



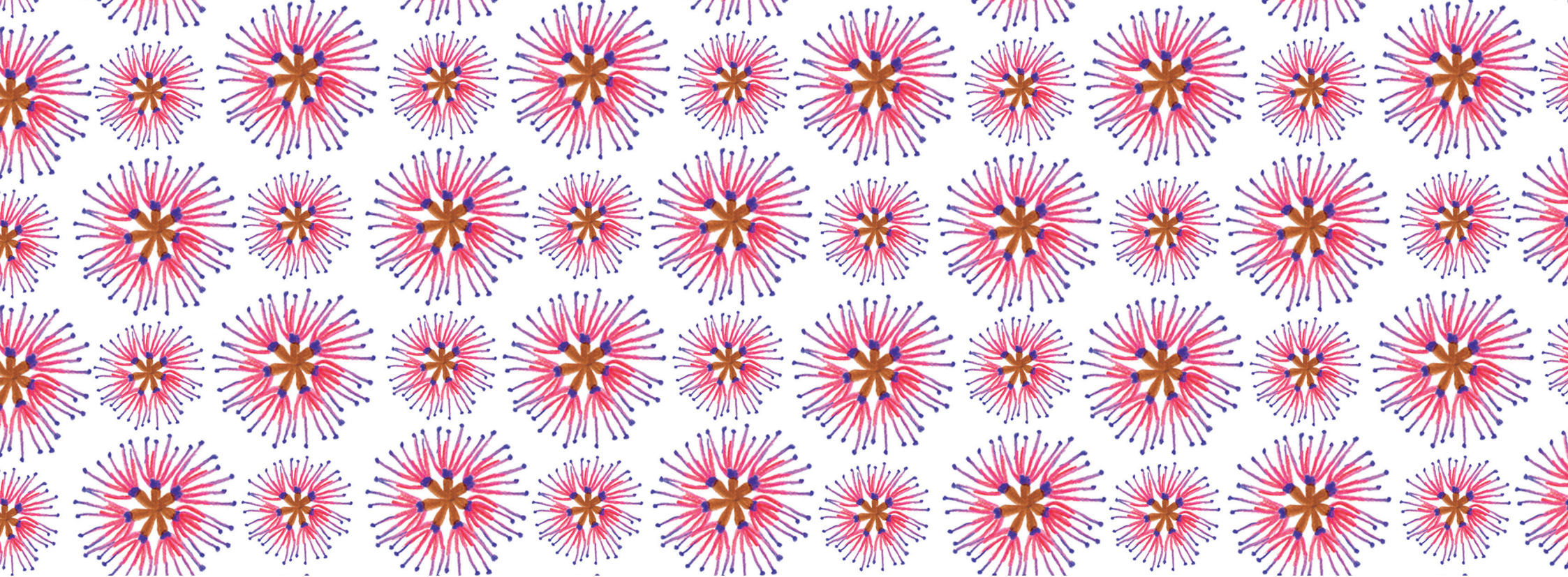
Samanea

Un Proyecto de Grado Presentado para Obtener el título de Diseñadora
de Comunicación Visual

Pontificia Universidad Javeriana, Cali

Asesor
Diego Bermúdez Aguirre

Vanessa F. Escobar Collazos.



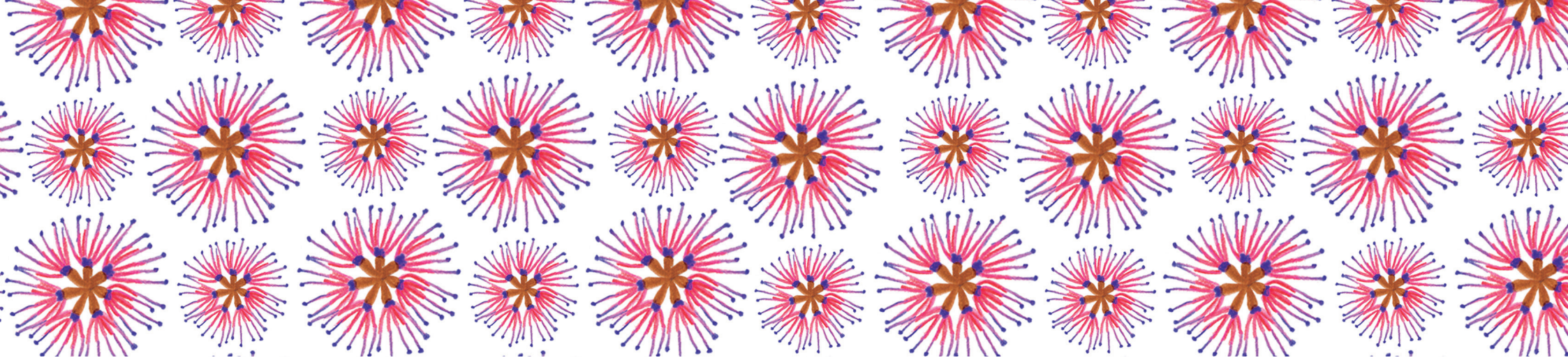
Samanea

Vanessa Escobar Collazos



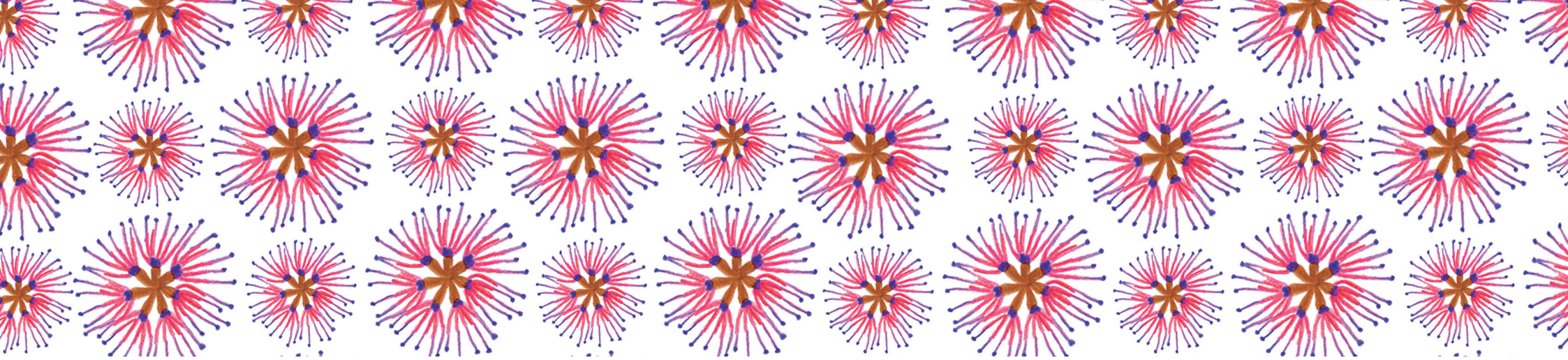
El coraje y la perseverancia tienen un talismán mágico ante el cual las dificultades desaparecen y los obstáculos se esfuman.

John Quincy Adams

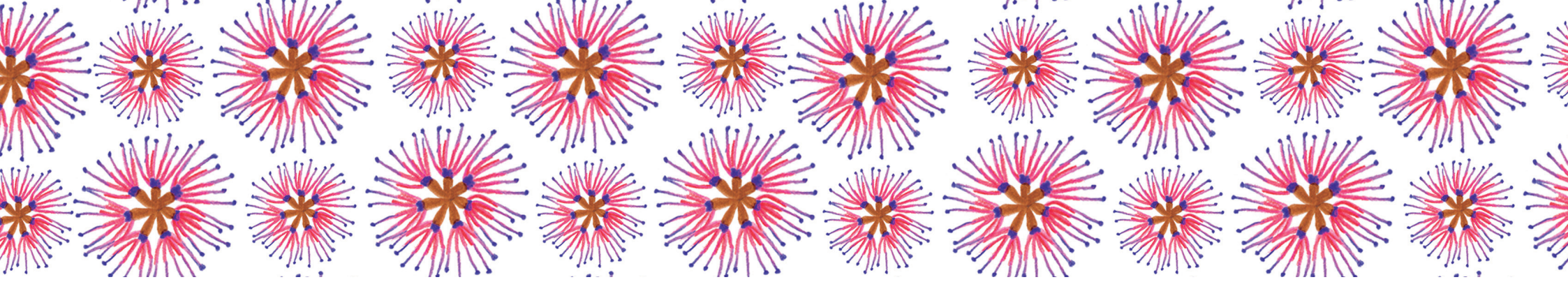


Contenido

- 9 Tema
- 10 Resumen ejecutivo
- 11 Objetivos
- 12 Justificación
- 13 Contexto de la necesidad
- 15 Público Objetivo
- 16 Benchmarking
- 17 Suvenires
- 18 Suvenires en mercados Internacionales

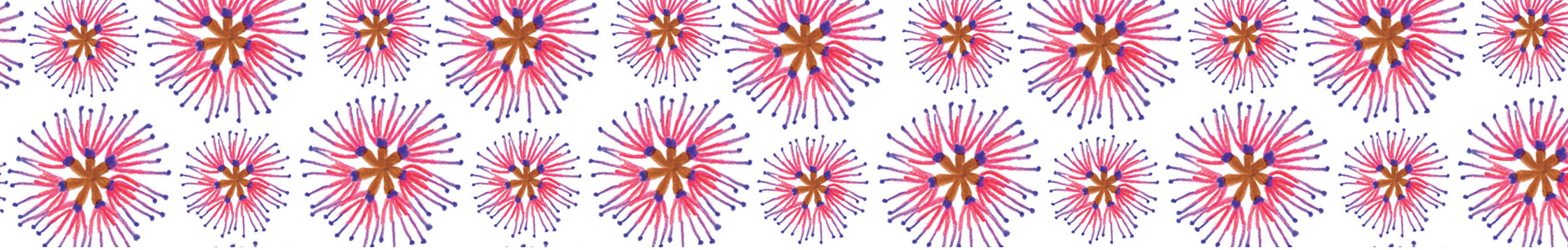


Suvenires en mercados Nacionales	20
Suvenires en el mercado local, Cali	35
Diseño de suvenires	45
Proyectos inspirados en la naturaleza	52
Árboles en Cali	55
Árboles a trabajar	56
Resultados	65
Bocetos texturas	66
Texturas elegidas	74
Proceso productos	78



Tema

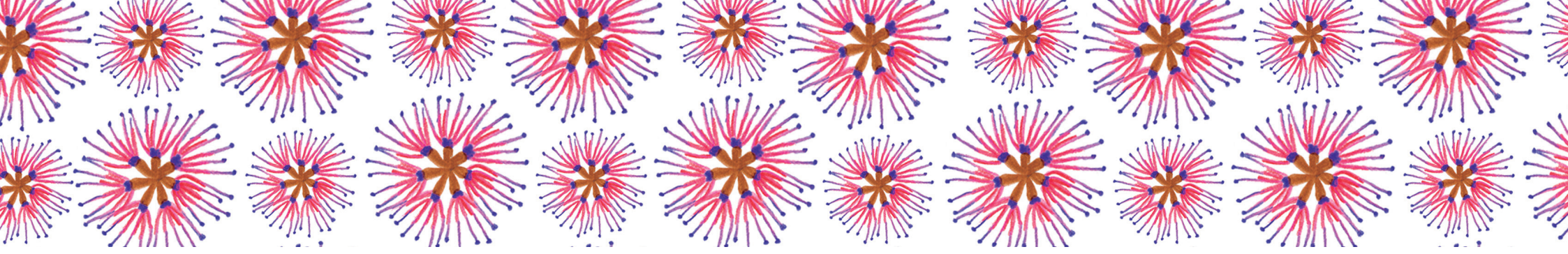
Diseño de productos (souvenirs)
inspirados en la naturaleza de la
ciudad de Cali.



Resumen Ejecutivo

Samanea es un proyecto que tiene como objetivo añadir a los recuerdos de un turista productos con diseño queriendo a su vez ofrecer en el mercado algo diferente a estos compradores exaltando la belleza de la flora en la ciudad como lo son sus árboles. Se pretende llenar el vacío que tiene este mercado hoy en día debido a que cuenta con poca pues la mayoría de sitios donde venden estos elementos se pueden encontrar los mismos productos. Para el desarrollo de este

proyecto se ha utilizado la metodología del Design Thinking, la cual consta de cinco pasos que permiten descubrir, interpretar, idear, experimentar y evolucionar en el trabajo. De acuerdo a los pasos desarrollados con esta metodología se ha tenido como resultado variedad en el diseño de las texturas inspiradas en las flores de los árboles y la primera colección de productos, los cuales son artículos de oficina



Objetivo general

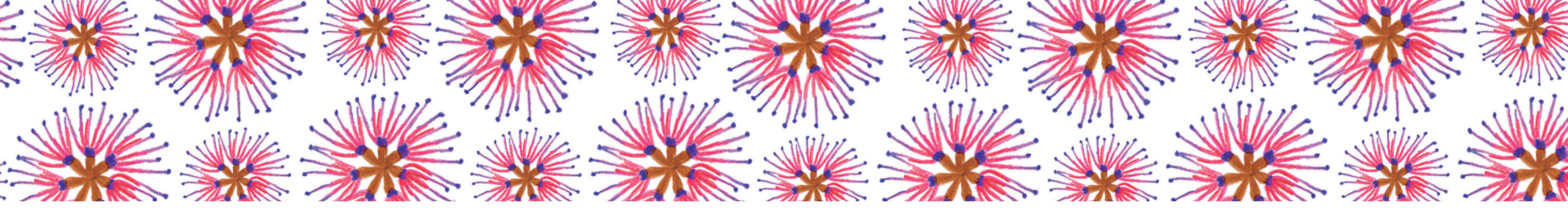
Diseñar productos (souvenirs) con texturas visuales inspiradas en los árboles de Cali para los turistas extranjeros que visitan la ciudad.

