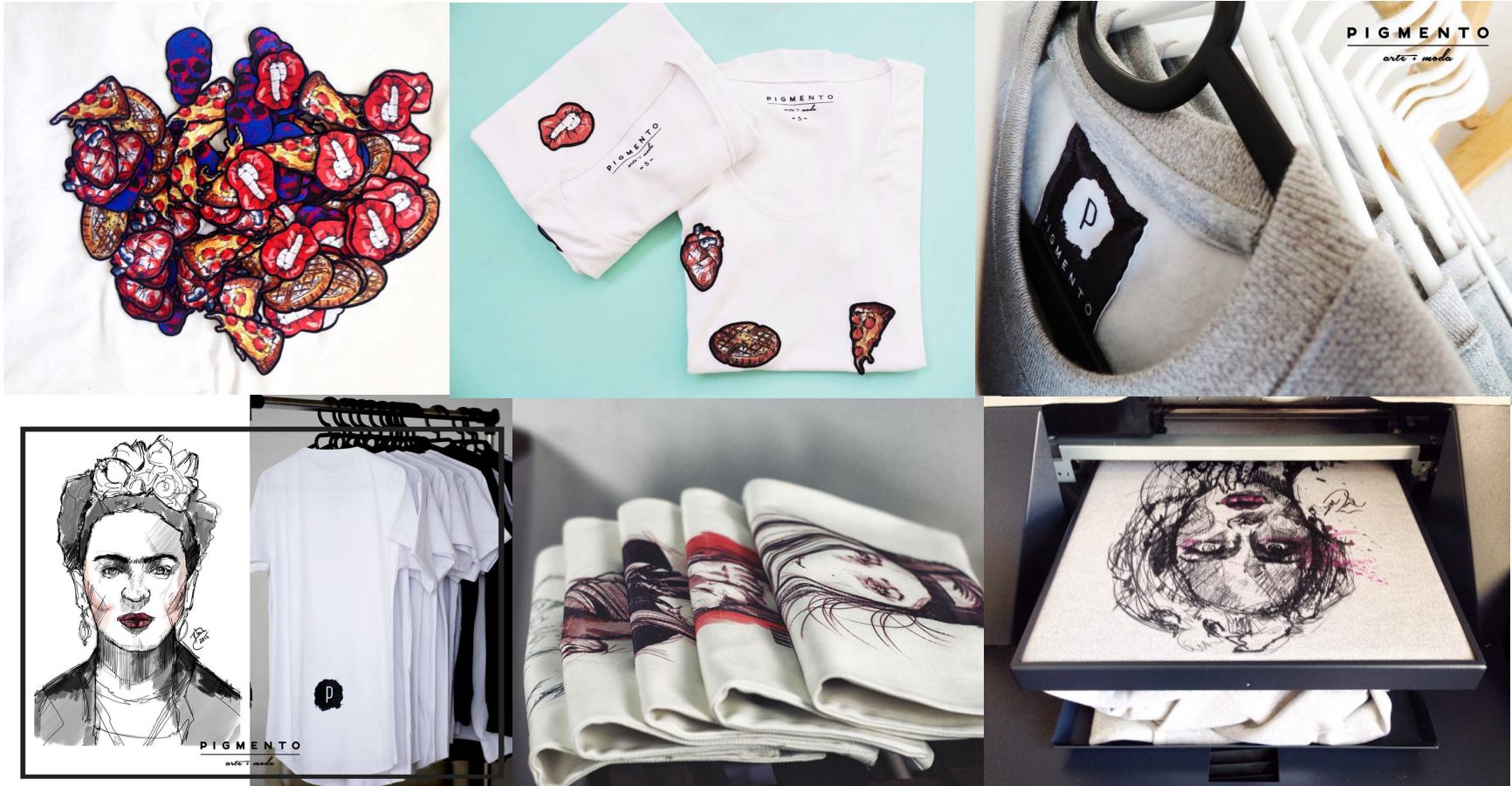
Gerencie.com (s.f) argumenta que muchas veces el fracaso dentro de un proyecto de emprendimiento es a causa de la persona puesto que, si no posee la inspiración o motivación

suficiente para alcanzar sus metas, al fracasar ésta se desilusiona y deja atrás posibles oportunidades de crecimiento.

Una de las dificultades que ha tenido que enfrentar Muñoz en su empresa ha sido el financiamiento e indica que muchas veces será necesario pedir préstamos y hacer uso del dinero propio ya que es un proceso que cuesta pero que vale la pena. También indica que nadie creía en él al principio por eso es muy importante siempre tener fe y creer en uno mismo sintiéndose capaz de lograr cada una de las metas propuestas teniendo en mente el éxito, porque nadie más lo hará por uno.

Nicuesa (2014) el emprendedor atravesará etapas de éxito y otras de dificultades es por eso que no vivirá con la seguridad de tener un sueldo fijo cada mes; además el tener que separar la vida personal con la vida laboral se vuelve cada vez más difícil ya que existe mucha responsabilidad.

Porto y Gardey, (2010) expertos opinan que los emprendedores deben poseer capacidades como dinamismo, creatividad, flexibilidad y motivación para tener éxito en su pequeña empresa; son valores necesarios puesto que en el transcurso del camino se suele enfrentar con dificultades de todo tipo y se deben estar en condiciones de afrontarlas.



Fotografías de algunos de los primeros productos de Pigmento realizados por José Miguel Muñoz. Actualmente su estilo a cambiado, puesto que ahora sus ilustraciones son más coloridas y se aprecia un cambio en la técnica de dibujo, puesto que actualmente realiza ilustraciones con más detalle y son más realistas.

Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos/a.318973888269437.1073741829.302657399901086/449682435198581/?type=3&theater>

Según Llanos (2017) los emprendedores se pueden clasificar según diferentes factores como la personalidad, la razón de motivación y de acuerdo al tipo de empresa a desarrollar.

En el caso de Muñoz, según su personalidad refiriéndose al emprendimiento, es un emprendedor administrativo, ya que investiga y genera nuevas y mejores formas de realizar su trabajo. Es oportunista puesto que anda en busca constante de oportunidades que ayuden a que la marca crezca y sea reconocida. Adquisitivo, porque se encuentra en constante innovación de los productos o ilustraciones que realiza para ellos. Incubador e imitador puesto que en el primer acercamiento indicó que, al realizar un viaje a Europa, se dio cuenta que hay personas exitosas que se dedican a lo mismo, eso lo llevo a tomar la decisión de ser emprendedor y darse cuenta que también era capaz de hacer lo mismo y conseguir el éxito aprovechando las habilidades de ilustración que poseía gracias a los años de estudio en la carrera de Arquitectura. Constantemente busca oportunidades, y empresas con las cuales pueda colaborar para así crecer y ser reconocido, ya que afirma que para que una empresa sea reconocida es necesario conocer personas, ser una persona social y hacer de todo para conseguir contactos los cuales abran puertas consiguiendo posicionarse en lo más alto del mercado.



Fotografías de José Miguel Muñoz Escobar.
Recuperado de: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10154476183830428&set=pb.602740427.-2207520000.1493007519.&type=3&theater>

Dentro de la búsqueda de oportunidades y crecer como emprendedor, Pigmento y Estilo Quetzal realizaron una colección en la cual Luis Quintana creador y diseñador de Estilo quetzal indica que el interés por trabajar con Pigmento fue porque siempre les ha gustado trabajar de la mano de marcas y/o empresas guatemaltecas. Vieron en la marca Pigmento una excelente oportunidad de fusionar la cultura guatemalteca con el arte y una manera diferente de expresarla.

Muñoz como emprendedor supo aprovechar esta oportunidad ya, que Estilo Quetzal es una marca guatemalteca conocida nacional he internacionalmente, ya que sus productos han sido utilizados dentro de pasarelas en otros países como en el Vacouver Fashion Week. Las ilustraciones realizadas por Pigmento en colaboración con Estilo Quetzal lo ayudaron a ser más reconocido en la industria de la moda.

Muñoz indica que actualmente solo ha realizado colaboraciones con Estilo Quetzal pero que le gustaría trabajar con alguna otra marca guatemalteca, ya que se encuentra abierto a cualquier tipo de proyecto que apoye el talento guatemalteco.

Según River (2013) una de las razones por la que muchas personas a parte de tener un trabajo estable se interesan por emprender y tener un negocio propio es para mejorar

su situación financiera. Otra razón es el deseo de convertir una pasión en una forma de ganarse la vida convirtiendo un trabajo en un *hobbie*.

La motivación de Muñoz por ser emprendedor, fueron las ganas de ser independiente, ser su propio jefe y no teniendo horarios o normas que lo ataran, ganando dinero solamente para él, además quería aprovechar sus habilidades de ilustración puesto que es lo que siempre le apasionó hacer y lo considera como un *hobbie*.

Según el tipo de empresa, Muñoz es un “emprendedor modelo” puesto que busca destacar dentro del mercado por medio de sus productos novedosos realizando arte dentro de la confección, además, desea ser ejemplo para otras personas que desean convertirse en emprendedores.

Una de las *t-shirts* en colaboración con Estilo Quetzal dentro de unos de los looks que se presentó en Vancouver Fashion Week.
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>



Muñoz también es un “emprendedor externo” puesto que emprendió su propio negocio desde cero, en donde se dedicó a realizar desde el concepto de la marca, cada una de las ilustraciones hasta la impresión de sus productos. Dentro de la entrevista en el primer acercamiento indicó que recientemente realizó la compra de una máquina para imprimir las *t-shirts* que diseña. En donde aclaró que tuvo que invertir mucho trabajo y dinero para obtenerla pero que ha valido la pena.

