



*Fortaleciendo
Lazos de esperanza*







Mariana Solarte Osorio
Énfasis en Diseño de Identidad corporativa y marca
Complementaria de Mercadeo

Asesora: Anita Gutiérrez Robledo
Proyecto Avanzado en Diseño de Comunicación Visual
- PADCV

Tema: Fortalecimiento de posicionamiento del emprendimiento de cursos virtuales navideños Esperanzarte manualidades, a través de una estrategia de diseño de comunicación visual.

Agradecimientos



Quiero comenzar agradeciendo con todo mi corazón a mis padres, quienes han estado siempre a mi lado, dándome su apoyo y amor en cada paso de este proceso. En especial a mi mamá, quien fue mi compañera incansable durante todo este proyecto: me aconsejó, me escuchó y me acompañó en todo momento.

Un agradecimiento inmenso para mi tía, Esperanza Osorio, creadora de Esperanzarte, este hermoso emprendimiento que dio vida a mi proyecto. Fue una experiencia increíble poder trabajar de la mano con ella, y me llena de orgullo saber que el resultado la dejó feliz, porque ese siempre fue mi objetivo principal. Nadie más hubiera podido aportarme tanto como ella, quien ama profundamente lo que hace y se merece este reconocimiento tanto como yo.

También quiero agradecer a mi amiga Melissa Bobadilla, por estar siempre ahí con ideas, apoyo y palabras de ánimo. Su compañía hizo más llevadero este camino, al igual que las valiosas sugerencias de las profesoras Ángela María Sánchez y Diana María Aristizábal, que aportaron significativamente al desarrollo y enfoque de este trabajo.

Y, por supuesto, mi reconocimiento más sincero para mi asesora de grado, Anita Gutiérrez. Gracias por tu guía, tu paciencia y tu compromiso. Tu apoyo constante fue uno de los pilares más grandes para que este trabajo hoy sea una realidad.

Tabla de contenido

Investigación

Justificación	01
Planteamiento del problema	02
Objetivos	03
Perfil de usuario y aliado	04

Proceso de diseño

Sistema de estrategia	05
Proceso de creación	06
Creación de marca	07

Identidad visual y sensorial

Manual de Marca	08
Intro y Espacio de trabajo	09

Comunicación digital

Propuestas digitales	10-11
Categorización de cursos	12

Experiencia y conexión

Nuevas modalidades	13
Kit de bienvenida	14

Validación

Validación de usuario	15
Referencias	16

Justificación



La Navidad en Colombia representa una época de alta conexión emocional y tradición familiar, lo que ha impulsado emprendimientos como Esperanzarte manualidades, un proyecto con más de 50 años de trayectoria enfocado en la enseñanza de manualidades navideñas. Luego de la pandemia, este emprendimiento dio el salto al entorno virtual, permitiendo llegar a muchas más personas, creando una comunidad de mujeres entre 45 a 65 años. A pesar de su gran crecimiento, Esperanzarte enfrenta retos importantes en cuanto a su posicionamiento,

factor que dificulta su reconocimiento y recordación en un mercado competitivo. Por ello, este proyecto de grado busca aportar desde el diseño de comunicación visual a generar soluciones que fortalezcan la confianza del público, creando una conexión emocional fuerte con las usuarias de la marca. Un buen posicionamiento no solo aumentará su visibilidad, sino que le permitirá consolidarse como un referente en el sector de cursos virtuales de manualidades navideñas.



Planteamiento del problema

A pesar del crecimiento de Esperanzarte Manualidades en el entorno digital y de contar con más de 35.000 seguidores en redes sociales, **enfrenta dificultades para consolidar su posicionamiento.**

La marca no cuenta con una identidad visual definida, ni con una estrategia de comunicación clara que refuerce su mensaje y lo haga reconocible para su público objetivo.

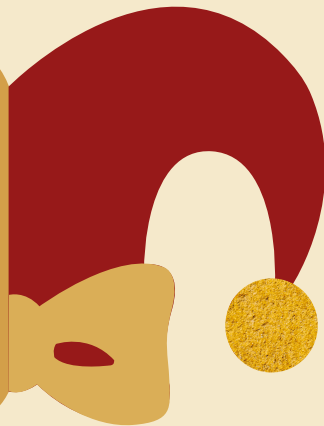
Además, la experiencia en los canales digitales carece de coherencia y diferenciación, lo que limita la conexión emocional con la audiencia y reduce la recordación de marca.