Objetivos específicos

Dar a conocer los árboles de Cali por medio de texturas visuales.

Aplicar las texturas a elementos de la vida cotidiana.

Visualizar la oportunidad de emprendimiento por medio de este proyecto.

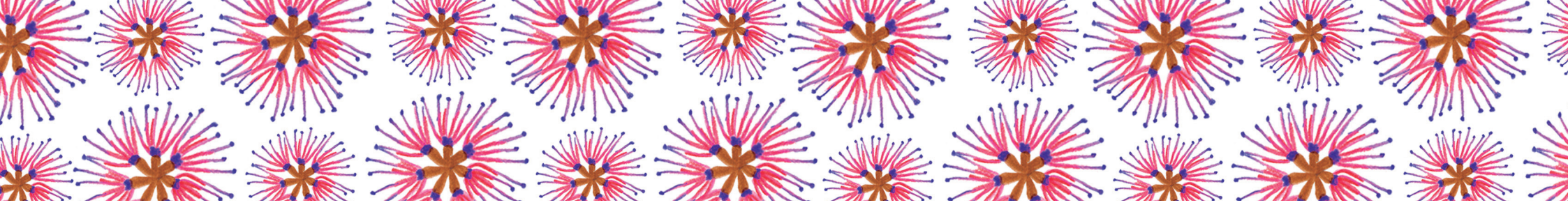


Justificación

Con este proyecto se pretende llenar un vacío en cuanto a variedad de suvenires en el mercado caleño, debido a que en la mayoría del comercio se encuentran los mismos elementos, lo que quiere decir que si un turista quisiera llevar un recuerdo auténtico y diferente de Cali, no tiene mucha diversidad para escoger. Es por ello que mediante el diseño de productos inspirados en la naturaleza de la ciudad se desea ampliar la oferta de suvenires en el mercado y además de esto mostrar algo que también hace parte de la cultura como lo es la flora.

Se eligieron los árboles como tema porque cumplen un papel muy importante en el entorno, son fuente de vida para los seres vivos, aportándoles múltiples

beneficios, como sombra y frescura, frutos y semillas que son comestibles, tanto por humanos como animales, además de esto le dan un valor paisajístico importante a las calles, ayudan a reducir la contaminación ambiental. Sus hojas, flores, troncos, raíces, frutos, y semillas cuentan con variedad de formas orgánicas maravillosas que muchas personas nunca descubren porque simplemente no se detienen a ver más allá de lo obvio. La parte gráfica de estos productos se van a manejar con texturas visuales debido a la pasión, habilidad y destreza que tengo para la creación de estas, capacidad que se ha ido desarrollando durante toda la carrera.



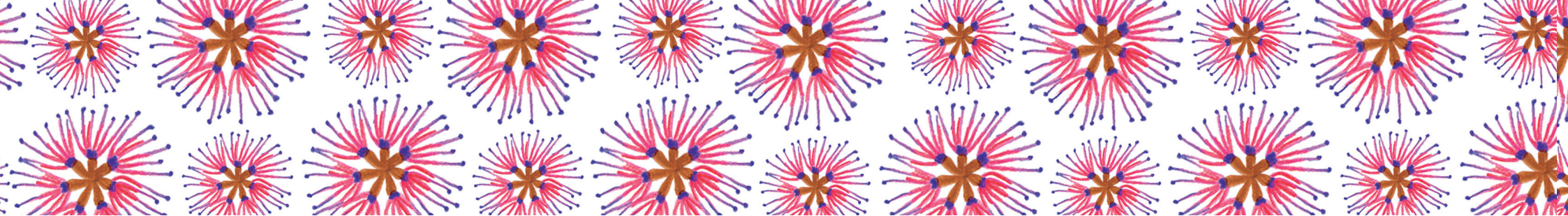
Contexto de la necesidad

Cali es una ciudad que recibe anualmente alrededor de 135.000 ¹ turistas extranjeros quienes llegan por motivos de negocios, placer, convenciones, turismo médico y ecológico. Los extranjeros que arriban por placer están interesados en tener una nueva experiencia, quieren conocer la ciudad y su cultura. Cuando están de viaje les gusta comprar recuerdos del lugar que visitaron ya sea para ellos mismos o para ser regalados a sus amigos y familiares.

De acuerdo a esto, en la capital del Valle del Cauca algunos de los sitios que son visitados por extranjeros cuentan con tiendas de souvenirs que los acercan más a la cultura que están conociendo, permitiéndoles a su vez tener una experiencia con las cosas típicas de la región,

les ofrecen productos como mochilas, chivas, palenqueras, llaveros, lapiceros, relojes, cuadros, sombreros, estatuillas, etc. La mayoría de estos productos se caracterizan por ser artesanales y representar la cultura colombiana, siendo algo que diferencia al país de otras partes del mundo, sin embargo ese mercado de souvenirs, independientemente del sitio en la ciudad en donde esté ubicado, ya sean sitios turísticos, centros comerciales, hoteles o locales en el aeropuerto, ofrecen al comprador elementos que tienden a ser muy repetitivos, es decir en todos estos lugares se pueden encontrar las mismas cosas, lo único que varía es el precio y la calidad de los productos ya que en algunas partes son mejores que otras.

¹ Datos Cotelco Valle del Cauca (Asociación Turística de Colombia)

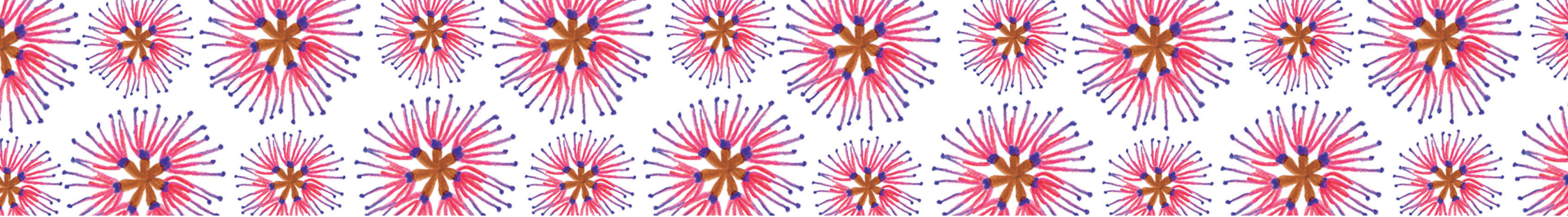


En Cali se realizaron visitas de campo a estos lugares y de acuerdo a lo observado se encontró un vacío respecto a la variedad de elementos vendidos en estos sitios, se analizó que se puede encontrar mucha cantidad debido a que la mayoría de los productos son producidos en masa pero se evidencia poca variedad, es por ello que mediante el diseño innovador de souvenirs se quiere llenar este vacío y así ampliar un poco más la oferta de estos elementos permitiendo a los turistas más diversidad a la hora de realizar sus compras.

Hay tiendas en la ciudad ubicadas en barrios como Granada o El Peñón que ofrecen elementos más involucrados con el diseño, pueden ser pequeños y fáciles de portar, representan el talento colombiano y son atractivos, pero a

pesar de esto son piezas poco adquiridas por los turistas con intenciones de convertirse en un recuerdo para dar a un amigo o familiar, debido a que estas personas se inclinan más por elementos que representen el lugar visitado, que sea característico de la vivencia que ha tenido en el país y a la hora de regalarlo puedan transmitir por medio de estos la cultura conocida. Un souvenir es un objeto que nunca se pierde de vista en el viaje del turista, a pesar de ocupar poco espacio en su maleta, este elemento cuenta una historia cuando llega a su destino final, por más mínimo que sea es el recuerdo de la experiencia vivida y por esto la importancia de ofrecer una línea de productos que se salgan de lo tradicional pero que sigan siendo representativos del lugar.

Los souvenirs serán inspirados en la naturaleza de la ciudad teniendo en cuenta que Colombia es un país con mucha biodiversidad y que Cali es uno de los municipios con mayor presencia arbórea; se pretende destacar este atributo que al igual que otros elementos representativos de la ciudad son parte de la cultura caleña y aportan muchos beneficios a los seres vivos, exaltando la belleza de los árboles y plasmándola en los detalles que los turistas compran acercándolos de alguna manera a la naturaleza con la que de cierta forma interactuaron los días que estuvieron de visita en la ciudad.

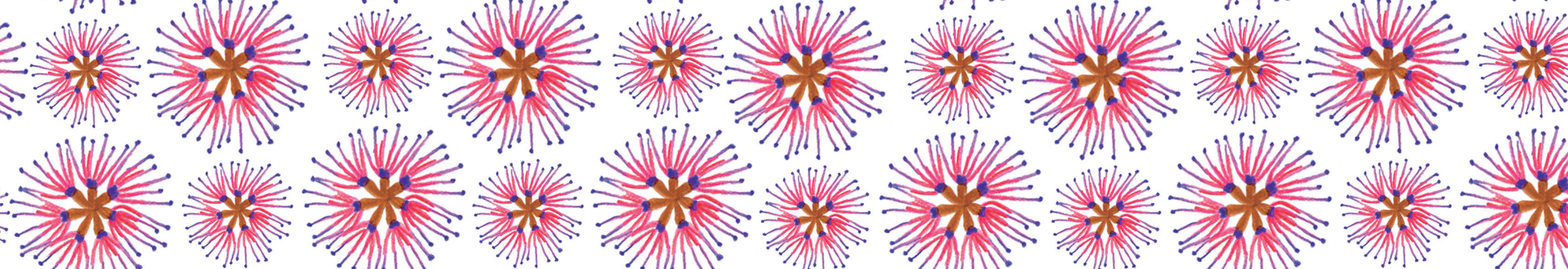


Público Objetivo

Turistas extranjeros (hombres y mujeres) entre 30 y 50 años que visitan Cali por placer y se hospedan en hoteles de primera clase. Estas personas se caracterizan por llegar a la ciudad en búsqueda de nuevas experiencias, le apuestan a la gastronomía, naturaleza, eventos culturales como salsa y ferias artesanales. Su estadía en la ciudad es corta, como máximo 5 días, pagan un hotel de primera clase porque su intención claramente es visitar la ciudad por placer, es decir, llegan en busca de un descanso con comodidad para un corto tiempo de lo contrario no pagarían un sitio como estos si fueran a quedarse más de dos semanas o meses enteros.

Tienen un poder adquisitivo que les permite costear un buen lugar a la hora de hospedarse cuando están de viaje. Les gusta visitar sitios turísticos de la ciudad, compran souvenirs para llevar un recuerdo de las vivencias que tuvieron en el país que visitaron y al mismo tiempo

por medio de estos pequeños recuerdos transmitir a sus amigos y familiares un poco de la cultura que conocieron. A la hora de hacer este tipo de compras el primer lugar en donde piensan para realizarlas son ferias artesanales, si no encuentran de estas en la ciudad tienen como segunda opción un centro comercial, y finalmente si no hay tiempo está el aeropuerto, pero muy pocas veces es la idea hacer esa clase de compras ahí. Destinan de 5 a 50 dólares por elemento al momento de obtener esos elementos. Prefieren tamaños pequeños cuando realizan la búsqueda y compra de los artículos debido a las restricciones de espacio; les gusta que sean fáciles de manipular, portar, empacar y que eviten pagar un sobre peso. En el momento de selección de las piezas se inclinan por elementos decorativos o útiles de igual forma. Los cautivan las cosas diferentes, que sean innovadoras, que nunca han visto en su país y por lo tanto son nuevas para ellos.



Benchmarking

En la búsqueda de información para este proyecto se indagaron diferentes elementos que lo componen; se investigó sobre proyectos de diseño de suvenires que le aporten a este trabajo, proyectos gráficos que han sido abordados con la naturaleza y todo lo que tiene que ver con los árboles. Con los suvenires que venden en Cali se hizo un trabajo de campo en diferentes zonas de la ciudad haciendo un registro fotográfico para luego analizar los elementos que ofrece

este mercado; también se buscaron tiendas de regalos con diseño en la capital del Valle que pueden considerarse que están en el mercado de los recuerdos, al mismo tiempo tiendas de suvenires en Colombia en ciudades como Cartagena, Bogotá y Medellín. Toda la recolección de esta información ha sido extraída de fuentes bibliográficas, búsquedas en internet, salidas de campo y consulta a expertos.