De acuerdo con Giosa (2017) el *marketing* es muy necesario dentro del emprendimiento puesto que es una excelente forma de generar más productos y servicios que atraigan al tipo de clientes que se busca atraer.

Forsterwit (2014) asegura que asumir las funciones de *marketing* dentro de la empresa permitirá conocer a profundidad el mercado, los clientes, las ofertas en bienes y servicios logrando así, un conocimiento de la realidad en la que se desenvuelve el negocio.

Muñoz afirma que el *marketing* es muy importante, sobre todo el manejo de redes sociales. Comenta que le han abierto muchas puertas, ayudado a que la marca sea conocida y utilizándolas como medio de venta en donde tiene un contacto directo con clientes en donde las personas

aprueben o desaprueben los productos de Pigmento, ya que se pueden conocer los intereses de las personas, opiniones sobre productos, ilustración, moda, etc. De las cuales, Muñoz se interesa y saca provecho para lograr satisfacer las necesidades de los clientes logrando que sus productos sean cotizados.

Muñoz como emprendedor guatemalteco aconseja que si una persona quiere comenzar a emprender en algún negocio lo que debe hacer es:

“Iniciar, creo que el primer paso es iniciar, también trabajar todos los días, la perfección se crea trabajando todos los días y practicando”.

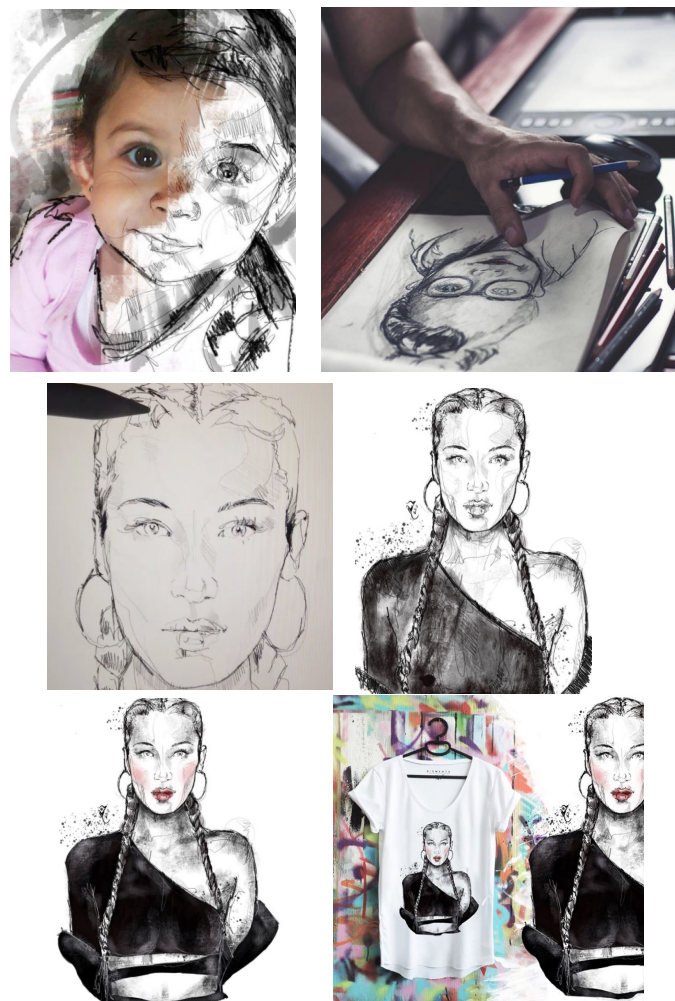
Además, indica que las personas emprendedoras deben ser siempre agradecidas, no solo por las cosas buenas que suceden, sino que por las malas también, porque si no existieran las cosas malas no le encontrarían sentido a las buenas.

Recordando el caso de Néstor Gómez, él no tuvo éxito en su primera vez concursando para “Threadless” pero en el transcurso de los años logró mejorar sus diseños y logró ser contratado. Lo sucedido le sirvió de experiencia, y de motivación para mejorar ya que actualmente 21 de sus diseños son vendidos en línea.

Analizar la temática y estilo de ilustración, en productos de moda realizados por la marca “Pigmento - Arte y Moda” para lograr que estos sean novedosos.

Analizando la temática y estilo de ilustración, de los productos realizados por la marca “Pigmento - Arte y Moda”, dentro de la guía de observación, cabe destacar que poseen una variedad de temáticas como lo son: la cultural, los personajes y las celebridades. Cada una de ellas se realizaron bajo un estilo de ilustración el cual posee ciertas características como la técnica de achurado, orillas de color negro con una variedad de colores aplicados a ciertos detalles de la ilustración.

José Miguel Muñoz (entrevista) indica que su estilo lo define como tipo *sketch* el cual lo desarrolló gracias a sus estudios en Arquitectura. La técnica y materiales que utilizaba en un inicio para elaborar sus ilustraciones fueron el papel y lápiz, con el tiempo comenzó a dibujar en digital y actualmente solo utiliza un iPad para ilustrar por medio del programa de diseño “Photoshop CS6” . En cuanto al proceso que lleva realizar cada una de las ilustraciones que realiza, indica que inicia buscando una fotografía de referencia para concretar la idea, luego comienza a dibujar, admite que muchas veces realiza varios bocetos hasta encontrar el que le gusta y ha habido ocasiones que desde la primera prueba le gusta el resultado.



Ejemplos del proceso de varias ilustraciones realizadas por José Miguel Muñoz Escobar.

Recuperado de: Página personal de Instagram : https://www.instagram.com/jose_miguel_m/

Salisbury (2005) indica que el lápiz y carboncillo es una técnica que se utiliza principalmente para elaborar retratos o ilustraciones de figura humana en donde se juega con la intensidad de tono para realizar sombras y profundidad. La técnica se utiliza escaneando una ilustración realizada a mano para añadir o mejorar colores, líneas y acabados.

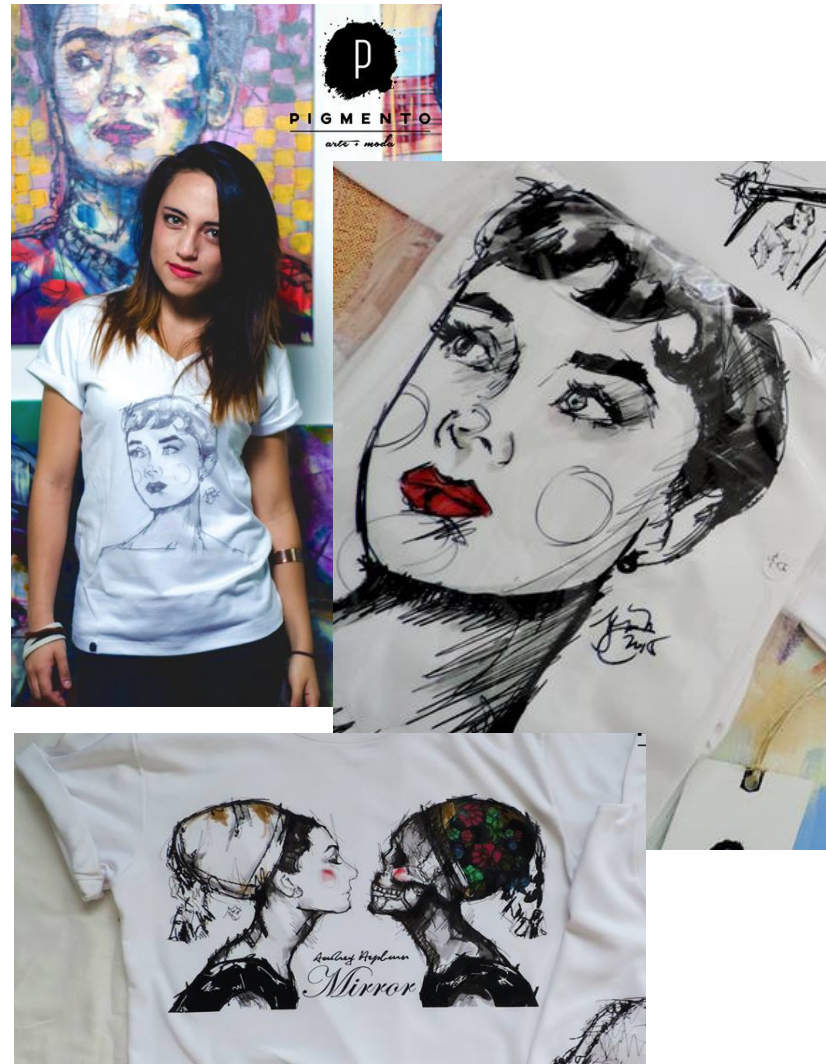
Muñoz informa que no hay reglas a seguir en cuanto a la temática o los personajes que realiza en las ilustraciones, dibuja lo que le guste o lo que está pasando en el momento en tendencias. Confiesa que le gusta mucho Audrey Hepburn y fue uno de los primeros personajes con los que inició en Pigmento.

Para Muñoz la idea de plasmar sus ilustraciones en ropa nació gracias a su habilidad y las ganas de aplicarlas a varios productos que fueran funcionales, como la ropa, ya sean *t-shirts*, sudaderos, playeras, accesorios etc.



Fotografías de Audrey Hepburn

Recuperado de: http://static.stylemagazin.hu/medias/95688/1200x1200/Audrey-Hepburn-filmek-amiket-latnod-kell_30b5e0b85b6531b954f468c5be1f3cb4.jpg



Fotografías de *t-shirts* con ilustraciones del retrato de Audrey Hepburn

Realizadas por José Miguel Muñoz.

Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos/a.318973888269437.1073741829.302657399901086/464855767014581/?type=3&theater>

El ilustrador Sergio Morales “Kuul Kidd” (entrevista) indica que su motivación por plasmar ilustraciones en ropa y crear una marca nació del poder plasmar sus ideas y sus ganas de expresarse en algo tangible y tan personal como es la ropa.

Lo que hace que los productos de la marca Pigmento sean tan novedosos es el hecho de que sean prendas de vestir que tienen el poder de transmitir personalidad, carácter y gustos, al poseer temáticas tan variadas, los clientes son capaces de elegir con qué ilustración se identifican más y se sienten atraídos por portar. Morales indica que las ilustraciones de Pigmento le parecen muy interesantes ya que la idea de portar verdadero arte en ropa es una idea novedosa.

Fernández (2012) indica que un ilustrador es parte del proceso de comunicación de una idea, producto o concepto que se pretende hacer llegar a un consumidor final, sea para vendérselo a cambio de dinero o para comunicárselo. Comunicar ilustrando es contar una historia que se cuenta por medio de ilustración, respondiendo una necesidad. Las ilustraciones aportan un valor añadido a un producto puesto que se muestra el estilo y la manera de expresar ideas y sentimientos de un ilustrador.



Productos elaborados por Kuul Kidd para marca The Kidd
Recuperado de: <https://www.facebook.com/kuulkidds/photos>

En el caso de Muñoz por medio de la ilustración en sus productos expresa no solamente su estilo sino que también sus gustos, sentimientos e intereses ya que indicó en la entrevista que normalmente ilustra lo que le llama la atención, personajes que admira u objetos que encuentra interesantes.

La mayoría de la gente adquiere sus productos por el estilo tan interesante que maneja Muñoz y por el personaje u objeto que se encuentra ilustrado en ellos. Es por eso que se dice que la ilustración le da un valor añadido al producto.

Muñoz en su crecimiento como emprendedor ha logrado realizar colaboraciones en donde se fusiona el arte, la moda y un concepto; como en el caso de la colección “Raíces” de Estilo Quetzal. Luis Quintana, uno de los creadores y diseñadores de “Estilo Quetzal” (entrevista) indica que con la colección se plasman los elementos más sobresalientes de Guatemala, en un reencuentro con las huellas que marcan la historia y las raíces de la cultura. La intención de la línea “Raíces” es comunicar de una manera creativa las raíces guatemaltecas y se logró por medio de las ilustraciones que resaltan las raíces guatemaltecas mostrando el colorido de Guatemala.

Quintana (entrevista) comenta: “Toda prenda de la marca Pigmento se reconoce entre muchas, por el característico y excelente trabajo de José Miguel Muñoz. La línea de ropa Estilo Quetzal con la colaboración de Pigmento, se caracteriza por las ilustraciones guatemaltecas que resaltan nuestra cultura, mostrándola de una manera diferente y contemporánea.”

Quintana afirma que cualquier intervención de arte le da un valor agregado a un producto ya que es una forma diferente en donde el diseño y el arte se fusionan para crear moda. Se puede decir que al integrar ilustración dentro de una prenda de vestir se genera algo único e innovador so-

bre todo cuando la intención es resaltar alguna tendencia o temática en específico que despierte el interés del usuario. Que en este caso el grupo objetivo son jóvenes y jóvenes adultos interesados en mostrar la cultura guatemalteca. Quintana afirma que los productos realizados en colaboración con Pigmento han tenido una excelente respuesta, tanto en Guatemala como en el extranjero, guatemaltecos que viven fuera, les han comprado los productos para llevar un pedazo de su país en su corazón y mostrarlo al mundo.



Fotografía de José Miguel Muñoz con Luis Quintana y Gloria Escobar
Recuperado de: <https://www.facebook.com/EstiloQuetzal/photos/a.174064090069.160599.173259430069/10154734648430070/?type=3&theater>



Línea realizada en colaboración con Estilo Quetzal
Recuperado de: <https://www.facebook.com/EstiloQuetzal/photos/a.174064090069.160599.173259430069/10154734648430070/?type=3&theater>

Según Idep Barcelona (2014) la ilustración es una de las disciplinas más destacadas dentro del ámbito gráfico, artístico y empresarial; es una herramienta fundamental en proyectos de diseño gráfico, diseño audiovisual, moda, comunicación y otras ramas en la cuales se pretende potenciar las técnicas manuales de dibujo mezclándolas con las últimas tecnologías digitales logrando así transmitir un mensaje de una manera más creativa y funcional.

Fernández (2012) indica que cuando se realiza una imagen o ilustración al representarla se mezcla el interés del cliente que la encarga, el lenguaje del propio usuario al que se dirige y un toque del estilo del diseñador. Los niveles de iconicidad pueden ser altos, cuando la representación es casi fotográfica; medio, cuando lo interpretamos, y bajo, cuando el resultado se acerca a lo esquemático.

Las ilustraciones que realiza Muñoz según la guía de observación, poseen entre un 85% y 100% de realismo, aunque el estilo de ilustración sea tipo *sketch* y con trazos espontáneos, presentan una gran similitud con los personajes originales y celebridades ya que conservan ciertos detalles y rasgos los cuales representan claramente la idea.

Pineda “la ilustración de modas consiste en crear una imagen que cumpla con las expectativas del cliente y al mismo tiempo transmita un mensaje”. Es muy importante cumplir con ambas observaciones puesto que al realizar una ilustración se busca expresar de forma gráfica diferentes cosas, ya sea que cumplan con las expectativas de un cliente que la solicitó o con las expectativas propias del ilustrador. Además, para que una ilustración sea de mayor calidad, debe transmitir algo, ya sean emociones, sensaciones, recuerdos, experiencias etc, que despierten el interés del espectador.

En el caso de los objetos de estudio analizados se pueden observar tres diferentes temáticas como lo son: cultural, personajes y celebridades. Cada una de las temáticas fueron creadas con un propósito, para cumplir con la expectativa del cliente y al mismo tiempo expresar los gustos e intereses del ilustrador, además, con cada temática se pretende transmitir un mensaje. Como es el caso de la temática “Cultural”, dentro de la colección “Raíces” en colaboración con Estilo Quetzal, el objetivo es resaltar las raíces guatemaltecas y mostrar el colorido de nuestra Guatemala.

En el caso de la temática de personajes y celebridades el objetivo es proyectar dentro de un producto los intereses y gustos de las personas y el mismo ilustrador. Puesto que

las personas compran un determinado producto de Pigmento por el personaje o ilustración que contiene, ya que les agrada, son fanáticos o simplemente les atrae y combina con su estilo.



Ilustración elaborada por José Miguel Muñoz - Pigmento .
En donde se plasma sentimientos, recuerdos y experiencias.
Ilustración elaborada a petición de cliente.
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos/a.318973888269437.1073741829.302657399901086/716090808557741/?type=3&theater>

Según Arteneo (2015) hay nueve géneros ilustrativos los cuales son:

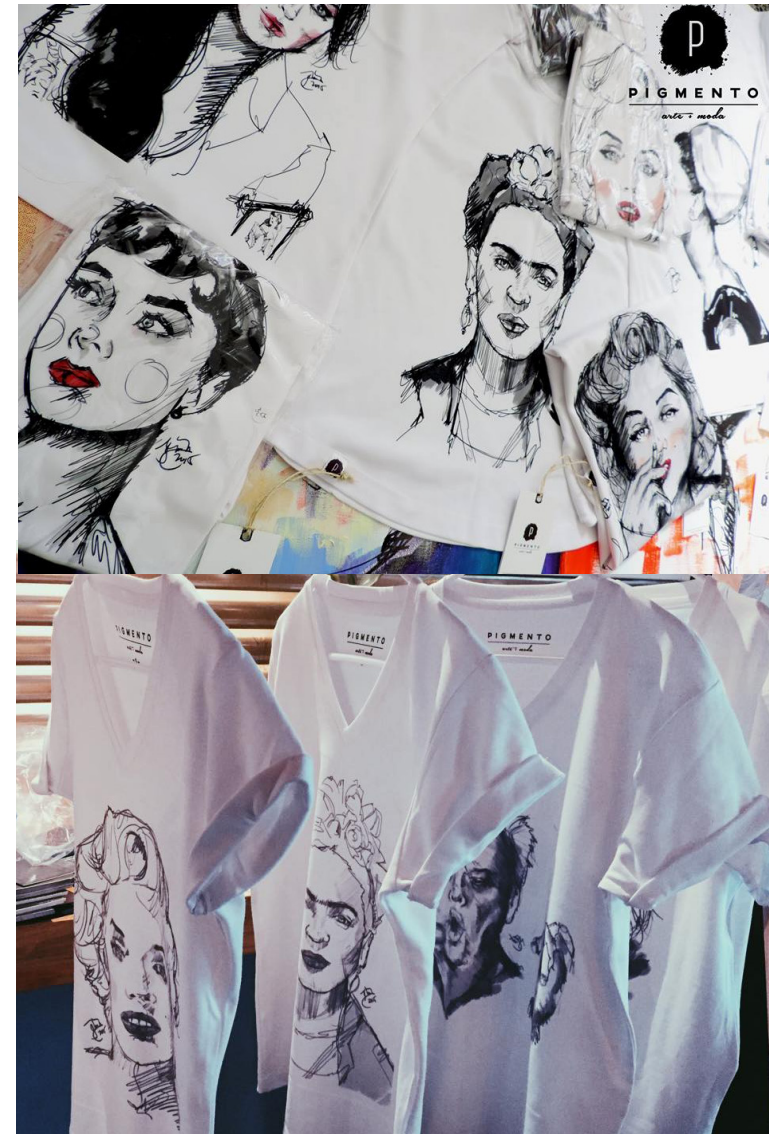
- Narrativo
- Infantil
- Publicitario
- Moda
- Cómic
- Ilustración de portada
- Decorativa
- Conceptual
- Humor gráfico

Según la guía de observación de los objetos de estudio se puede apreciar que Pigmento dentro de los géneros ilustrativos posee una ilustración “decorativa” puesto que sus ilustraciones tienen el poder de captar la atención e interferir en los sentimientos no solo del grupo objetivo, sino que de las personas en general. Embellecer por medio de imágenes es una parte fundamental del diseño y Muñoz al plasmar sus ilustraciones sobre prendas de vestir genera cierta atracción, alentando a las personas para adquirir los productos de la marca puesto que poseen un diseño creativo y original.