La falta de claridad en la comunicación genera confusión en las usuarias, quienes constantemente repiten preguntas sobre la oferta de cursos, desisten de participar por creer que no tienen las habilidades necesarias, o incluso por desconfianza.



Objetivo general

Diseñar una estrategia de comunicación bajo un enfoque experiencial para el fortalecimiento de posicionamiento del emprendimiento de cursos virtuales navideños Esperanzarte manualidades.



Objetivos Específicos

★ Analizar la experiencia actual del usuario a través de los canales digitales para identificar oportunidades de mejora en su posicionamiento.

★★ Identificar componentes de identidad que aporten al reconocimiento de la marca, mejorando la percepción y recordación por parte del público objetivo.

★★★ Crear herramientas desde el diseño de comunicación visual que optimicen la transmisión efectiva del mensaje en los canales digitales y refuercen la identidad para conectar emocionalmente con los consumidores.

Aliada

Esperanza Osorio

Profesora y Creadora
de Esperanzarte



Usuario

**Mujeres adultas
entre 40-65 años**

Consideran la navidad como
una de las épocas más
especiales del año.



Proceso de diseño

Sistema de la estrategia

Identidad visual y sensorial de la marca

- Diseño de identidad visual
- Diseño de manual de marca instructivo y conciso
- Diseño de merchandising e introducción para utilizar en los videos que fortalezca la recordación de la marca por medio de la identidad sensorial.

Estrategia de comunicación digital

- Diseño estratégico de las redes y la página para facilitar el acceso del usuario a la información de los cursos.
- Sistema de categorización de cursos basado en el nivel de experiencia requerido

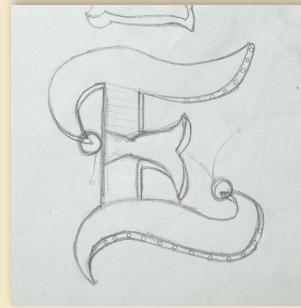
Experiencia y Conexión Emocional

- Implementación y difusión de talleres y actividades en modalidades presenciales y virtuales sincrónicas.
- Diseño de kit especial para el taller presencial, con el objetivo de reforzar la experiencia emocional del usuario y fortalecer la conexión con la marca.

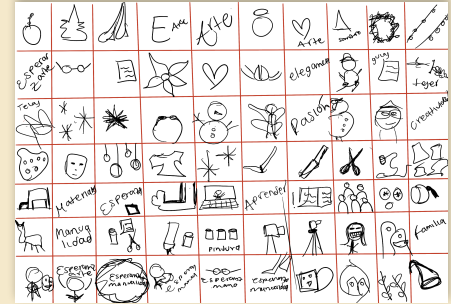
Proceso de creación ✨



Boceto monogramas



Boceto Símbolo E



Boceto iconografía (taller de creatividad)

Durante este proceso se exploraron diversas formas de representar la marca, incluyendo monogramas, símbolos distintivos y estructuras modulares. Finalmente, se concluyó que la opción más acertada era desarrollar un símbolo que reflejara los valores de la marca, y que al mismo tiempo transmitiera creatividad, elegancia y originalidad.

Creación de marca

Conceptos

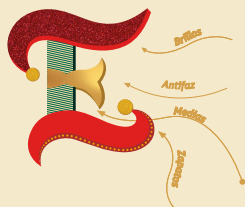
Creatividad: Sus creaciones auténticas se convierten en un verdadero diferenciador, impulsado por la creatividad de la profesora.

Elegancia: La caracteriza en cada uno de sus proyectos por medio de colores, brillos, texturas y acabados.

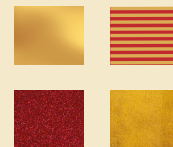
Navidad: Conecta directamente con la esencia de sus cursos, es importante incluir de figuras representativas que reflejen el espíritu navideño de la marca

Esperanza: Es el valor que guía la marca, inspirando a mujeres a descubrir nuevas habilidades y transformar su tiempo en creatividad.