Fotografía autoría propia

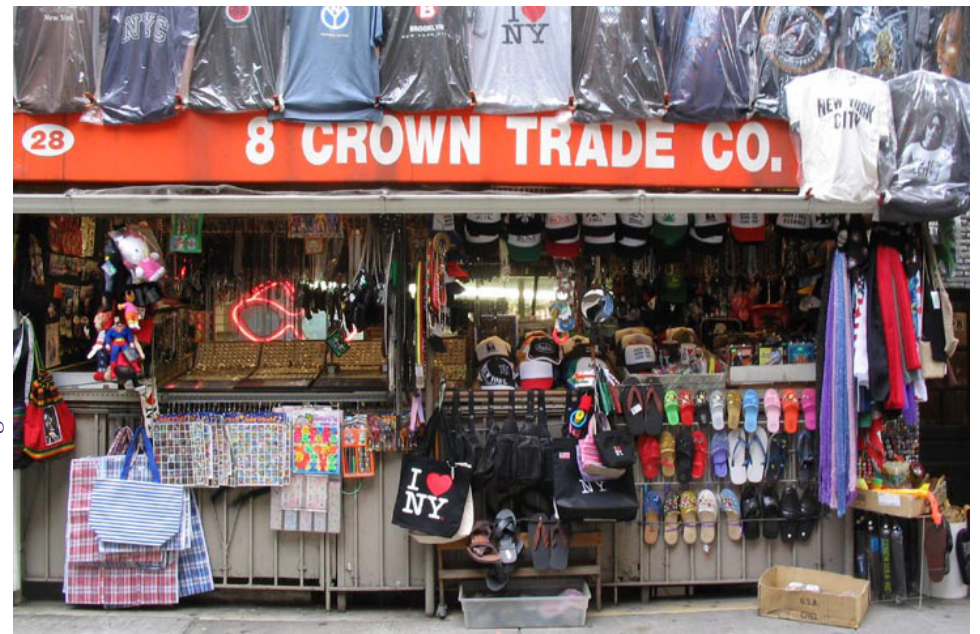
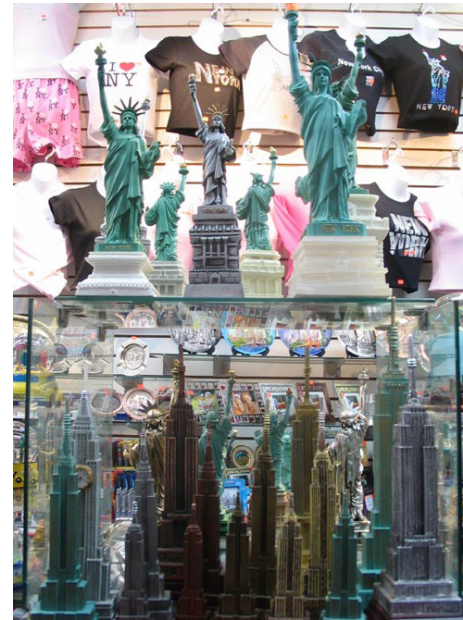


Suvenires

Un suvenir es un elemento que sirve para recordar la visita de un lugar a cualquier parte del mundo. Esta pieza guarda la memoria del sitio conocido permitiendo que este se recuerde cada vez que el elemento es admirado o usado. Son regalos típicos que un viajero da a familiares y amigos cuando regresa de viaje queriendo compartir un poco con ellos la experiencia vivida.

Suvenires en mercados Internacionales

Nueva York, es una ciudad visitada por turistas de todas partes del mundo, su modernidad, desarrollo cultural y económico hace que sea un sitio atractivo para miles de viajeros. En las tiendas de souvenirs ofrecen a sus clientes elementos típicos de su cultura, venden los sitios representativos en estatuillas como el Empire State, y la estatua de la libertad. Vasos, camisetas, platos, gorras, sacos, bolsos, copas, llaveros, etc. Se caracterizan por llevar la frase "I love NY", son elementos muy industrializados producidos en masa con una gráfica simple, casi ninguno tiene ornamentos. También es muy típico encontrar imanes con sitios representativos de la ciudad y postales con fotografías de los mismos.



Fotografías tomadas de Internet



Fotografías tomadas de Internet

Tokio, una metrópolis en donde conviven millones de personas, tiene una gastronomía exótica por ofrecer a sus visitantes además de obras arquitectónicas maravillosas por mostrar. Los souvenirs que pueden conseguirse en este lugar están más arraigados a lo que es la cultura Japonesa, muestran a través de ellos costumbres y personajes importantes en su vida, también elementos que utilizan en su día a día. Es común palillos, el gato de la suerte, budas, dragones, tasetas de té, llaveros con muñecos anime, lámparas, Geishas, kimonos, monederos con letras japonesas estampadas, etc.

Suvenires en mercados Nacionales

Bogotá, la capital de Colombia ofrece a los turistas que la visitan Historia, Cultura, moda, compras y gastronomía.

Macondo un mundo por descubrir

Es una empresa que nace de la pasión de sus fundadores por la diversidad, el colorido, la historia y el mundo de las artesanías y las comunidades indígenas de Colombia. Busca apoyar a los artesanos en la comercialización de sus productos, con esto pretenden lograr que su oficio permanezca y que las comunidades conserven su identidad, sus costumbres y su cultura.

En este lugar venden artesanías provenientes de todas partes de Colombia, se encuentra diversidad de elementos con diferentes técnicas como tejidos caña de flecha, tejidos Wuayuu, tejidos Arahua-

cos, cerámica de la Chamba, cerámica de Ráquira, cestería en rollo de Guacamayas etc. Todos estos elementos se encuentran reunidos en ese lugar con el fin de ofrecer variedad a turistas y personas locales que van en busca de cosas hechas a mano.

Estos productos aportan a este proyecto sus colores, que en algunos son vivos y transmiten alegría, los objetos que tienen una gama de colores más cafés o marrones aportan la semejanza con los troncos, y algunos frutos y semillas de los árboles a trabajar. También las formas de los tejidos son inspiradoras.





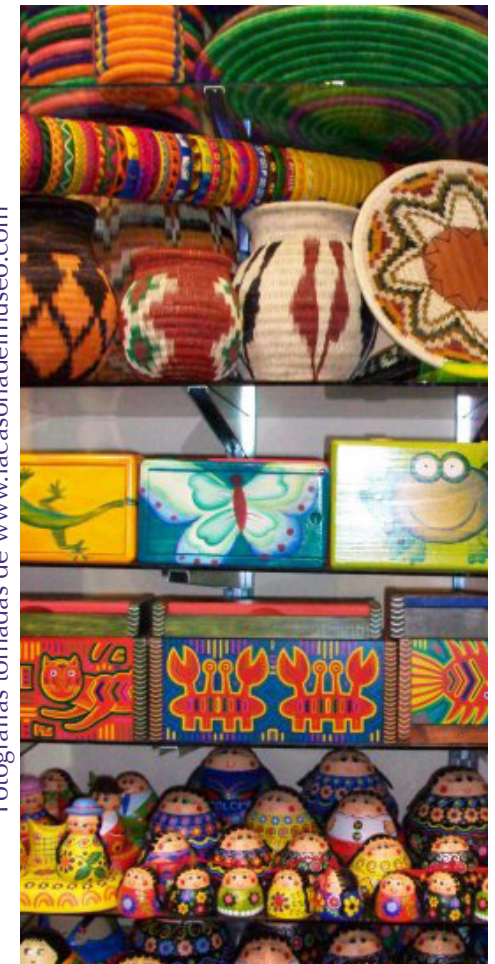
Fotografías tomadas de www.bymacondo.com



La Casona

Es un sitio ubicado en el centro de Bogotá, en dónde se puede encontrar joyería y orfebrería, Se destaca la técnica de la filigrana y los trabajos con esmeraldas, así mismo, es recomendado las réplicas de las figuras precolombinas, la marroquinería, las artesanías en general, la ropa y los accesorios. Nuevamente hay en estos locales objetos de carácter artesanal provenientes de diferentes partes de Colombia. La casona se compone de varios locales en donde los artesanos ofrecen sus productos, hay locales que venden suvenires en diferentes materiales como madera y cerámica y otros de cosas estrictamente hechas a mano, hay

tejidos de toda clase, elementos decorativos como cuadros y cestas, bolsos elaborados con diferentes técnicas. La casona es un sitio agradable en donde los turistas pueden ir a pasar un rato encantador rodeado de un ambiente artesanal interesante pudiendo conocer el talento colombiano. Los elementos de las tiendas aportan a mi proyecto la diversidad de materiales con los que se puede trabajar, aparte de la cerámica, el cuero y la madera hay muchos más por conocer. La creatividad con la que se utilizan estos materiales y como los aplican a elementos de la vida cotidiana también es muy importante.



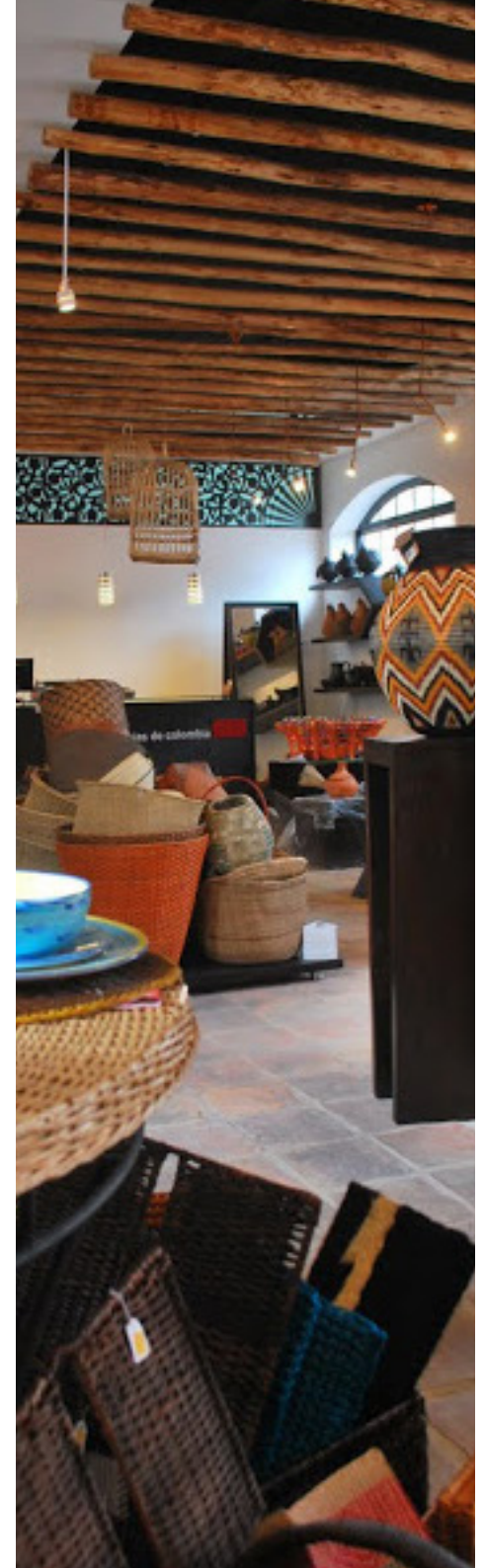
Fotografías tomadas de www.lacasonadelmuseo.com



Almacén Las Aguas Artesanías de Colombia

Es una empresa de economía mixta, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que contribuye al progreso del sector artesanal mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de productos y la capacitación del recurso humano, impulsando así, la comercialización de artesanías colombianas.

En el punto de venta en Bogotá, los turistas que lo visitan pueden encontrar variedad de artesanías con una muy alta calidad, se encuentran muchos elementos decorativos y útiles a la vez, hay ropa típica de algunas regiones en el país, también mochilas, vajillas, canastos, porcelanas, sombreros, lámparas, etc. Son objetos muy bien elaborados. Estos productos aportan a este proyecto la forma como con un solo material se pueden hacer cosas tan diferentes.





Samanea



El market

Es una tienda de suvenires colombianos ubicada en el Aeropuerto El Dorado, venden dulces hechos a base de frutas típicas del país, también se encuentra café, aparte de comida venden diferentes artículos como libretas, portavasos, palenqueras, muñecos, utensilios para la cocina como exprimidores para el limón, llaveros, sombreros, gorras, camisetitas, mochilas, porcelanas, tazas, platos, imanes etc. Fuera de vender algunas artesanías que son comunes en otros almacenes, la tienda ofrece elementos muy particulares y distintivos que son típicos de Bogotá como lo es el transmilenio y los tableros de rutas que utilizan los buses de la capital.

Este lugar ofrece algunos de sus productos en empaques muy coloridos. Esta tienda en general aporta a este proyecto la manera como ofrecen a sus compradores pequeños elementos con empaques llamativos por más que el producto sea un simple chocolate, también la forma como exhiben todos los elementos debido a que los ponen sobre cosas que son típicas encontrarlas en las calles del país como, carretas, canastos de frutas, estantes en forma de chiva y bicicletas, todos estos elementos hacen que el la persona que visite la tienda tenga una experiencia muy Colombiana.







Fotografías tomadas de tripadvisor

Cartagena, es un sitio turístico por excelencia, tiene para ofrecer historia, cultura, sol, playa, gastronomía y cruceros.