Además, lo “conceptual” se hace presente también dentro de la marca puesto que hace uso de una ilustración muy creativa, libre y no está atada a ningún texto proporcionado, es una idea personal en la cual el ilustrador está interesado y se propone a ilustrar haciendo uso de una técnica de *sketch*.



T-shirts Pigmento/ Ilustraciones de Audrey Hepburn
Se puede observar lo conceptual, puesto que fue una de las primeras ilustraciones creadas por Muñoz para la marca, en la entrevista aclaró que le gustaba mucho este personaje
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photo>



Productos Pigmento, con ilustraciones de personajes de interés para Muñoz
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos/a.302694556564037.1073741828.302657399901086/460804424086382/?type=3&theater>

La calidad y atractivo de los productos de Pigmento se deben no solamente por el diseño creativo que poseen, sino que también por la presentación y calidad en cuanto a impresión y material.

Impresión-A imprenta (2014) indica que la serigrafía es una técnica de impresión utilizada para reproducir un diseño o imágenes sobre cualquier tipo de material, es muy utilizada para estampar *t-shirts* o prendas textiles.

Recordando el caso de Meg Hunt, ilustradora estadounidense y usuario de la plataforma Threadless para la venta de sus ilustraciones impresas en *t-shirts* indica, que la serigrafía es su elección de preferencia para la estampación de *t-shirts* puesto que el color se reproduce bastante bien.

En el caso de Pigmento, la impresión de sus *t-shirts* las realizan ellos mismos. En cuanto a la técnica de impresión Muñoz indicó: “utilizamos de todo, dependiendo el diseño y el tipo de tela, es variante entre serigrafía, impresión textil o sublimado”. Además, afirma que es “tecnología avanzada y de primera, es un sistema de precisión y consistencia, especializado para no manchar o dañar la tela.”

Muñoz indica que el material de las *t-shirt* que se manejan en Pigmento dependen del diseño, pero normalmente son

de algodón y un poco de poliéster; además indica que en un inicio el único color disponible de *t-shirt* era el blanco puesto que al tener un fondo blanco se podía apreciar y resaltar el arte en cada una de ellas. Actualmente han incorporado en algunas prendas el color negro y gris, realizando las ilustraciones en tonos dorados, negros y metálicos. Indica que para las *t-shirt* poseen varios proveedores y que a la hora de que el proveedor no cumpla, realizan el pedido a otro.



Referencia de algunas prendas color negro y gris, con ilustraciones en tonos dorados, negro y metálicos. Recuperado de: https://www.facebook.com/pg/pigmento.artemoda/photos/?ref=page_internal

Según Rafasshop (s.f) la impresión directa textil sobre *t-shirts* es una de las técnicas más avanzadas en la actualidad, es lo más parecido a la serigrafía. Consiste en imprimir directamente sobre textil 100% algodón, en alta definición con tintas especiales de gran durabilidad. No hace uso de pantallas y fotolitos como la serigrafía, por lo que se pueden hacer pedidos desde una unidad.

En el caso de Pigmento dependiendo la temporada se realiza la impresión de cierta cantidad de *t-shirts*, también depende mucho del diseño, ya que existen diseños más cotizados en donde se imprime mayor cantidad de unidades.

La impresión directa también permite imprimir diseños altamente complejos con degradados, fondos transparentes, y fotografías a todo color con una alta calidad de impresión y gran durabilidad. Ofreciendo un tacto más agradable que otras técnicas como serigrafía y vinilo. Esto favorece a la marca puesto que las ilustraciones poseen muchos detalles los cuales deben ser reproducidos sobre la tela con una buena calidad. Además, al ofrecer gran durabilidad y un tacto más agradable favorece la calidad del producto y de la marca en general puesto que busca el mayor confort del usuario y una experiencia agradable al ser propietario de uno de sus productos.



Ejemplo de impresión directa de una *t-shirt* de la marca Pigmento.
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>

CONCLUSIONES

-1-

Pigmento es una marca la cual comenzó con un sueño y el deseo de ser independiente, aprovechando al máximo la pasión y habilidad de José Miguel Muñoz para ilustrar. El concepto básico de Pigmento es fusionar el arte y la moda creando una marca de *t-shirts*, la cual destaque dentro de las demás gracias al uso de la ilustración en un estilo *sketch* en donde se genere un estilo de vida. Las personas se puedan sentir identificadas ya sea por la ilustración o por el hecho que son productos de calidad realizados en Guatemala, logrando así aceptación y la atracción por ser acreedoras de un producto guatemalteco con verdadero arte en él.

La ilustración es una rama muy importante dentro del diseño gráfico de la cual se puede sacar provecho para alcanzar el éxito y un ejemplo de ello es la marca Pigmento, que se encuentra en proceso para estar muy bien posicionada dentro del mercado guatemalteco, ofreciendo productos intervenidos por ilustración.

Para que Pigmento se posicionara como marca fueron necesarios aspectos principales como: definir el grupo objetivo, realizar un análisis de mercado, definir el tipo de posicionamiento, además, crear la identidad de la marca y tener idea de varios aspectos como proveedores, precio, distribución para la venta, exhibición del producto, estrategias de *marketing* y comunicación que lograran darle valor al producto por medio del arte.

Por otra parte, Muñoz indica que personalmente la pasión, la disciplina y el enfoque; fueron la base para conseguir el éxito en su empresa. Es necesario realizar las cosas con pasión y convertirlas en algo que se realiza porque nace de uno mismo, no porque se siente obligado hacer; de esta manera en ningún momento se perderá la motivación porque se convertirá en algo que se realizara con gusto día a día. Se debe ser disciplinado y constante para lograr posicionarse como marca en el mercado guatemalteco, se debe andar en búsqueda de nuevas oportunidades para

mejorar, aunque existan tropiezos en el camino, las metas serán la motivación encargada de mantener la disciplina.

A efecto de la marca, el uso de redes sociales como medio para entrar al mercado y darse a conocer frente al público es importante, ya que es un medio amplio e inmediato de recibir respuesta de las personas.

Las redes sociales, principalmente Facebook e Instagram fueron y son un medio en donde Pigmento se da a conocer y aprovecha el máximo, ya sea como medio publicitario o para conocer acerca de las opiniones o intereses del grupo objetivo y público en general respecto a la marca. Gracias a este medio, Pigmento logró incorporarse al mercado, volviéndose popular. El interés de otras marcas guatemaltecas en trabajar en conjunto, es el caso de la marca Estilo Quetzal, en donde junto a Pigmento realizaron una línea de *t-shirts* y sudaderos con la intención de resaltar la cultura guatemalteca por medio de ilustraciones y el colorido de las mismas.

Muñoz indica que la marca Pigmento es una marca relativamente joven, la cual lleva 3 años dentro del mercado guatemalteco y aún se encuentra en proceso de posicionamiento, ya que aún no es altamente conocida. El objetivo de los productos realizados por Pigmento es la venta y popularidad de los mismos. El estilo de ilustración, el concepto de vestir una prenda con verdadero arte en ella y la calidad que poseen son algunos de los aspectos que han ayudado al proceso de posicionamiento, ya que han ayudado a la marca a crecer, siendo más conocida y preferida por el grupo objetivo y personas en general.

-2-

Los productos de Pigmentos comprenden distintas temáticas las cuales se adaptan para cualquier tipo de persona, puesto que ofrecen variedad de diseños que se adecuan a los gustos más exigentes del mercado.

Cada una de las temáticas analizadas (cultural, personajes y celebridades) conservan el mismo estilo *sketch* que Muñoz maneja, además, cada una se realiza con un objetivo y refleja un mensaje, sea cultural, emocional o social. Puesto que cada ilustración pretende resaltar algo diferente sea por la expresión del personaje, la vestimenta, los colores, rasgos. Esto se aprecia en la guía de observación anteriormente realizada. El estilo *sketch* que se maneja, es realizado con trazos espontáneos, los cuales van acompañados de una variedad de colores que aportan personalidad y armonía a la ilustración.

La técnica de ilustración manual, aunque luego sea digitalizada, aporta un valor agregado puesto que el estilo *sketch* es realizado sin seguir un patrón o con líneas guías. Se podría decir que es desordenado, con líneas trazadas al azar y jugando con la superposición para generar sombras y luces. Se aprecia claramente el estilo del ilustrador y su manera de expresarse por medio de sus creaciones.

El estilo que se maneja es un gran punto a favor para los productos de Pigmento, ya que por parte, es eso lo que los hace tan novedosos y captan la atención del consumidor. Apreciar verdadero arte en una prenda de vestir genera un impulso para su venta, ya que la gente muchas veces decide comprar determinada ropa, por la ilustración, diseño o por lo que reflejan al momento de vestirla.