Anatomía del símbolo

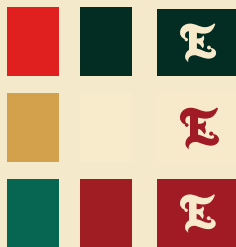


Iconografía



Texturas

Cada uno de los iconos representan algunas de las figuras más representativas de esperanzarte, Las texturas representan el brillo y elegancia de la marca.



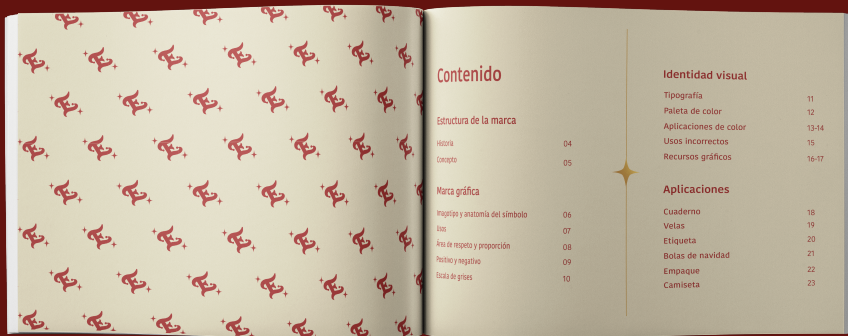
Bree
Aa
Aa
Kohinoor Bangla

ABCDEFGHIJKLMN
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz



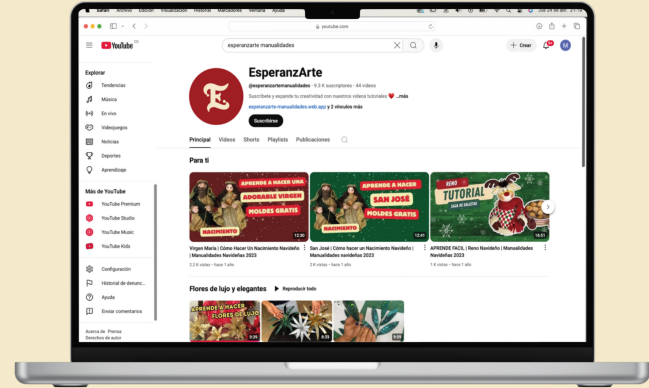
Manual de Marca





Intro de Youtube y Espacio de trabajo

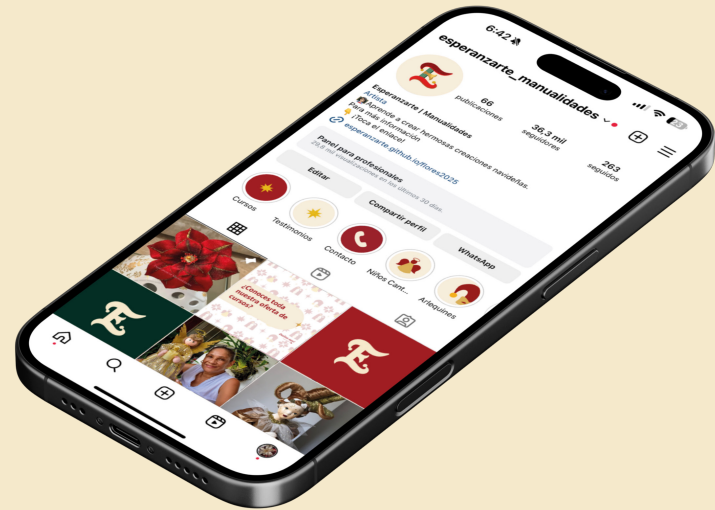
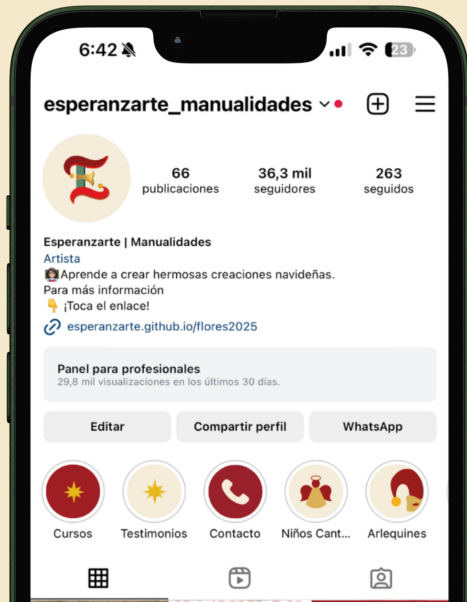