Las Bóvedas

Se encuentran ubicadas entre los Fuertes Santa Catalina y Santa Clara y hacen parte de la muralla de Cartagena. Localizada en el barrio San Diego en el Centro Histórico. Las Bóvedas como hoy se las conocen, fueron el último proyecto gestado por la Colonia dentro de la ciudad amurallada y cuenta con 47 arcos y 23 bóvedas. Construida con fines militares en el momento de la independencia sirvió de cárcel, depósito de armas y cuarteles para los militares españoles. Luego de una restauración hoy funcionan tiendas

de artesanías, antigüedades, bares y galerías por lo cual es uno de los lugares más visitados por turistas en Cartagena. En este lugar hay varios locales en donde se puede hacer compra de artesanías, ofrecen toda clase de productos como recuerdos cartageneros, en la mayoría de los locales se pueden encontrar los mismos elementos, llaveros, copas, camisetas, mochilas, cuadros, pareos, hamacas, sombreros, tazas, canastos, lámparas, máscaras, imanes, utensilios para la cocina, platos, estatuillas, etc.





Centro de Convenciones Cartagena Artesanías de Colombia

El centro de convenciones Cartagena de Indias, Julio Cesar Turbay Ayala es un espacio donde se hacen congresos, eventos y convenciones que busca generar desarrollo regional mediante la realización de estas actividades buscando posicionar a Cartagena como destino turístico favorito en Latinoamérica. En este lugar hay un almacén de Artesanías Colombia en donde los visitantes pueden realizar compras de elementos representativos del país, se encuentran elementos decorativos y útiles, hay canastos, ollas de barro, vestidos, instrumentos musicales, mochilas, cuadros, porcelanas, máscaras, etc.



Fotografías e información www.artesantiasdecolombia.com.co - www.cccartagena.com



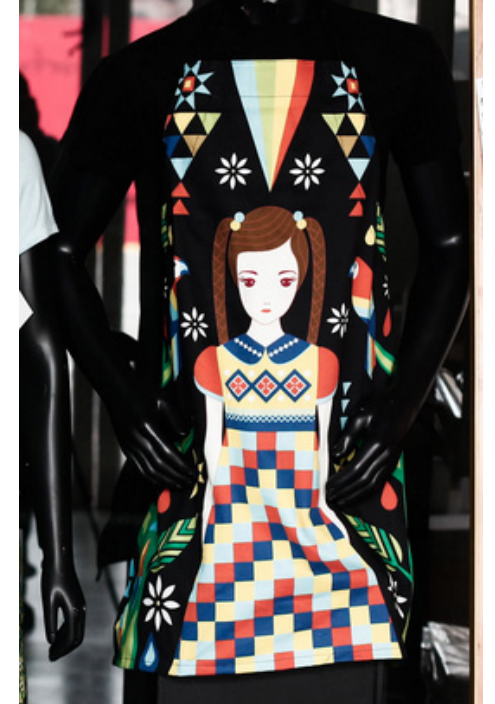


Fotografías tomadas de internet

Medellín, es una ciudad muy desarrollada que cuenta con múltiples lugares para conocer.

Pueblito paisa

Es un lugar turístico de la ciudad, es la réplica de un pueblo típico antioqueño es por eso que cuenta con tradicionales construcciones como una plaza con iglesia y alcandía, cuenta con restaurantes de comida típica y tiendas de artesanías. En las tiendas artesanales al igual que en otros lugares se encuentran elementos convencionales, típicos de la región, siempre estos elementos se caracterizan por llevar los colores de la bandera de Colombia, si no es así lo lleva escrito igual que el lugar visitado y ciudad. Hay llaveros, personajes paisas con mensajes acompañados de pequeñas botellas de aguardiente, las gordas de botero, silleteros, copas, cuadros, mochilas, llaveros, ponchos, etc.

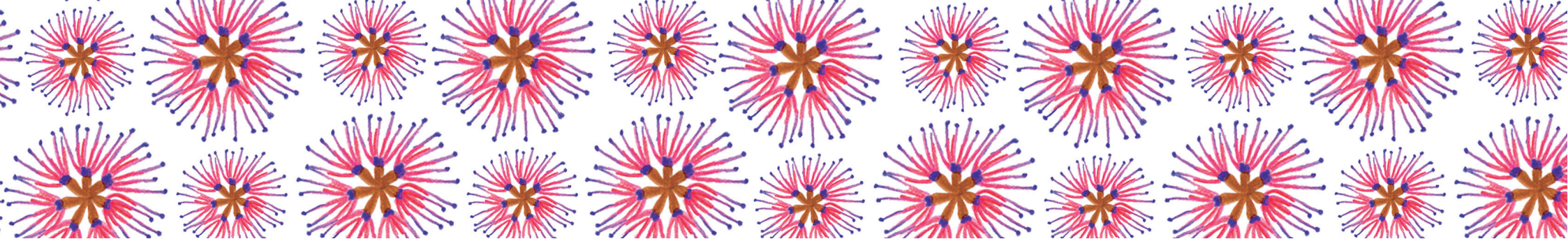


Museo de Arte Moderno Medellín

Esta tienda ofrece productos de diseño muy interesantes, se caracterizan por tener ilustraciones, hay camisetas, almohadas, tazas, lápices, cuadros, libretas, paños para limpiar los lentes de la gafa, bolsas de tela, delantales, postales, individuales, etc.







Conclusiones

Benchmarking Nacional

A nivel nacional se pueden encontrar los mismos elementos en los almacenes donde venden pequeños souvenirs.

Algunas artesanías son de muy buena calidad en la mayoría de los sitios.

Cuando un turista está de viaje por Colombia casi siempre va a encontrar los mismos elementos a la hora que esté realizando compras de souvenirs, independientemente en la ciudad que se encuentre.

Hay muy pocos lugares frecuentados por turistas en donde existen tiendas que ofrecen souvenirs fuera de serie a sus visitantes.

Las tiendas que ofrecen productos no convencionales innovan en los artículos que eligen para ser intervenidos y vender.

En las tiendas de souvenirs siempre hay algo muy representativo de la cultura que se está conociendo.

La mayoría de típicos souvenirs tienen los colores de la bandera de Colombia y el nombre de la ciudad.



Suvenires en el mercado local, Cali

Para saber que elementos ofrece el mercado de suvenires en Cali a sus compradores se hicieron visitas de campo a diferentes sectores en la ciudad donde los turistas tienen la posibilidad de comprar un recuerdo colombiano si así lo desea. Se visitaron locales en el Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón, la galería, el centro, sitios turísticos como San Antonio y la Loma de la cruz, hotel con tienda de recuerdos y centros comerciales con locales de estos. Después de realizar un registro fotográfico en estos lugares se tomaron los elementos que son comunes en todas las tiendas para ser mostrados mediante el siguiente cuadro que permite ver el precio, lugar, colores, descripción y análisis.



Fotografías de autoría propia

Almacén

La Caleñita	Artesanías Sisa Atahualpa	Air Club
Artesanías de Mi Tierra Querida	Artesanías Loma de la Cruz	Artesanías Atahualpa

Material

Cerámica
Madera

Producto

Chivas

Uso

Decorativo

Precio

1.500 a 45.500

Colores



Descripción:

Cali, Colombia, frutas, verduras, ollas, costales, animales personas, variedad de tamaños.

Análisis Crítico:

La mayoría no tienen buenos acabados, se nota el pegante entre objetos, en algunos almacenes estas tienen polvo y se ven desgastadas.

Aportan a este proyecto el color.



Fotografías de autoría propia



Almacén

La Caleñita	Artesanías Sisa Atahualpa	Air Club
Artesanías de Mi Tierra Querida	Artesanías Loma de la Cruz	Artesanías Atahualpa

Material

Cerámica Porcelanicon

Producto

Palenqueras

Uso

Decorativo

Precio

1.500 a 45.500

Colores



Descripción:

Traje típico, robustas, color oscuro, tienen palanganas, ofrecen variedad de productos como pescado, sandía, banano, coco, piña y chontaduro, son alegres, hecho a mano, variedad de tamaños.

Análisis Crítico:

Algunas de ellas no están bien pintadas, tienen partes que están quebradas o astilladas, las que son de porcelanicon tienen las huellas de los dedos del artesano.

Aportan al proyecto la diversidad de los tamaños y lo livianas que son algunas, lo que las hace fáciles de portar.



Almacén

La Caleñita	Artesanías Sisa Atahualpa	Air Club
Artesanías de Mi Tierra Querida	Artesanías Loma de la Cruz	Artesanías Atahualpa

Material

Vidrio
Cuero

Producto

Copas, botellas
servilleteros,
portavasos

Uso

Decorativo

Precio

4.500 a 45.500

Colores



Descripción:

Tamaños pequeños y medianos, tienen chivas, acordeones, sombreros vueltiaos, tres cruces cali, Sebastián de Belalcazar, paisas, dicen Colombia.

Análisis Crítico:

Son muy recargados de elementos que están sueltos por todo el artículo, en cada una de estas piezas se pueden ver tipografías diferentes al igual que textos.

Aportan al proyecto sus colores marrones que se asemejan a la tierra y las tramas que menjan es sus bordes.



Fotografías de autoría propia

Almacén

La Caleñita

Artesanías
Sisa Atahualpa

Artesanías de Mi
Tierra Querida

Artesanías
Loma de la Cruz

Material

Madera
Cerámica
Bronce

Producto

El Gato de
tejada

Uso

Decorativo

Precio

2.500 a 250.000

Colores



Descripción:

Tamaños pequeños, medianos y grandes, tienen de uno a dos colores, dicen Cali.

Análisis Crítico:

En algunas partes no venden el gato de Tejada sino un gato normal que lleva escrito Cali - Colombia, otros no son la réplica exacta.



Almacén

La Caleñita	Artesanías
Air Club	Sisa Atahualpa
Artesanías de Mi Tierra Querida	Artesanías Loma de la Cruz

Material

Madera Costal

Producto

Relojes

Uso

Decorativo

Precio

8.000 a 25.000

Colores



Descripción:

Tamaños pequeños y medianos, son muy coloridos, variedad de formas, tienen elementos representativos de Colombia. Algunos tienen granos de la agricultura del País.

Análisis Crítico:

Son muy recargados, están reodeados de muchos elementos tienen bailarines de salsa, el gato, maracas, acordeones, pájaros, café, frutas los hacen ver demasiado saturados, abusan de los colores de la bandera.



Fotografías de autoría propia

Almacén

La Caleñita	Artesanías Sisa Atahualpa	Air Club
Artesanías de Mi Tierra Querida	Artesanías Loma de la Cruz	Artesanías Atahualpa

Material

Madera
Cerámica
Porcelanicon

Producto

Imanes

Uso

Decorativo

Precio

3.500 a 13.000

Colores



Descripción:

Tamaños pequeños, son muy coloridos, variedad de formas, tienen elementos representativos de Colombia, sitios de Cali, figuras precolombinas.

Análisis Crítico:

Algunos no estas en buenas condiciones, hay unos muy recargados de elementos y otros muy simples, de Cali solo está el Gato y la Ermita, el resto respresentan más otros departamentos. Aportan a este proyecto su tamaño que los hace fáciles de transportar.



Se buscó tiendas que ofrezcan productos con diseño y vendan elementos diferentes a los anteriores que están en el mundo de los regalos.

Objetivo tienda de diseño

Ubicada en el barrio El Peñón, tiene diferentes clases de objetos y artículos para regalar y decorar, cuentan con diferentes marcas que son importadas, también hacen diseño de interiores. Ofrece a sus clientes toda clase de artículos como, maletas, bolsos, libretas, tazas, carcasas para celular, ropa, zapatos, etc.

Fotografías e información facebook Objetivo tienda de diseño



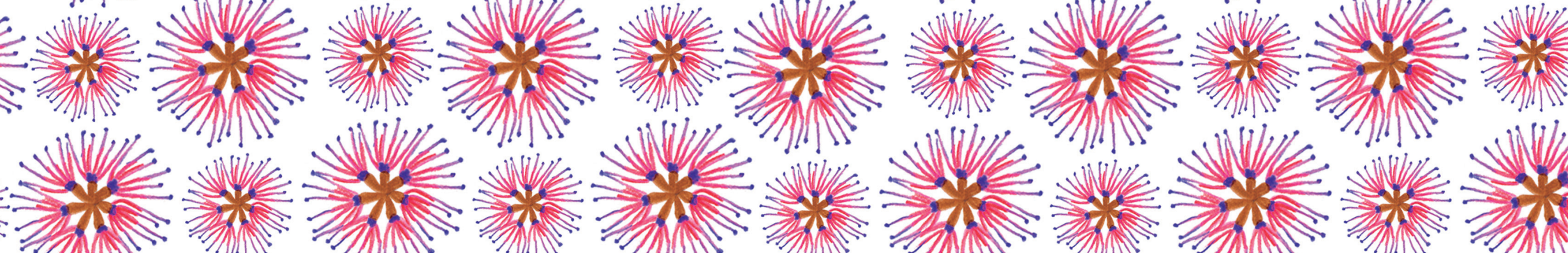


Fotografías e información facebook Minto



Minto

Es una tienda de regalos, todos los productos confeccionados de la tienda son diseñados y fabricados por ellos mismo, es una empresa colombiana que apoya la industria nacional. Se encuentra ubicada en el barrio El Peñón. Venden loncheras, termos, jabones, maquillaje, cartucheras, bolsos, maletas, turbantes, etc. Los suvenires que venden en lugares frecuentados por los turistas en la Ciudad son iguales en la mayoría de tiendas.