Al usar los productos de Pigmento las personas por medio de su ropa pueden reflejar diferentes estilos, intereses, personalidades y emociones, ya que la marca posee gran variedad de ilustraciones y temáticas haciendo de Pigmento valedera de productos novedosos adecuados para cualquier tipo de persona.

La marca va dirigida principalmente al sector juvenil y jóvenes adultos, pero al ser un producto de moda el cual posee una gran variedad de estilos y temáticas, es también una opción para adultos que conservan un estilo urbano, juvenil e informal.

RECOMENDACIONES

-1-

Para que un proyecto de emprendimiento logre posicionarse como marca en el mercado guatemalteco es necesario atreverse a ser independiente y generar ideas innovadoras. Esto debe encontrarse respaldado por aspectos positivos de la persona emprendedora, realizando con pasión y motivación el proyecto siempre en busca del éxito, alcanzando las metas propuestas. Es necesario el trabajo constante, la disciplina, la responsabilidad y el compromiso. Se debe aprovechar al máximo cada oportunidad que se presente y haciendo la búsqueda de otras las cuales logren abrir puertas encaminando la empresa.

El producto que se quiere vender debe ser innovador y poseer un diseño y una imagen creativa para potenciar su venta, es por eso, que es de suma importancia la calidad, la imagen y la publicidad de la marca y sus productos. Desde antes del lanzamiento se debe contar con la identidad e imagen visual de la marca, con esto se podrá diferenciar de la competencia y será reconocida por las personas. Además, es necesario siempre tener en mente al grupo objetivo, ya que, si se generan estrategias de *marketing* y comunicación dirigidas específicamente para ellos, la marca será un éxito y logrará ser reconocida y posicionada en el mercado.

Los productos de una marca de ropa deben ser novedosos y altamente atractivos para las personas para quienes fueron diseñadas. Para ello es necesario que se guíen por una temática la cual genere interés en los posibles compradores, para que los aliente a ser acreedores de los productos. Además, debe poseer un estilo único que destaque ante la competencia de la marca, de esta manera generará mayor ganancia, puesto que se trata de un producto original el cual se realiza bajo un concepto y un estilo diferente al resto.

Dentro de la industria de la moda es necesario ir innovando técnicas, estilos y temáticas de la marca, por medio de estudios e investigación de tendencias, para que no se vuelva repetitivo y la compra de la misma no decaiga. Pigmento es un ejemplo claro de esto puesto que posee una variedad de temáticas con un estilo interesante y de calidad que hace de su marca gozar de productos novedosos guatemaltecos y de alta calidad.

REFERENCIAS

- Álvarez, J (2012). **Ilustración de modas**. Extraído el 05/04/17 de: <http://ilustracion-moda.blogspot.com/>
- American Marketing Association (s,f). **Definición de Marketing**. Extraído el 10/03/17 de: <http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>
- Anediseño (2012). **¿Que es la ilustración?** Extraído el 10/06/17 de: <https://anedisenowordpress.com/2012/06/06/que-es-la-ilustracion/>
- Arteneo (2015). **La ilustración**. Extraído el 07/06/17 de: <https://www.arteneo.com/blog/la-ilustracion-ti-pos-y-caracteristicas/>
- Caza, M (1983). **Técnicas de Serigrafía**. Editorial R. Torres, Barcelona.
- Cattaneo, E (1984). **La Serigrafía en el arte, el arte de la serigrafía**. Museo Universitario de Ciencias y Arte, Centro de Investigación y Servicios Museológicos, Coordinación de Extensión Universitaria, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Celis, J (2017). **10 pasos para lograr el éxito**. Extraído el 10/03/17 de: <http://www.sebascelis.com/10-pasos-para-lograr-el-exito/>
- Chaves, N (2006). **La imagen corporativa**. Gustavo Gili, 2006.
- Chichoni, O (2012). **¿Qué es la ilustración?** Extraído el 08/06/17 de: <https://anedisenowordpress.com/2012/06/06/que-es-la-ilustracion/>
- Costa, J (2004). **Imagen de marca. Un fenómeno social**. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Costa, J (1993). **Identidad corporativa**. México. Editorial Trillas, S.A.
- Countureonpaper (2012). **Ilustración de moda**. Ex

- traído el 05/06/17 de: <https://coutureonpaper.wordpress.com/2012/04/03/breve-historia-de-la-ilustracion-de-moda/>
- Creativos Online (2010) Gema. **Threadless: tu diseñas, ellos venden tus diseños en camisetas y tu ganas dinero.** Extraído el 06/06/17 de: <https://www.creativosonline.org/blog/threadless-tu-disenas-ellos-venden-tus-disenos-en-camisetas-y-tu-ganas-dinero.html>
 - Definición ABC (2017). **Definición de Éxito.** Extraído el 10/03/17 de: <https://www.definicionabc.com/general/exito.php>
 - EcuRed (s.f). **Ilustración. Diseño Gráfico.** Extraído el 09/06/17 de: [https://www.ecured.cu/Ilustraci%C3%B3n_\(Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico\)](https://www.ecured.cu/Ilustraci%C3%B3n_(Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico))
 - ElMundo (2017). **Las finanzas del emprendedor.** Extraído el 10/03/17 de: <http://www.elmundo.com.ve/firmas/cochino-dinero-----boris-ackerman-vaism/man/las-finanzas-del-emprendedor.aspx>
 - Entrepreneur en español (2017). **10 eslóganes inolvidables.** Extraído el 07/06/17 de: <https://www.entrepreneur.com/article/268810>
 - Espinoza,R (2014). **Posicionamiento de marca, la batalla por tu mente.** Extraído el 10/03/17 de: <http://robertoespinosa.es/2014/09/15/posicionamiento-de-marca-batalla-por-mente/>
 - Fernández, A (2012). **El arte de la ilustración, del concepto al éxito.** Madrid. Ediciones Anaya Multimedia (2012).
 - Forsterwit (2014). **El marketing como estrategia de emprendimiento.** Extraído el 11/03/17 de: <http://www.pymesyautonomos.com/marketing-y-comercial/el-marketing-como-estrategia-deemprendimiento>
 - García, A (2013). **Néstor Gómez.** Extraído el 06/06/17 de: <http://www.esquisses.net/2013/07/nestor-gomez-soloyo-la-creatividad-es-una-actividad-comunitaria/>
 - Gerencie.com (s.f). **La importancia de conocer el lado negativo del emprendimiento.** Extraído el 10/03/17 de: <https://www.gerencie.com/la-importancia-de-conocer-el-lado-negativo-delemprendimiento.html>

- Gerencie.com (s.f). **Emprendimiento como complemento a la vida laboral.** Extraído el 10/03/17 de: <https://www.gerencie.com/el-emprendimiento-como-complemento-a-la-vida-laboral.html>
- Giosa,D (2017). **Como puede ayudar el marketing en un emprendimiento?**. Extraído el 10/03/17 de: <http://www.elobservador.com.uy/como-puede-ayudar-el-marketing-un-emprendimiento-n1033268>
- Gitman,L (2007). **Principios de la administración financiera.** Capítulo 1. Pearson Educación.
- Howard,J (s,f). **Definición de Marketing.** Extraído de: <http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>
- Idep Barcelona (2014). **Ilustración aplicada al diseño.** Consulta 13/03/17 de: <http://www.idep.es/ilustracion-aplicada-diseno/>
- Ildia,N (2014). **Branding: ¿Cómo posicionar tu marca?** Extraído el 05/06/17 de: <https://blog.fromdoppler.com/branding-como-posicionar-tu-marca/>
- Impresión-A imprenta (2014). **Quiero imprimir una camiseta. ¿Qué tipo de impresión elijo?** Extraído el 05/06/17 de: <http://impresion-a.com/quiero-imprimir-una-camiseta-cual-elijo/>
- Irizar,I (2003). **Cómo crear una empresa.** Barcelona 2004. Ediciones Gestión 2000.
- Jiménez,B (2013). **Posicionamiento. Test de marca y logotipo.** Extraído el 06/06/17 de: <https://www.gestiopolis.com/posicionamiento-test-del-nombre-de-la-marca-y-del-logotipo/>
- Kotler,P (Edición 1999). **El marketing según Kotler.** Paidós Ibérica, S.A.
- Llanos,N (2017). **Tipos de emprendedores según tres factores.** Extraído el 10/03/17 de: <http://www.elemprendedor.ec/tipos-de-emprendedores/>
- López, E (2016). **La ilustración en el diseño gráfico.** Extraído el 07/06/17 de: <http://www.roastbrief.com.mx/2016/04/la-ilustracion-en-el-diseno-grafico/>
- MAS Digital (2016). **5 tips para posicionar tu marca en redes sociales.** Extraído el 07/09/17 de: <https://www.masdigital.net/nuestro-blog/tips-pa>