Propuesta digital

Facebook y Youtube





Propuesta digital

Instagram





Categorización de cursos



Nuevas Modalidades

Presencial y sincrónica



Kit de bienvenida ✨

- Libreta esperanzarte
- Vela de Esperanza
- Obsequio de navidad
- Tarjeta de agradecimiento y motivación



Validaciones de Usuario



Rojas, L. y Benavides, L. (2022). Análisis de la Importancia de la Comunicación Visual y la Implementación de Estrategias y Herramientas Propias del Diseño Gráfico en el Posicionamiento de las Empresas Digiware y Ditech [Tesis de pregrado, Universidad Santo Tomás].

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/46593/2022linabenavidesylaurarojas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pinos, J. (2020). Propuesta de diseño de la presentación y promoción de la empresa Artesanal Pastyart para mejorar su posicionamiento comercial en Quito [Tesis de pregrado, Universidad de las Américas]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/12148>

De la Puente Jabib, K. I., Flórez Álvarez, E. G., & Medina Berrocal, R. D. (2023). Posicionamiento de marca. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/aa5516ad-824c-46f3-b0a6-35fc078f82dc/content>

Benitez, C. (2020). Más de 25 estadísticas, hechos y tendencias de marcas sorprendentes para 2024. Findstack. <https://findstack.es/resources/brandingstatistics>

Márquez Mendoza, M. (2022). La andragogía como estrategia de aprendizaje en la formación de adultos: Una revisión narrativa. Ciencia, Cuidado y Salud, 21(2), 77-85. <https://doi.org/10.22235/cnc.v21i2.2704> (De SciELO)

García, A. (s.f.). La andragogía como proceso educativo. Scribd. <https://es.scribd.com/document/447999219/1-la-andagogia-como-proceso-educativo>

Observatorio de Innovación Educativa del Tecnológico de Monterrey. (2022, 24 enero). Andragogía: adaptando el aprendizaje para los adultos. Observatorio de Innovación Educativa. <https://observatorio.tec.mx/andragogia-adaptando-el-aprendizaje-para-los-adultos/>

Mindset Corporativo. (2023, 27 febrero). ¿Qué es la andragogía? [Video]. YouTube. https://youtu.be/_ZroWFSdty

Pérez Gavela, P. (2023). La importancia de la educación andragógica para el aprendizaje de los adultos en la educación superior [Trabajo de Fin de Grado, Universitat Jaume I]. Repositori UII. https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/203843/TFG_2023_P%3%A9rez_Gavela_Patricia.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Londoño Marín, J. C. (2017). La importancia de la educación para adultos basada en la andragogía: Una mirada desde la educación virtual. Apertura, 9(2), 102–117. <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/1189/673>

Arteaga, M. G., & Castaño, C. A. (2020). La educación de adultos en ambientes virtuales de aprendizaje. Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/1abcd40f-2599-4cfd-9490-2a05f268100d/content>

Benavides, L., & Rojas, L. (2022). Andragogía: Un enfoque para la educación de adultos en formación virtual [Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional USTA. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/46593/2022linabenavidesylaurarojas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Genially. (n.d.). ¿Cuáles son las fases del Design Thinking?. Recuperado de <https://blog.genially.com/fases-design-thinking/#:~:text=Las%20fases%20del%20design%20thinking,objetivo%20concreto%3A%20perfeccionar%20una%20soluci%C3%B3n.>

Asana. (n.d.). El proceso de Design Thinking: Qué es y cómo implementarlo. Asana. Recuperado de <https://asana.com/es/resources/design-thinking-process>

Sinnetic. (n.d.). Metodologías de innovación: Benchmark. Recuperado de https://blog.sinnetic.com/es-co/cognitive_services/metodolog%C3%ADas-de-innovaci%C3%B3n-benchmark

i-mas. (n.d.). Metodologías clave en diseño de producto. Recuperado de <https://i-mas.com/metodologias-clave-en-diseno-de-producto/>

HubSpot. (n.d.). Diseño centrado en el usuario: qué es, características y etapas. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/website/diseño-centrado-usuario#:~:text=cuatro%20fases%20distintas.-,Etapas%20del%20dise%C3%B1o%20centrado%20en%20el%20usuario,Evaluación%20de%20resultados.>