Conclusiones Benchmarking Cali

Los souvenirs que venden en lugares frecuentados por los turistas en la ciudad son iguales en la mayoría de tiendas.

Hay mucha cantidad de estos elementos, pero poca variedad.

En algunos sitios los objetos que venden no son de muy buena calidad, los acabados no son tan buenos, se nota el pegante entre un elemento y otro, la pintura no es uniforme y algunos tienen las huellas de la persona quien los elaboró.

El aeropuerto es el sitio más caro para la compra de souvenirs. Son pocos los sitios turísticos en la ciudad que cuentan con tiendas de recuerdos colombianos.

Venden pocos recuerdos que son auténticos de Cali, como el Gato, Sebastián de Belalcazar, las Tres Cruces, Cristo Rey, bailarines de salsa e iglesias como La Ermita y la de San Antonio.

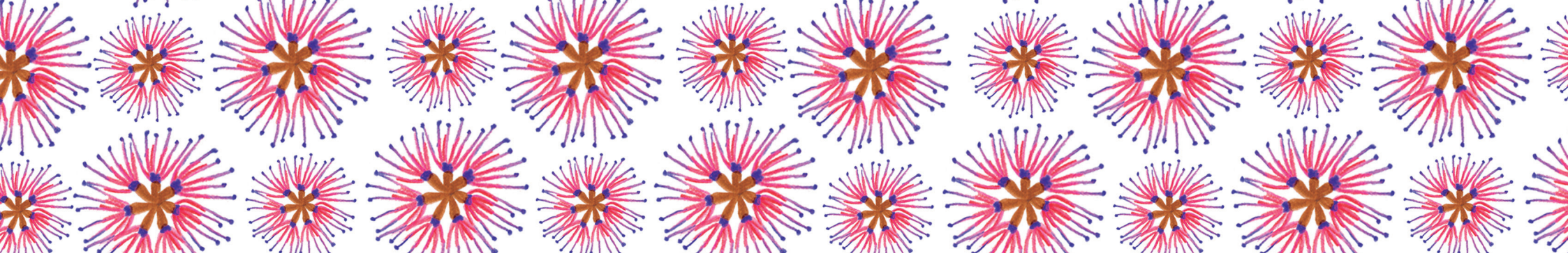
Los recuerdos que venden en las tiendas de Cali son muy representativos

de otros lugares como el Eje cafetero, Antioquia, La costa, etc. Hay escasez de souvenirs propios de Cali con Diseño en este mercado.

Las tiendas de regalos con Diseño que hay en la ciudad no representan la cultura Caleña, como lugares o elementos propios de la ciudad. Las tiendas de regalos con Diseño no están propiamente dirigidas a turistas que desean llevar un recuerdo de la ciudad. Los turistas buscan cosas hechas a mano y típicas del lugar que están conociendo.

Las tiendas de Diseño en donde se pueden comprar pequeños detalles no han sido pensadas para ofrecer algo típico al turista en los elementos que venden a comparación de otros lugares en el mundo.

En las tiendas de Diseño se encuentra variedad de cosas interesantes.



Diseño de suvenires

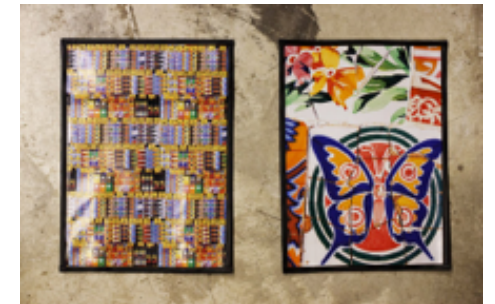
Las siguientes tiendas localizadas en diferentes partes del mundo desean ofrecer algo diferente al mundo de recuerdos del turista, los productos que venden han sido pensados de tal manera que sean representativos del lugar pero que a su vez se alejen de los típicos recuerdos que abundan en el mercado. Por medio de estos quieren que sus compradores se lleven algo único y exclusivo a su ciudad de origen.



Fotografías e información www.urbarna.com

Urbarna shop Barcelona

Es una tienda que busca añadir al mundo de recuerdos de un turista algo diferente y muy personal de su fundador Christian Schallert, por medio de la fotografía captura cosas y situaciones que otras personas no logran percibir, estas imágenes están aplicadas a camisetas, carteras, libretas, postales, fundas para portátiles y ipad, todos estos elementos pueden encontrarse en la tienda situada en un barrio de la parte más antigua de la ciudad.



Fotografías e información www.eok.jp

Rengedou gift shop Tokio

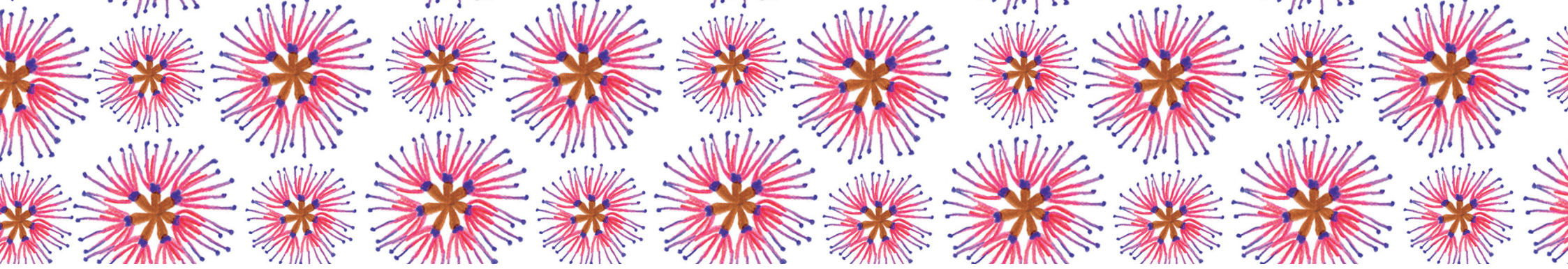
Fundada en el año 2001 por Noriko Sato, lo que busca esta diseñadora es ofrecer a los turistas variedad de recuerdos japoneses tradicionales con un toque de modernidad, en la tienda hay zapatos, bolsos, monederos y ganchos para el pelo que son intervenidos con la tela de los kimonos, aparte de esto ella ofrece una experiencia diferente a las personas que visitan el sitio pues una vez ingresan a esta los turistas pueden tener un poco más de calma debido a que al ingresar al almacén la música de fondo hace que sea un sitio alejado del ruido y estrés que maneja la ciudad. Rengedou se deriva de la palabra surein que significa lirio de agua lo que evoca calma y relajación en su tienda.



Stephanie Syjuco Estados Unidos

Para el aniversario 75 del puente Golden Gate esta artista creó una tienda de recuerdos producidos en una paleta monocromática del color rojizo anaranjado memorable del puente, a la fecha estos productos no estaban a la venta pero se presentaban en una instalación como arte conceptual. Estudió en el instituto de arte de San Francisco y la universidad de Stanford su obra se encuentra en las colecciones permanentes del Museo de San Francisco de Arte Moderno y el Museo Whitney de Arte Americano en Nueva York.





Designer Souvenirs Madrid

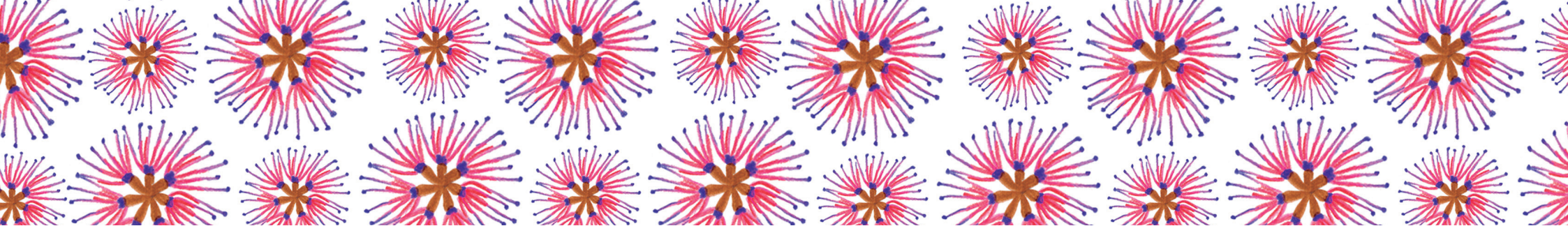
Formado por un equipo multidisciplinar con larga experiencia en marketing, diseño y producción, a la hora de trabajar los mueve la creatividad y la innovación, tratando de aportar nuevas ideas continuamente, mediante el diseño de souvenirs quieren aportar un aire novedoso al tradicional mercado de estos. Para la temporada de 2014, Designer Souvenirs presentó varias colecciones inspirados en la cultura, tradición y estilo de vida española, pero con un diseño de tratamiento fresco y original.

Vanessa Escobar C.

Colección Flamentroshka

La Flamentroshka el producto estrella de Designer Souvenirs. Surgió de la divertida idea de mezclar la muñeca matrioshka rusa con la flamenca española. A partir de La Flamentroshka nacieron Los Spanishtroshkas, el set completo con los tres personajes más típicos que aún hoy los siguen representando más allá de las fronteras: la flamenca, el torero y el torito.





Conclusiones

Benchmarking Internacional

Existen tiendas en el mundo que ofrecen a las personas que visitan su país un recuerdo que sea representativo del lugar pero de una manera diferente.

Todas las ciudades tienen una esencia que se puede mostrar no solamente de una manera literal.

Siempre se puede ir más allá de lo común y mostrar cosas de las ciudades que otras personas no logran prescribir.

Hay técnicas en el diseño como la fotografía y la ilustración que juegan un papel importante a la hora de intervenir un producto para ser ofrecido en el mercado.

Un solo tema de una ciudad como la comida, un personaje típico, un vestido, o un lugar representativo pueden ser objeto de inspiración para el desarrollo infinito de productos.

Todas estas tiendas se han dedicado al diseño de souvenirs dirigido especialmente a los turistas que son quienes más compran recuerdos cuando están de viaje.



Proyectos inspirados en la naturaleza

Medellín tiene una historia

Proyecto liderado por la Primera Dama Claudia Márquez llevado a cabo por el semillero de investigación Diseño e Identidad de la Academia Superior de Artes que tuvo inicio en el año 2014. Lo que busca este proyecto es comercializar una línea de productos inspirados en la naturaleza enfatizando siempre en la historia de Medellín que es contada a través de las mariposas, árboles y pájaros de la ciudad. Tienen como objetivo específico interpretar la naturaleza para poder plasmarla gráficamente y contar una historia a los usuarios por medio de

esta. También se pretende que los habitantes de Medellín conozcan más sobre su ciudad y a la vez posicionar más su identidad, igualmente a los visitantes que visiten Medellín y quieran comprar un souvenir tengan algo más que elegir, aparte de los dulces, los collares de arepas y las gordas de botero. Un proyecto con iniciativa social con el que se construiría un techo para las viviendas de San Javier. Los productos son vendidos en las cadenas de almacenes éxito de la ciudad.





Fotografías tomadas del www.orlakiely.com



Giant Abacus Cushion
\$70.00



Striped Petal Plant Pot - Small
\$24.00



Acorn Cup Mug
\$14.00



Linear Stem Watering Can
\$70.00



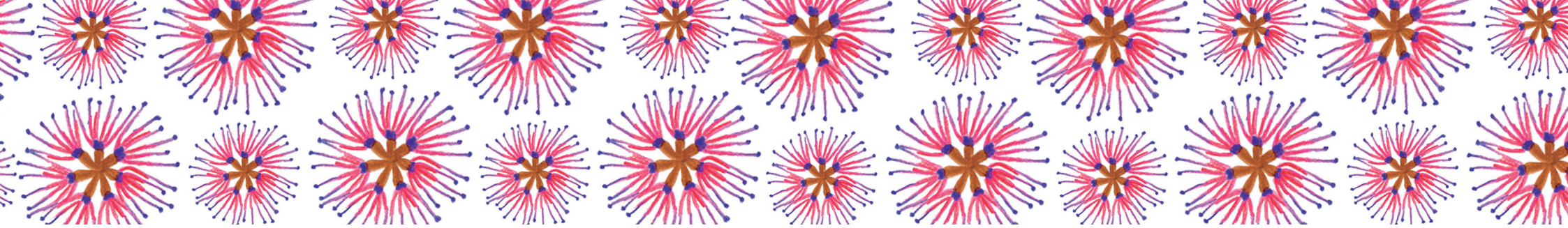
Striped Petal Fork
\$36.00



Giant Abacus Cushion
\$70.00

Orla Kiely

Es una diseñadora de moda Irlandesa, estudió en la Escuela Nacional de Arte y Diseño. Sus diseños se han utilizado para variedad de objetos incluyendo utensilios de cocina y muebles. Tiene tiendas físicas en Londres, Oxford y Nueva York, pero su principal punto de venta es la página web. Sus diseños se caracterizan por ser patrones inspirados en los años 60 y 70 con formas muy orgánicas, es común ver flores y hojas, los colores que maneja son muy cálidos.