- ra-posicionar-tu-marca-en-redes-sociales
- Nicuesa,M (2014). **El lado negativo de ser emprendedor.** Extraído el 10/03/17 de: <https://empresariados.com/el-lado-negativo-de-ser-emprendedor/>
- Pérez,M (2014). **Nombre, marca, logo y posicionamiento.** Extraído el 09/06/17 de: <https://prezi.com/795x64s0eafo/nombre-marca-logo-slogan-y-posicionamiento/>
- Porto y Gardey (2010). **Emprendimiento.** Extraído el 10/03/17 de: <http://definicion.de/emprendimiento/>
- Prospect Factory (2017). **Posicionamiento de marca en las redes sociales.** Extraído el 07/09/17 de: <http://www.marketingenredessociales.com.mx/posicionamiento-de-marca-en-las-redes-sociales/>
- Rafasshop (s.f.) **Impresión directa textil.** Extraído el 05/06/17 de: <https://www.rafasshop.es/impression-directa>
- Real Academia Española (2017). **Finanza.** Extraído el 11/03/17 de: <http://dle.rae.es/?id=HxjppNI>
- Real Academia Española (2014). **Ilustrar.** Extraído el 07/06/17 de: <http://dle.rae.es/?id=Kzay07W>
- River,M (2013). **El emprendimiento como complemento a la vida laboral.** Extraído el 10/03/17 de: <http://www.blogtrabajos.com/el-emprendimiento-como-complemento-de-la-vida-laboral/>
- Salisbury, M (2005). Barcelona. **Ilustración de libros infantiles: como crear imágenes para su publicación.** Acanto (2005). Extraído el 06/06/17 de: <http://catalogo.artium.org/book/export/html/4628>
- Sandino,M (s.f). **El posicionamiento.** Extraído el 05/06/17 de: <https://www.google.com.com.gt/search?q=factores&aqs=chrome.0.69i59j69i57j0l4.2337j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Thomson, I (2016). **Definición de Marketing.** Extraído el 10/03/17 de: <http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>
- Zeegen,L (2009) **What is illustration? (¿Que es ilustración?).** Switzerland. RotoVision Book.
- 1001 camisetas (2017). **Entrevista a Meg Hunt.** Extraído el 06/06/17 de: <https://1001camisetas.com/tag/ilustraciones/>

Referencias de imágenes

- Alegoría de la pintura (1666), de Johannes Vermeer. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Arte>
- Coca-Cola y Pepsi son dos marcas en las cuales existe competencia dentro del mercado. Recuperado de: <https://mexico.feebbo.com/blog/wp-content/uploads/2014/03/bebidas-cola-vs2.png>
- Competencia entre marcas. Recuperado de: <https://www.elguruintormatico.com/wp-content/uploads/2009/11/intel-vs-amd.png>
- Comunicara ilustrando. Ilustración de Henn Kim Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/460000549424999589/>
- Dr. Alderete Ilustrador y diseñador gráfico argentino. Recuperado de: <https://www.idat.edu.pe/blog/10-disenadores-graficos-famosos-que-debes-conocer/>
- Ejemplo de posicionarse como opuesto. Marca Sensodyne que combate la sensibilidad. Recuperado de: https://us.sensodyne.com/content/dam/cf-consumer-healthcare/sensodyne/en_US/products/24_7_products/large/Full%20Protection.jpg
- Ejemplos de productos e ilustraciones realizados por Néstor Gómez para Threadless. Página web de Néstor Gómez en Threadless. Recuperado de: <https://www.threadless.com/made/nestor-gomez/>
- Ejemplos del proceso de varias ilustraciones realizadas por José Miguel Muñoz Escobar Recuperado de: Página personal de Instagram : https://www.instagram.com/jose_miguel_m/
- Ejemplos de t-shirts de la marca The Kidd. Realizadas por Kuul Kidd. Recuperado de: Página de facebook "The.kidd" https://www.facebook.com/pg/kuulkidds/photos/?ref=page_internal
- Ejemplos de marcas nominativas. Recuperado de: LEVI'S: https://euipe.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentImages/trade_marks_examples/Word_mark/Example3.jpg REEBOK: <https://mercablogtecnia.files.wordpress.com/2010/08/logo-reebok.jpg>
- Ejemplos de marcas figurativas Recuperado de: <https://pbs.twimg.com/media/BQX98u9CQAM99Uo.jpg>

- Ejemplos de marcas mixtas. Recuperado de: <http://cdn22.paredro.com/wp-content/uploads/2013/02/Imagen-44.png>
- Ejemplo de impresión directa de una t-shirt de la marca Pigmento. Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>
- Ejemplos de productos e ilustraciones realizados por Meg Hunt para Threadless. Página web de Meg Hunt en Threadless. Recuperado de: <https://www.threadless.com/made/meg-hunt/>
- Ejemplo de empaque y preparación de envío de t-shirts Pigmento. Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>
- Ejemplo de marca, logotipo e isotipo de Adidas. Recuperado de: <https://marcandoanalis.com/2014/01/30/marca-logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo/>
- Empaque: Fragancia CH Recuperado de: <http://cdn3.primor.eu/20505-thickbox/ch-for-women.jpg>
- Fan Page de Facebook de la marca Pigmento - Arte y Moda. Se muestra la sección de “Tienda”. Recuperado de: https://www.facebook.com/pg/pigmento.artemoda/shop/?ref=page_internal
- Fotografía de Jose Miguel Muñoz. Recuperado de: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10153243575915428&set=pb.602740427.-2207520000.1493007538.&type=3&theater>
- Fotografías de Jose Miguel Muñoz. Recuperado de: <https://www.facebook.com/photo.php?bid=10154476183830428&set=pb.602740427.-2207520000.1493007519.&type=3&theater>
- Fotografía de Jose Miguel Muñoz con Luis Quintana y Gloria Escobar Recuperado de: <https://www.facebook.com/EstiloQuetzal/photos>
- Fotografías de t-shirts con ilustraciones del retrato de Audrey Hepburn Realizadas por José Miguel Muñoz. Recuperado de: [www.facebook.com/pigmento/arte y moda](http://www.facebook.com/pigmento/arte-y-moda)
- Fotografía de Audrey Hepburn Recuperado de: <http://static.stylemagazin.hu/medias/95688/1200x1200/Audrey-Hepburn-filmek-amiket>

-latnod-kell_30b5e0b85b6531b954f468c5be1

- Fotografías de algunos de los primeros productos de Pigmento realizados por José Miguel Muñoz.

Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos/a.318973888269437.1073741829.302657399901086/449682435198581/?type=3&theater>

- Identidad corporativa de Internationale Spieltage SIPEL

Recuperado de: <https://republicadelbranding.wordpress.com/2012/07/31/jugando-con-el-branding-la-identidad-corporativa-de-internationale-spieltage-sipel/>

- Ilustración de emprendedor exitoso

Recuperado de: <http://blog.economistas.org/author/marta/>

- Ilustración de los caminos de un emprendedor

Recuperado de: <http://blog.apremy.com/blog/2015/11/18/factores-de-exito-o-fracaso/>

- Ilustración de emprendedor “multitasking” (que es eficiente al realizar varias cosas o proyectos al mismo tiempo). Recuperado de: http://www.provide-support.com/blog/wp-content/uploads/2015/05/Multitasking_in_customer_service.png

- Ilustración de básica de moda.

Recuperado de: https://assets6.domestika.org/project-items/000/656/346/andra_cora-SS-sketch_10-big.jpg?1408535163

- Ilustración de cómic

Recuperado de: <http://dibujoypinturagranada.com/producto/curso-dibujo-ilustracion-comic/>

- Ilustración decorativa en botellas de Absolut Vodka

Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/516014069782202658/>

- Ilustración conceptual de John Holcroft

Recuperado de: <http://creativehatter.com/ilustracion-conceptual-de-john-holcroft/>

- Ilustración de humor gráfico

Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/26951297749398874/>

- Ilustración: técnica tinta china de Mariusz Szmertd

Recuperado de: <https://fineartamerica.com/profiles/mariusz-szmerdt.html>

- Ilustración: técnica a lápiz

Recuperado de: <http://www.mschangart.com>

/drawing-and-painting-i

- Ilustración: técnica crayón de Damien Florebert
Recuperado de: <http://www.fubiz.net/2016/04/28/nice-crayon-editorial-drawings-by-damien-cuypers/>
- Ilustración: técnica marcador
Recuperado de: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/57/c0/8a/57c08ad2c289b2dea99ad2c469573a14.jpg>
- Ilustración: técnica pastel
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/117304765276169682/>
- Ilustración: técnica acuarela de Barbara Fox
Recuperado de: <http://www.dailypaintworks.com/fineart/barbara-fox/52f75df0-84ef-4b33-aa64-e09aaa1ff4f0>
- Ilustración: técnica acrílico
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/563090759643551115/>
- Ilustración: técnica óleo
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/>

pin/76561262395827846/

- Ilustración: técnica collage de Marcelo Monreal
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/88242473927837038/>
- Ilustración: técnica difital de Malika Fabre
Recuperado de: <http://www.baubauhaus.com/image/42214>
- Ilustración científica
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/16044142396823269/>
- Ilustración literaria infantil
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/307159637068764099/>
- Ilustración publicitara de Oscar Llorenz
Recuperado de: <https://www.domestika.org/es/courses/47-ilustracion-expres-con-illustrator-y-photoshop>
- Ilustración editorial
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/252694229063405995/>

- Ilustración en diseño gráfico. Logotipo intervenido por ilustración (isologotipo). Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/721420434030697857/>
- Ilustración en diseño gráfico
Fotografía intervenida por ilustración
Recuperado de: https://www.pinterest.com/pin/AcxG78ctTyTvbVEw1rRleR-HOIQ_Net2F-aUYWfW_9taFtgp8FRB0H4/
- Ilustración en productos de moda de Gypsy Warrior
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/602356518880541443/>
- Ilustraciones de Nestor Gómez para Threadless
Recuperado de: <http://www.esquisses.net/2013/07/nelson-gomez-soloy-la-creatividad-es-una-actividad-comunitaria/>
- Ilustración de LucyLovesPaper
Recuperado de: <https://www.etsy.com/es/listing/230665391/ilustraciones-de-coches-lindo-arte-de>
- Ilustración de Ilka Meszely. Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/79376012163793374/>
- Ilustración de Pablo Lobato
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/dana2976/pablo-lobato/?lp=true>
- Ilustración de personaje humano
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/14777505008783311/>
- Ilustraciones de Meg Hunt
Recuperado de: <http://showandtell.meghunt.com/>
- Ilustración de personajes y animales
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/419960733989059073/>
- Ilustración de Patricia Oliva Gosálbez
Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/388505905327242033/>
- Ilustración publicitaria de la ilustradora y diseñadora gráfica Anna Anjos para Coca-Cola. Recuperado de: <http://nfgraphics.com/anna-anjos/>
- Ilustración de emprendedor exitoso.
Recuperado de: <http://noticias.universia.hn/cultura/noticia/2016/07/07/1141588/descubre-si-podrias-emprendedor-exitoso.html>