Conclusiones

Proyectos Inspirados en Naturaleza

Los dos proyectos presentados anteriormente aportan a este la forma como es interpretada la naturaleza por medio de ilustraciones o patrones siendo fuente de inspiración para el diseño de productos.

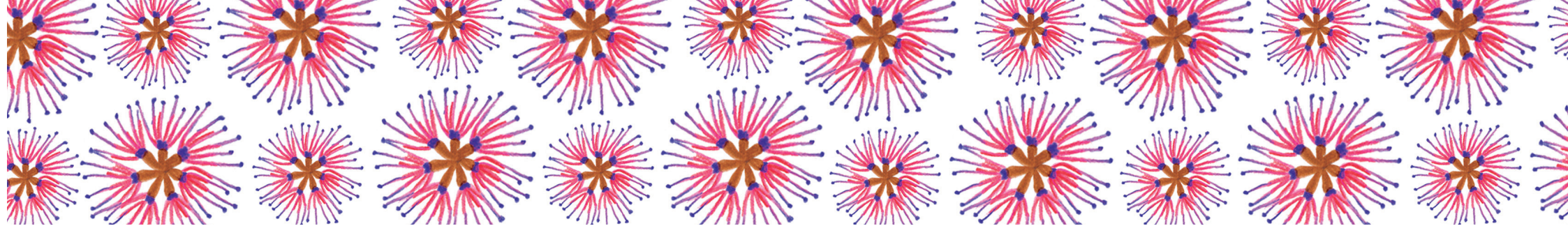
Las texturas visuales pueden ser aplicadas a infinidad de elementos utilizados en la vida cotidiana.

El color y la forma juegan un papel muy importante pues a través de estos se pueden transmitir lo que se desea a las demás personas.

La naturaleza nos ofrece en sus frutos, hojas, raíces, semillas y troncos variedad de elementos que pueden ser representados gráficamente con diferentes técnicas.

Por medio de patrones se puede hacer una línea de productos interesantes visualmente.

Los objetos que son intervenidos con elementos de la naturaleza son mediadores de un acercamiento hacia esta.



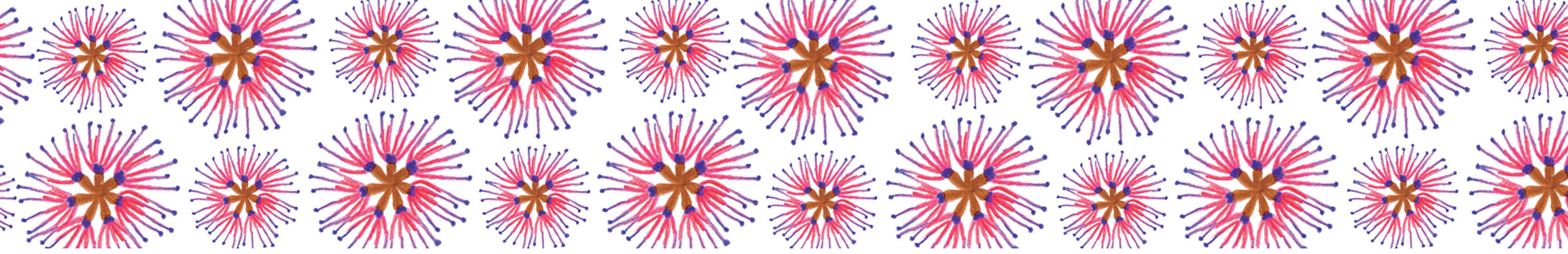
Árboles en Cali

Cali es una ciudad con más de 225 mil árboles según el censo arbóreo realizado en los años 2014-2015 por la Universidad Autónoma de Occidente en compañía con la CVC. Todos estos árboles aportan a la ciudad miles de beneficios que muchos de sus ciudadanos desconocen, por ejemplo dan identidad a diferentes territorios en la ciudad, mejoran la calidad de aire, reducen la contaminación ambiental y de ruido, conservan el agua y el suelo, hacen parte del paisaje de la ciudad, tienen beneficios que ayudan a la salud como sus hojas y flores medicinales, brindan sombra, frescura y además de esto dan frutos que pueden ser comidos por humanos y animales. También son el hogar de las aves nativas y migratorias.

Según el manual de arborización urbana publicado por el DAGMA en 2009, Cali se caracteriza por tener ecológicamente dos zonas de vida predominantes en la ciudad, el bosque seco tropical y el bosque seco pre-montano lugares en

donde se definen el tipo de especies de flora y fauna que sobreviven, se adaptan y desarrollan en el perímetro urbano, es decir, en el sur de la ciudad llueve más que en el norte y por esto no todas las especies se desarrollan de igual forma es por eso que siempre habrán plantas mejor adaptadas o desarrolladas en algunos sitios de la ciudad según su ubicación, ya sea en el norte, sur o laderas de la ciudad.

El sur de la ciudad es la zona con mayor presencia de árboles el norte y centro de la ciudad cuentan con pocas zonas verdes y la parte de la ladera es donde hay menos cobertura de árboles debido a que los espacios para la siembra de estos son muy reducidos pues el desarrollo de vivienda que se ha generado en este sector no ha tenido ninguna planificación. Los árboles y jardines de la ciudad son parte de la estructura paisajística y arquitectónica, debido a que sus colores aportan belleza, es por ellos que se debe tener amor y respeto por la naturaleza.



Árboles a trabajar

Los árboles que serán fuente de inspiración para la realización de texturas visuales con las que posteriormente se hará diseño de producto (souvenirs) han sido elegidos pensando en que cada uno de ellos se caractericen por tener elementos diferenciadores bastante fuertes, como el tamaño de sus hojas, los troncos, flores, frutos, raíces, semillas, etc. Que a la hora de ser plasmado gráficamente se pueda tener evidentemente una diferencia entre cada uno de ellos, además de esto que aporten algo más de lo común a los seres vivos, por ejemplo todos tienen frutos comestibles para humanos y animales, también frutos, hojas y flores que son medicinales, otros aportan partes como el tronco o la cascara del fruto que son utilizados para hacer artesanías o elementos que el hombre usa en su vida cotidiana. Estos árboles

también han tenido apropiación en la cultura caleña debido a que sus nombres han sido utilizados para dar identidad a diferentes territorios en la ciudad, es común que barrios, unidades residenciales, haciendas, y discotecas tengan nombres de árboles típicos de Cali. Además su presencia embellece la ciudad. Para fotografiar estas especies se hizo una visita al Club Campestre que es uno de los últimos relictos de bosque seco del Valle del Cauca, en él se pueden observar más de 150 especies de aves entre diurnas, nocturnas y migratorias, 20 especies de mamíferos, 13 de ellos voladores, 8 de anfibios, 12 de reptiles, 150 especies de árboles, 90 especies de hierbas y arbustos y cientos de especies de insectos como escarabajos y mariposas. Durante las visitas que se hicieron se hizo una recolección de hojas, flores,

semillas, frutos y pedazos de tronco a los que se le hizo una descripción sobre sus características las cuales serán importantes a la hora de plasmar estos elementos gráficamente. Entrando al sendero ecológico este cuenta con letreros que brindan información sobre el bosque cómo lo mencionado anteriormente y de igual forma lo hace con los árboles, aves y mamíferos que se pueden encontrar durante su recorrido.

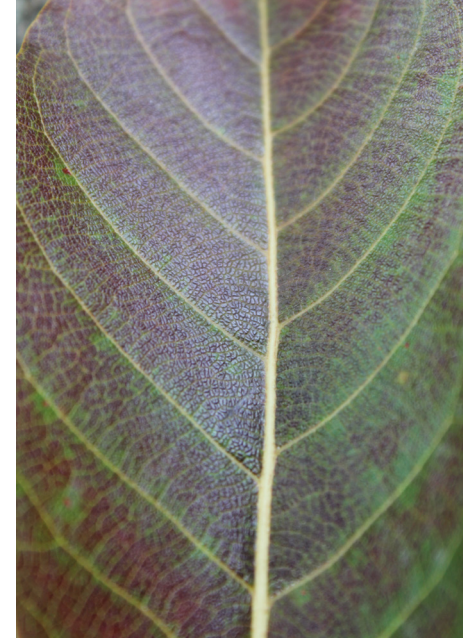
A la hora de elegir los árboles se contó con la ayuda del Profesor Juan Fernando Conde quien es experto en el tema, se tuvo en cuenta especies nativas del valle del Cauca como el Gualanday, Guásimo y Chiminango. Las especies que no son nativas de igual forma son representativas de la ciudad debido a que llegaron hace más de 500 años y se han adaptado muy bien.



Chiminango

(pithecellobium dulce)

Es una especie característica del Valle del Cauca, tiene un rápido crecimiento y adaptación a las sequías, es un árbol mediano que alcanza los 20 m de altura, el diámetro de su tronco principal es de 1 m de este sale una goma marrón que mezclada con agua sirve como pegante, su corteza tiene fisuras, las hojas son pequeñas y compuestas hasta por dos pares, tiene flores de color crema, su fruto es una legumbre retorcida de color rojizo es comestible tanto para humanos como para animales, su sabor es parecido al de una almendra. En Cali es común ver este árbol por todas las avenidas y barrios de la ciudad.

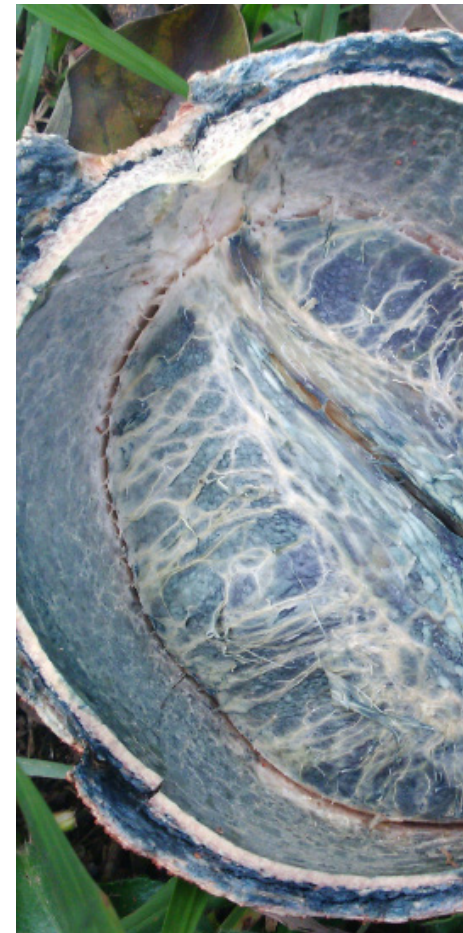


Bala de Cañón

(*Couroupita guianensis*)

Su altura es de 20 a 30 m, su tronco es completamente cilíndrico, sus hojas son simples y se agrupan al final de las ramas, tiene larga vida, sus flores fuertemente perfumadas son de carácter ornamental, sus pétalos son gruesos, cerosos, por dentro son de color rosados y por fuera amarilloanaranjados, su fruto parece un coco que tiene una pulpa con olor muy desagradable, es fuente de alimento para los animales solamente, para los humanos es tóxico pero puede ser usado

medicinalmente para hacer curaciones debido a que cuenta con una actividad antimicrobiana y antifúngica. Brinda buena sombra aunque no es recomendado pararse debajo de él debido a que constantemente suelta frutos que caen con buena fuerza. Su presencia embellece la ciudad, hay muchos de ellos en la avenida Pasoancho, también la Universidad del Valle y Javeriana cuentan con estos ejemplares.





Fotografías autoría propia

Caucho de la India (Ficus elástica)

Su altura es de 20 a 30 m, su tronco es completamente cilíndrico, sus hojas son simples y se agrupan al final de las ramas, tiene larga vida, sus flores fuertemente perfumadas son de carácter ornamental, sus pétalos son gruesos, cerosos, por dentro son de color rosados y por fuera amarilloanaranjados, su fruto parece un coco que tiene una pulpa con olor muy desagradable, es fuente de alimento para los animales solamente, para los humanos es tóxico pero puede ser usado medicinalmente para hacer curaciones debido a que cuenta con una actividad

antimicrobiana y antifúngica. Brinda buena sombra aunque no es recomendado pararse debajo de él debido a que constantemente suelta frutos que caen con buena fuerza. Su presencia embellece la ciudad, hay muchos de ellos en la avenida Paseo Ancho, también la Universidad del Valle y Javeriana cuentan con estos ejemplares.

Árbol robusto y de gran porte que alcanza los 40 m de altura, sus hojas son simples y brillantes que jóvenes pueden comerse como una verdura, tiene frutos



Mango

(Mangifera Indica)

comestibles que parecen higos, produce un látex blanco y espeso que contiene goma, hidrocarburos, compuestos de tipo orgánico, alcaloides, aceites y enzimas, su función es sanar las heridas de las plantas y defenderlas del ataque de los depredadores. Le brotan raíces aéreas que nacen del tallo, van colgando en forma de columnas que se van engrosando hasta formar nuevamente troncos lo que da un aspecto impresio-

nante de poderío, son ejemplares que deben estar alejados de construcciones y pavimentos debido a que sus raíces no respetan estos. Brinda mucha sombra y frescura, produce barreras infranqueables en espacios abiertos y es de gran ornamentación para la ciudad. Es común verlo en avenidas de la ciudad como la Roosevelt, Autopista Norte, Avenida del Río, también hay en la Universidad del Valle, barrio San Antonio y hay uno den-



Fotografías autoría propia



Samán

(Samanea Saman)

Fotografías autoría propia

tro del centro comercial Unicentro. Árbol grande de follaje denso y color verde, su tronco puede tener más de 1m de diámetro, lo afectan las sequías o suelos excesivamente húmedos, sus hojas son simples, las flores son de un tamaño pequeño de color amarillas muy aromáticas, los frutos son ovoides varían de tamaño y son comestibles. Es un ár-

bol que da buen sombrío y se puede encontrar por todas partes en Cali, aunque sea un árbol originario de la India llegó a la ciudad hace más de 500 años y se ha adaptado muy bien a las condiciones de suelo y clima siendo fuente de vida para los animales que los visitan constantemente y para las personas que viven en



Fotografías autoría propia

Gualanday

(Jacaranda Caucana)

la calle pueden ingerir sus frutos.

**Follaje significa como se ve el árbol de lejos, el conjunto de sus ramas y hojas por los que se puede determinar el color y densidad.*

Es un árbol de gran porte, alcanza los 20m de altura, su silueta parece una sombrilla abierta debido a la forma como sus ramas nacen un poco arqueadas, sus

hojas son pequeñas y compuestas entre 2 y 6 pares, tiene flores conformadas por numerosos estambres de color rosado y blanco, los frutos son legumbres negruzcas y largas recubiertas de una pulpa dulce que son ingeridos por animales como el ganado. Es común verlo sobre avenidas como la quinta, también es uno de los árboles más grandes y útiles





Fotografías autoría propia

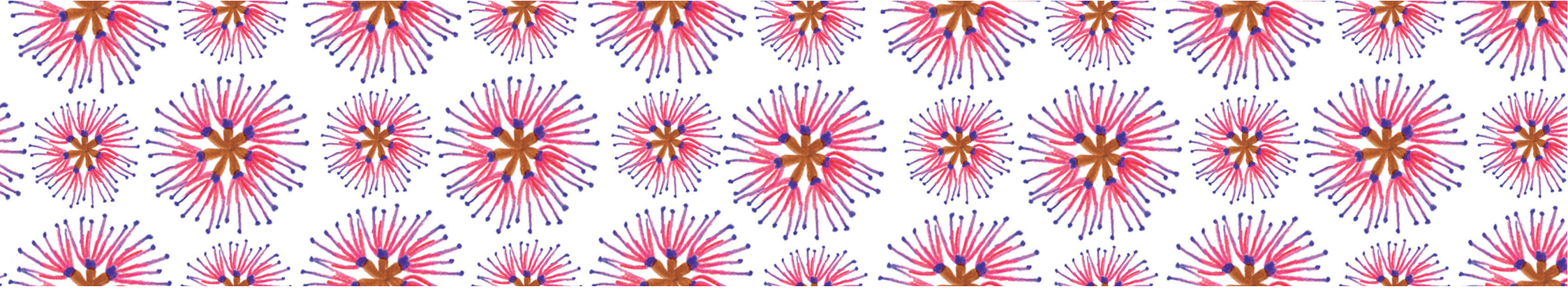
Guásimo

(Guazuma Ulmifolia)

de la ciudad, es el árbol que está en la moneda de 500 y las poblaciones que cuentan con estos ejemplares se enorgullecen de tenerlos.

Es un hermoso árbol de follaje plumoso, sus hojas son compuestas, las flores son de color violeta que cubren el árbol completamente durante dos veces en el año, son muy vistosas y al caer forman una especie de alfombra, en Cali florece a principios de febrero y mediados de agosto con una duración aproximada de

tres semanas. El cocimiento de sus hojas se usa para las afecciones de garganta y dolor en los huesos, el extracto de las mismas es un potente antiséptico y desinfectante, la corteza se usa para curar úlceras. La cocción de las flores sirve para aliviar la gripe. Esta especie es originaria del Valle del Cauca, en sectores

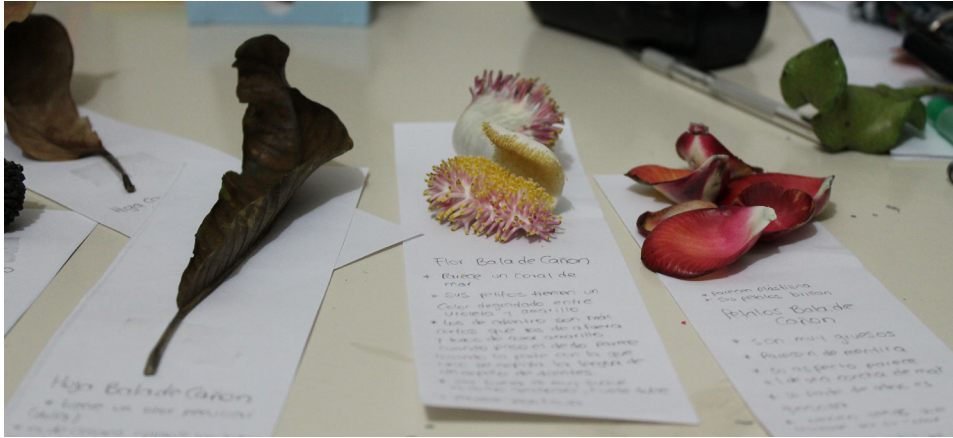


Conclusiones

Visita Árboles

como Santa Mónica, San Fernando y el Ingenio se pueden encontrar muchos de estos árboles.

Es un árbol muy ramificado, alcanza los 2m de altura, sus hojas son simples y tienen unos puntos en relieve el borde es irregular, tiene flores pequeñas de colores blanco y amarillas, su fruto es duro y tiene un olor dulce. El líquido de la corteza es utilizado en la elaboración de la panela y la purificación de la miel y la melaza. Los frutos son alimento para la fauna silvestre y también se usan para alimentar cerdos y en la separación de la fibra de la cabuya. Con la corteza se hacen cuerdas, es una especie útil en la recuperación de terrenos erosionados y tiene gran importancia como

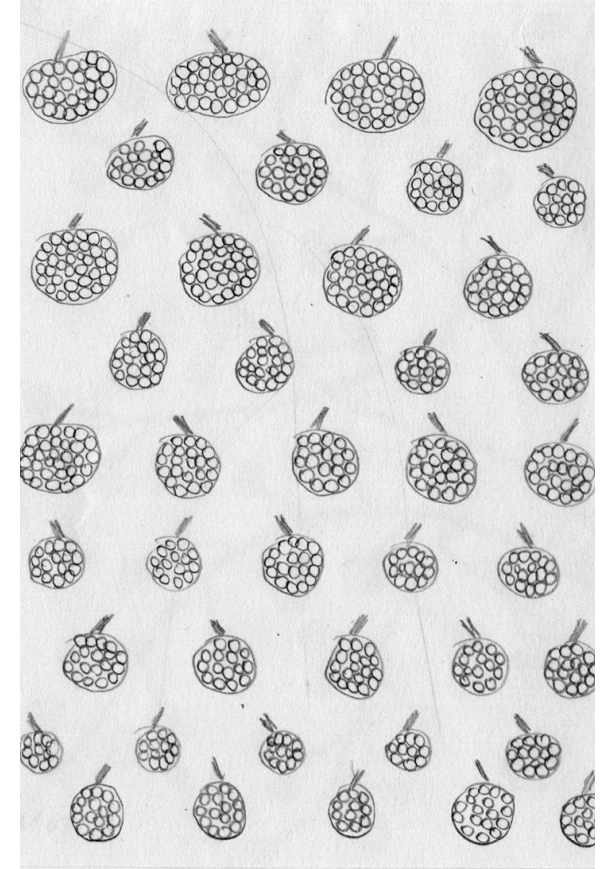
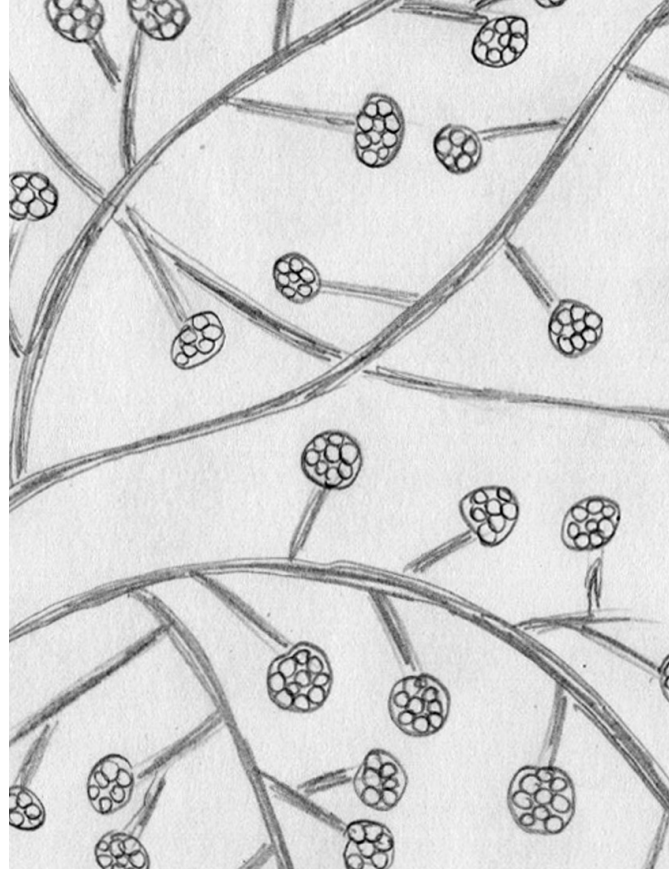
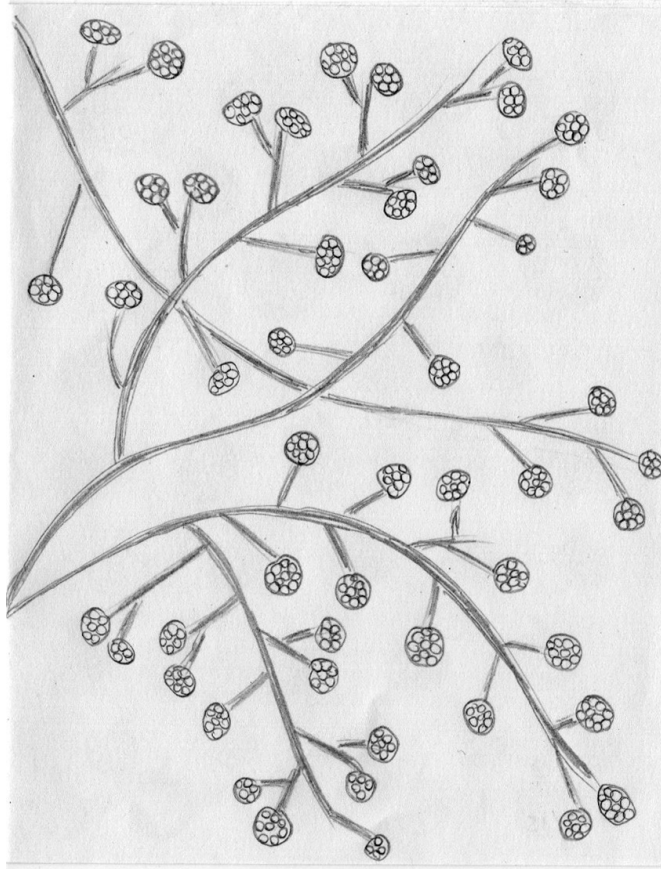


to.

Es importante mostrar lo más significativo de cada árbol.