- Ilustraciones de Alfredo Bouret
Paris Vogue November 1955.
Recuperado de: <https://es.pinterest.com/pin/566820303080616620/>
- Impresora: Azon Extreme Printing. Serigrafía Directa de t-shirts ilustradas. Recuperado de: http://garmentprint.ru/my_images/azon_tex_pro.jpg
- Impresora directa textil “Kornit Avalanche Hexa”.
Recuperado de: <https://rafasshop.r.worldssl.net/media/wysiwyg/rafasshop/kornit-avalanche-hexa.jpg>
- La liebre y la tortuga. Ilustración narrativa/infantil.
Recuperado de: <http://ilustracioneditorialypublicitaria.blogspot.com/p/ilustradores-importantes.html>
- Línea realizada en colaboración con Estilo Quetzal
Recuperado de: <https://www.facebook.com/EstiloQuetzal/photos>
- Listado de t-shirts disponibles y sus precios.
Recuperado de: https://www.facebook.com/pg/pigmento.artemoda/shop/?ref=page_internal
- Logotipo y fotografía de Meg Hunt
Recuperado de: <http://meghunt.com/about>
- Logotipo de la plataforma “Thredless”.
Recuperado de: <https://picusblogger.wordpress.com/2012/04/04/controversial-ads/hi-res-threadless-logo-e1326760323630/>
- Logotipo e isotipo de Pigmento. Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos/a.302657969901029.1073741825.302657399901086/463192707180887/?type=1&theater>
- Logotipos de distintas redes sociales. Recuperado de: <https://1.bp.blogspot.com/-CRUwrfMkJq4/Vyt79d3DD5I/AAAAAAAAAHw/4ZbZANR2SeECtOldV-YCprIO5OuGfn9WwCLcB/s1600/redes-sociales-teclado-istock-700.jpg>
- Marca: Carolina Herrera Recuperado de: <http://acceso.siweb.es/content/974444/marcas/descarga.png>
- Marca Elf Eyes Lips Face. Marca de maquillaje muy conocida internacionalmente de gran calidad y precios económicos. Recuperado de: <http://curso maquillajeonline.com/wp-content/uploads/2013/07/base-de-maquillaje-elf.jpg>

- Marca Nike. Posee atributos y valores como: esfuerzo, potencia, sacrificio, intensidad y energía con una percepción de deporte intenso. Recuperado de: <https://www.guioteca.com/curiosidades/10-de-las-marcas-mas-exitosas-con-origenes-insolitos-y-curiosos-i/>
- Marca líder en categoría de bebidas carbonatadas. Recuperado de: http://www.coca-cola.co.uk/content/dam/journey/gb/en/hidden/History/Heritage/596x334/the_logo_story_01122014_596x334.jpg
- Marca Vnish se posicionó en el mercado por el beneficio que ofrece de remover las manchas con facilidad. Recuperado de: http://www.theinsidersnet.com/site/public/images/pl_1/335/201402/042020_04022014_723_C14_RB_Website_Vanish_MEX_Banner.jpg
- Marketing empresarial. Recuperado de: <https://lamediasocial.com/2016/12/19/las-diez-mejores-campanas-marketing-del-2016/>
- Marketing empresarial. Recuperado de: <https://lamediasocial.com/2016/12/19/las-diez-mejores-campanas>

-marketing-del-2016/

- Meg Hunt y t-shirts con sus ilustraciones, a la venta en “Thredless”. Recuperado de: <https://www.threadless.com/made/meg-hunt/>
- Muestra de que las prendas realizadas por la marca Pigmento contienen verdadero arte y se puede apreciar la creatividad y los detalles en cada una de ellas. Recuperado de: <https://www.facebook.com/commerce/products/1575795832453289/>
- Muestra de la página web de “Threadless”. Recuperado de: <https://www.threadless.com/>
- Néstor Gómez y T-shirts con sus ilustraciones, a la venta en “Thredless”. Recuperado de: <https://www.threadless.com/made/nestor-gomez/>
- Niveles de iconicidad de una cámara fotográfica. Recuperado de: <https://tooscreativos.wordpress.com/tag/grados-de-iconicidad/>
- Pizza Hut y Domino’s Pizza son dos marcas que compiten entre ellas ya que ambas ofrecen variedad de beneficios y atributos con tal de que los con

- sumidores las prefieran antes que su competencia.
Recuperado de: https://i.ytimg.com/vi/FSGeCCN_5Mc/maxresdefault.jpg
- Portadas de revistas intervenidas por ilustración
Recuperado de: <http://originalgraphicdesing.blogspot.com/2015/05/portadas-de-revistas-de-moda-con.html>
 - Portada de revista LIFE de 1956
Recuperado de: <http://www.milanuncios.com/otros-coleccionables/revistaslife-1956-1957-86527811.htm>
 - Posicionamiento múltiple. Cervecería Centroamericana S.A. Con variedad de marcas y diferentes cualidades. Recuperado de: <http://fotos.subefotos.com/8730ae75cdc5dfbc05e12c207bef186co.jpg>
 - Precio: Fragancia CH. Perfumerías Fetiche. Recuperado de: https://www.soyfetiche.com/marca/carolina_herrera/ch/
 - Producto: Fragancia CH Recuperado de: <http://www.oriental.ru/upload/iblock/37f/37f53157f9d141b855557b99998435d5.jpg>
 - Productos Pigmento en preparación para entrega
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>
 - Productos elaborados por Kuul Kidd para marca The Kidd
Recuperado de: <https://www.facebook.com/kuulkidds/photos>
 - Productos elaborados Pigmento
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>
 - Productos Pigmento, con ilustraciones de personajes de interés para Muñoz.
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>
 - Publicaciones con publicidad y promociones en redes sociales de Pigmento.
Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>
 - Referencia de algunas prendas color negro y gris, con ilustraciones en tonos dorados, negro y metálicos.
Recuperado de: https://www.facebook.com/pg/pigmento.artemoda/photos/?ref=page_internal
 - Representación de emprendimiento
Recuperado de: <http://unidademprendimientoiupb.blogspot.com/>

- Representación de emprendimiento
Recuperado de: <http://revistamidinero.com.do/conviertete-en-un-emprendedor-el-mundo-es-para-los-valientes/>
- Representación gráfica de estrategias de marketing. Recuperado de: <http://www.analyticstown.com/es/blog/>
- Representación de emprendedor con iniciativa e inquietud intelectual Recuperado de: <http://armandoruizr.com/2016/03/tienes-lo-necesario-para-ser-de-las-30-promesas/>
- Representación de emprendedor exitoso
Recuperado de: <http://www.ncayasociados.com/emprender-si-pero-con-marca/>
- Representación de emprendedor con pensamiento estratégico Recuperado de: <http://www.nerdilandia.com/6-cursos-online-para-emprendedores-y-empresas/>
- Representación de ejemplo y apoyo familiar
Recuperado de: <http://www.freepik.es/vector-gratis/>

padre-e-hijo_797863.htm

- Representación de ejemplo y apoyo familiar
Recuperado de: <http://imagenesparapapa.com/wp-content/uploads/2016/09/dibujo-de-pap%C3%A1-e-hijo.png>
- Representación factores sociales. Interrelación de la persona con amigos. Recuperado de: https://image.freepik.com/free-vector/nice-teamwork-with-business-elements_23-2147554431.jpg
- Representación de un lenguaje visual/finalidad de ¿una imagen. Recuperado de: <http://curso-prime-ro-eso-aprender-reparar.blogspot.com/2012/12/Lenguaje-visual.1-Foto-montaje.Imagen-homogenea- ejemp lo-finalidad-imagen..html>
- Representación gráfica del proceso para posicionamiento en la web. Recuperado de: http://comunidad.ieb.school.com/carlotapoveda/files/2016/11/shutterstock_192480206_buena-1024x428.jpg
- Revista Blanco y Negro de 1916
Recuperado de: <http://www.todocoleccion.net/leccionismo-revistas-periodicos/revista-blanco-negro-ano-1916-n-1329-5-noviembre-revista-cronica->

social-anuncios-epoca~x27884627

- Serigrafía Directa de t-shirts ilustradas. Recuperado de: https://www.myelements.es/s/cc_images/teaserbox_2457881429.jpg?t=1428484633
- Serigrafía indirecta / impresión transfer. Recuperado de: <http://lospalalos.blogspot.com/p/transfer.html>
- Slogan emocional. Indica que Coca-Cola es una marca que provee emociones como la felicidad. Recuperado de: <http://www.ad-pure.com/wp-content/uploads/2016/02/coca-cola2.jpg>
- Una de las t-shirts en colaboración con Estilo Quetzal dentro de unos de los looks que se presentó en Vancouver Fashion Week Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photos>
- Usuario de Instagram de la marca Pigmento - Arte y Moda. Usuario: pigmento_gt .Recuperado de: https://www.instagram.com/pigmento_gt/
- Wacom es una marca internacional muy bien posicionada en la industria de las tabletas gráficas, digitalizadoras. Recuperado de: https://yt3.ggpht.com/-PLFgazv39U4/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/Tx_QVZhqamE/s900-c-k-no-mo-rj-c0xxffff/photo.jpg
- T-shirt intervenida con ilustración Recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/542613455089184141/>
- T-shirt Pigmento/ Ilustración de Audrey Hepburn Se puede observar lo conceptual, puesto que fue una de las primeras ilustraciones creadas por Muñoz para la marca, en la entrevista aclaró que le gustaba mucho este personaje Recuperado de: <https://www.facebook.com/pigmento.artemoda/photo>

ANEXOS

ANEXO.A

ENTREVISTA ESTRUCTURADA PARA JOSÉ MIGUEL MUÑOZ

1. ¿Cómo inicia Pigmento?
2. ¿Porque el nombre “Pigmento - Arte & Moda”?
3. ¿Cuál es el grupo objetivo de la marca?
4. ¿Cuáles son los atributos o beneficios que ofrece la marca a los consumidores?
5. ¿Qué metas se propuso en un inicio?
6. ¿De qué manera se han cumplido?
7. ¿Cuál ha sido el mayor reto o dificultad que ha superado como emprendedor?
8. ¿En dónde ve la empresa en 5 años?
9. ¿En dónde ve la empresa en 10 años?
10. ¿Qué cosa cambiaría de la empresa?
11. ¿Qué hace que la empresa se diferencie de las demás que se dedican a lo mismo?
12. ¿Quiénes son la competencia de Pigmento?
13. ¿Qué estrategia de *marketing* o comunicación se siguió para posicionar la marca en el mercado?
14. ¿Qué herramientas o recursos se necesitaron para posicionar la marca? ¿Y cómo ayudaron a lograrlo?
15. ¿Se tomó como ejemplo alguna marca ya posicionada como guía para posicionar Pigmento? ¿Cual? ¿Porque?
16. ¿En cuanto a la imagen corporativa de la marca que se desea transmitir?

17. ¿Quiénes conforman la marca (equipo de trabajo)?
18. ¿Cuál es el sistema para realizar un pedido?
19. ¿Qué piensa que los consumidores opinen acerca de la marca y sus productos?
20. ¿Considera que Pigmento se encuentra bien posicionada en el mercado? Si su respuesta es no, favor especificar las razones y lo que se necesita para lograrlo.
21. ¿Se contrató un diseñador gráfico para la realización de logotipo, empaque, publicidad etc.? (Si su respuesta es no, favor especificar el proceso de elaboración del diseño y quien lo realizó).
22. ¿Cómo se desarrolló la habilidad de ilustración?
23. ¿Cuál es tu estilo y como lo defines?
24. ¿De dónde vino la idea de plasmar la ilustración en ropa?
25. ¿Qué técnicas y materiales utiliza para elaborar las ilustraciones? Describir
26. ¿Cómo decide la temática o el personaje de las ilustraciones? Ejemplificar
27. ¿Qué estilos o ilustradores admiras? ¿Porqué?
28. ¿Qué proceso lleva realizar una ilustración? Ejemplificar
29. ¿Qué programa o aplicación utiliza para elaborar las ilustraciones? ¿Qué versión?
30. ¿Qué tipo de impresión utiliza? ¿Porque? ¿Cuáles son las ventajas?
31. ¿Qué máquina o impresora se utiliza?
32. ¿Con que empresa se trabaja la impresión de las *t-shirts*?
33. ¿Con que frecuencia manda a imprimir productos y en qué cantidad?
34. ¿Quién es su proveedor de *t-shirts*?
35. ¿De qué material son las *t-shirts*? ¿Porque?
36. ¿Porque en un inicio el único color disponible de t-shirt era el blanco?

37. ¿Actualmente ha incorporado otros colores de *t-shirts* a la marca? ¿Porque?

38. ¿Con que marcas o empresas Pigmento ha realizado un proyecto en colaboración? Especificar el tipo de proyecto.

39. ¿Con que marcas o empresas le gustaría realizar un proyecto en colaboración a futuro? Especificar la razón.

40. Consejo en cuanto a emprendimiento e ilustración.

ANEXO.B

ENTREVISTA ESTRUCTURADA PARA SERGIO MORALES (KUUL KIDD)

1.¿Cómo desarrolló la habilidad de ilustración?

2.¿De dónde nace la idea de plasmar la ilustración en ropa y formar una marca?

3.¿Qué técnicas y materiales utiliza para elaborar las ilustraciones? Describir

4.¿Cuál es su estilo y como lo define?

5.¿Qué estilos o ilustradores admira? ¿Porqué?

6.¿Qué proceso lleva realizar una ilustración? Ejemplificar

7.¿Cuál fue el proceso para comenzar la empresa?

8.¿Cuál ha sido el mayor reto o dificultad que ha superado como emprendedor?

9.¿Qué hace que la empresa se diferencie de las demás que se dedican a lo mismo?

10.¿Qué tipo de ilustraciones considera adecuadas para t-shirts?

11.¿Cómo ilustrador qué opina sobre las ilustraciones realizadas por Pigmento?

12.Consejo en cuanto a emprendimiento e ilustración.

ANEXO.C

ENTREVISTA ESTRUCTURADA PARA GLORIA ESCOBAR Y LUIS QUINTANA

- 1.¿Qué es Estilo Quetzal?
- 2.¿Cómo surgió el interés de trabajar con la marca Pigmento?
- 3.¿Cuántos productos han sido realizados en colaboración con Pigmento? ¿cuáles han sido? Describir
- 4.¿Cuál fue el concepto al realizar la línea de productos trabajada en conjunto con Pigmento? Describir
- 5.¿Qué caracteriza la línea de ropa trabajada con Pigmento?
- 6.¿Anteriormente ya se había trabajado una línea de ropa integrando ilustración? Si su respuesta es SÍ, favor indicar nombres de empresas o ilustradores. Si su respuesta es NO responder la siguiente pregunta.
- 7.¿Anteriormente por qué no se había trabajado una línea de ropa integrando ilustración?
- 8.¿Cómo cree que la ilustración ayuda a reflejar la personalidad tanto de la marca Estilo Quetzal como de sus clientes?
- 9.¿Cómo han recibido los clientes los productos trabajados en colaboración con Pigmento?
- 10.¿Cómo cree usted que utilizar ilustraciones en los productos de Estilo Quetzal ha ayudado a su popularidad?
- 11.¿Cuál es su opinión sobre el estilo de ilustración de Pigmento? ¿Que lo hace sobresalir del mercado?

ANEXO.D

GUÍA DE OBSERVACIÓN-OBJETOS DE ESTUDIO

1)¿En qué temáticas se separan las ilustraciones realizadas para sus productos?

- a. Cultura
- b. Personas famosas
- c. Figura Humana
- d. Comida
- e. Festividades
- f. Personajes de caricaturas

2)¿Qué temática genera mayormente en sus productos?

- a. Cultura
- b. Personas famosas
- c. Personajes de caricaturas

3)¿Qué técnica de ilustración utiliza?

- a. Manual
- b. Digital
- c. Otro

4)¿Cuál es el nivel de realismo en figura humana?

- a. 100%
- b. 85%
- c. 50%
- d. 25%

5)¿Cuál es el nivel de semejanza entre los personajes de caricaturas con los originales?

- a. Alto
- b. Medio
- c. Bajo

6)¿Qué elementos caracterizan la ilustración de Pigmento?

- a. Luces y sombras
- b. Técnica de achurado
- c. Trazos espontáneos
- d. Orillas de color negro
- e. Paleta de color
- f. Realismo

7)¿En qué posición se encuentran en su mayoría las ilustraciones de personas y caricaturas?

- a. De frente
- b. De perfil
- c. Ángulo de 45 grados

8)¿En su mayoría, que facción tiene el rostro de las personas y caricaturas?

- a. Seria
- b. Sonriente
- c. Triste
- d. Sorprendida
- e. Relajada
- f. Enojada

9)¿Que transmiten las ilustraciones?

- a. Sentimientos
- b. Personalidad
- c. Actitud
- d. Nacionalismo

10)¿Que se percibe con el estilo utilizado para las ilustraciones?

- a. Creatividad
- b. Confusión
- c. Estrés
- d. Comportamiento
- e. Personalidad

11)¿En su mayoría qué tipos de colores utiliza?

- a. Fríos
- b. Cálidos
- c. Fríos y cálidos

12)¿Qué porcentaje de color utiliza en la mayoría de ilustraciones?

- a. 100%
- b. 85%
- c. 50%
- d. 25%

13)¿Qué consistencia tiene en la selección de paleta de color?

- a. Siempre es la misma
- b. Varía algunos tonos
- c. Cambia con frecuencia

14)¿Qué porcentaje de espacio ocupa la ilustración dentro de sus productos?

- a. 100%
- b. 85%
- c. 50%
- d. 25%

15)¿De qué color son las *t-shirts*?

- a. Negro
- b. Blanco
- c. Variedad de colores

16) ¿Qué tipo de *t-shirt* que utiliza?

- a. Manga corta
- b. Manga larga
- c. Sin manga
- d. Cuello en V
- e. Cuello en O

17) ¿Qué tipo de *t-shirts* realiza Pigmento?

- a. Hombre
- b. Mujer
- c. Niños
- d. Otros

18) ¿Dentro de qué se evidencia el punto focal?

- a. Color
- b. Espacios en blanco
- c. Accesorios
- d. Tamaño de rasgos de la persona
- e. Color de rasgos de la persona