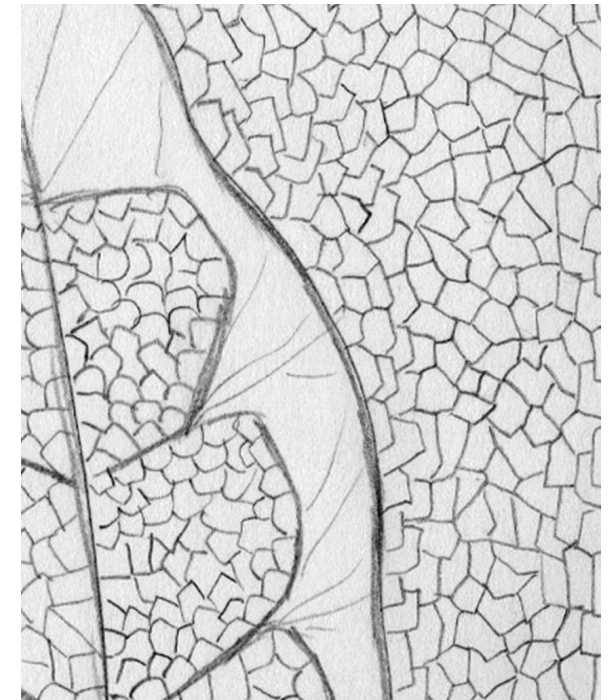
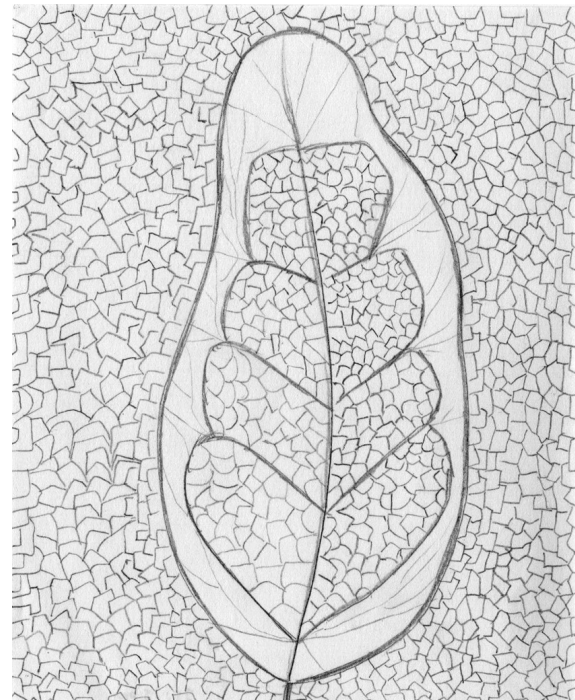
Resultados

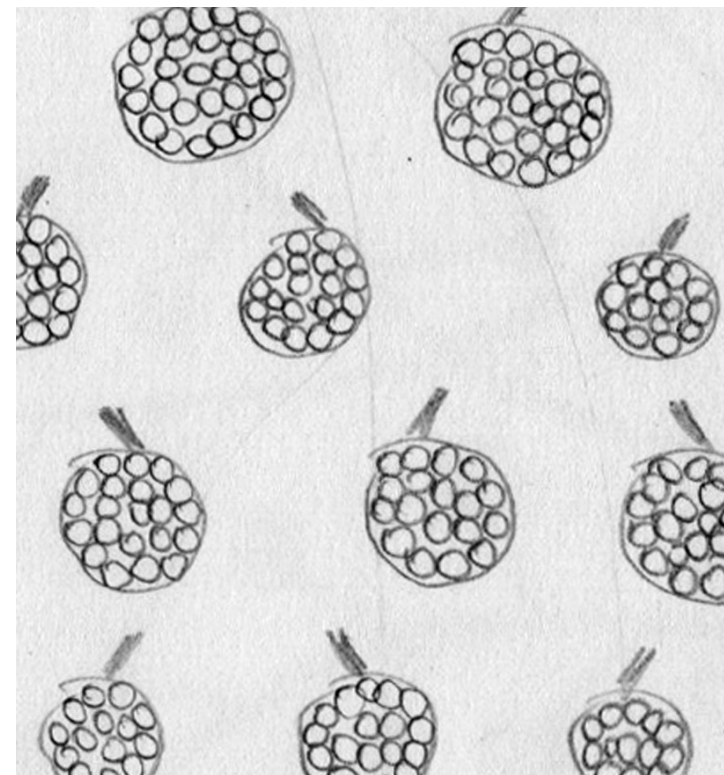
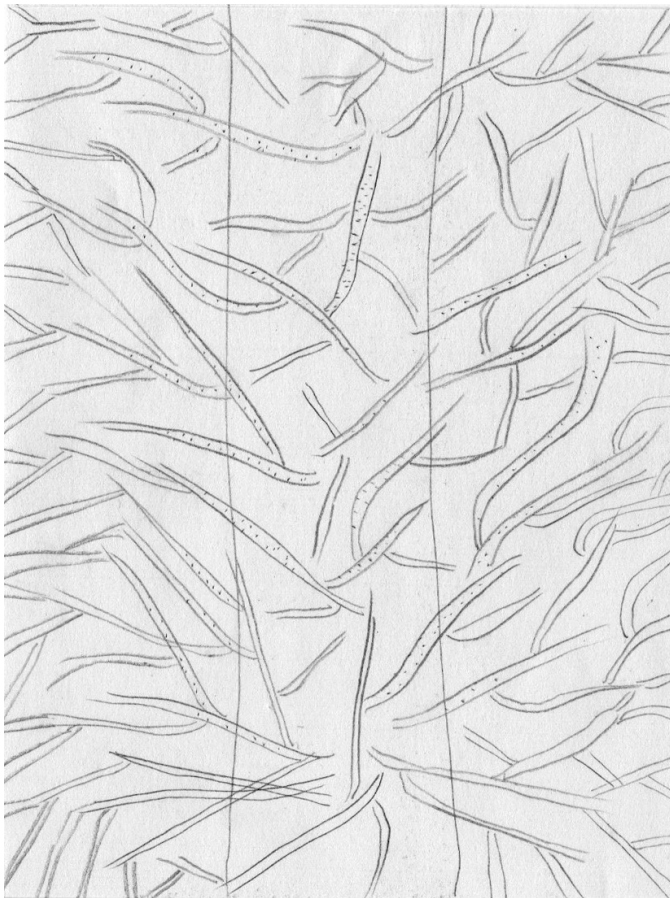
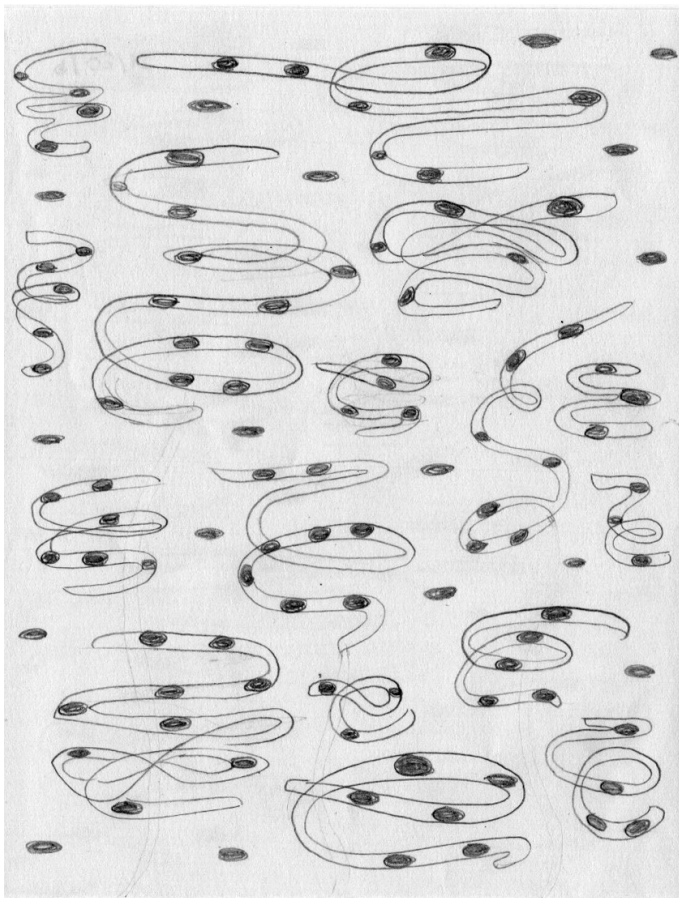
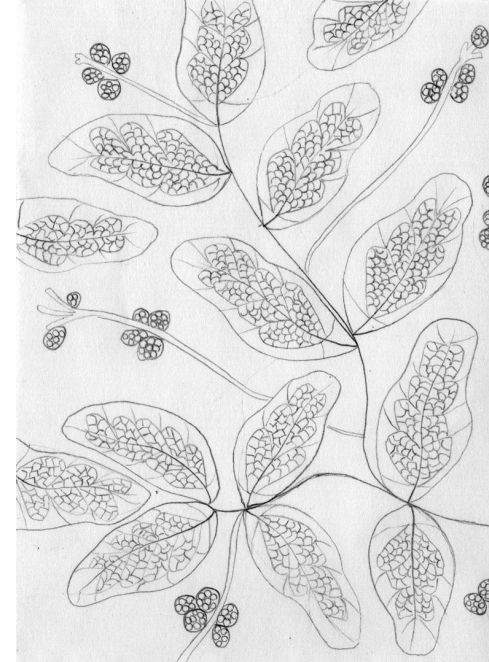
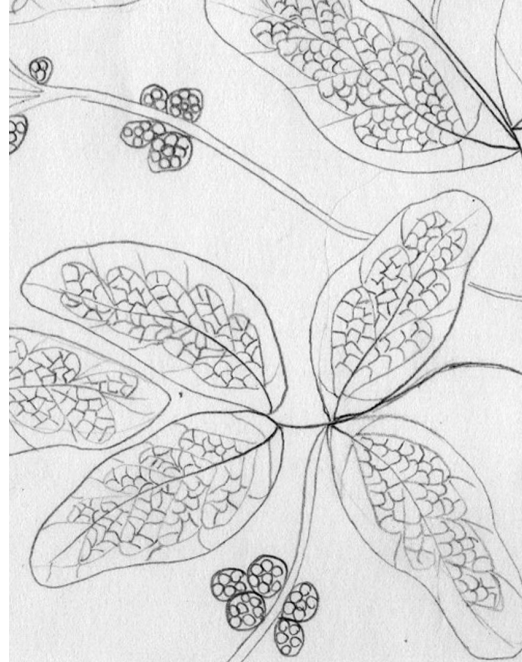
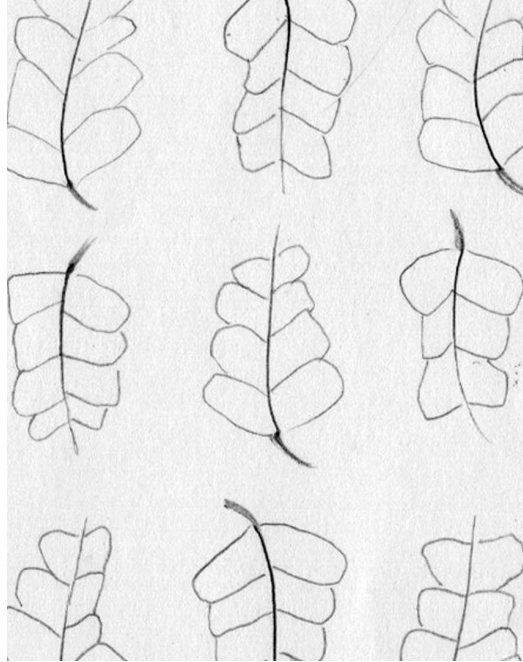
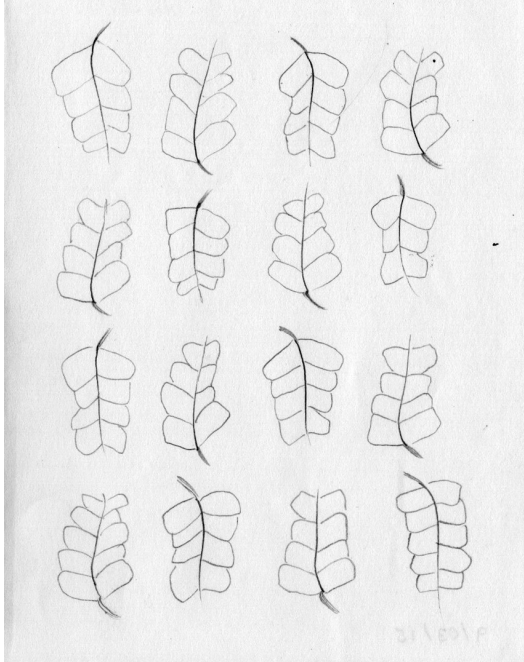
Recolección de hojas, frutos y flores



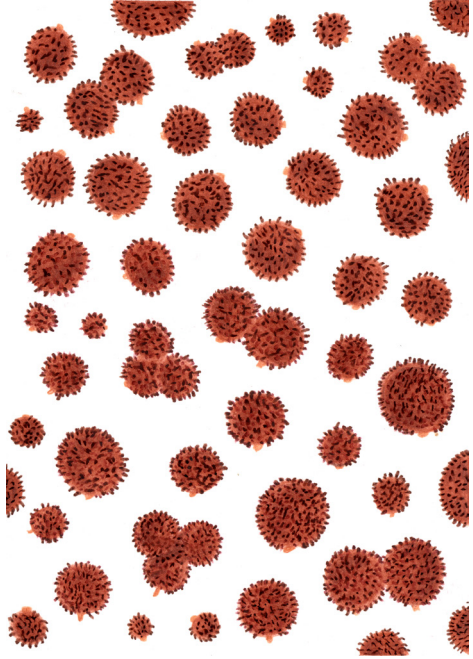
Bocetos texturas

De acuerdo a lo observado en las visitas de campo en dónde se pudo tener una relación más estrecha con la naturaleza se ha empezado a bocetar elementos de algunos árboles inspirados en sus hojas, troncos y frutos.

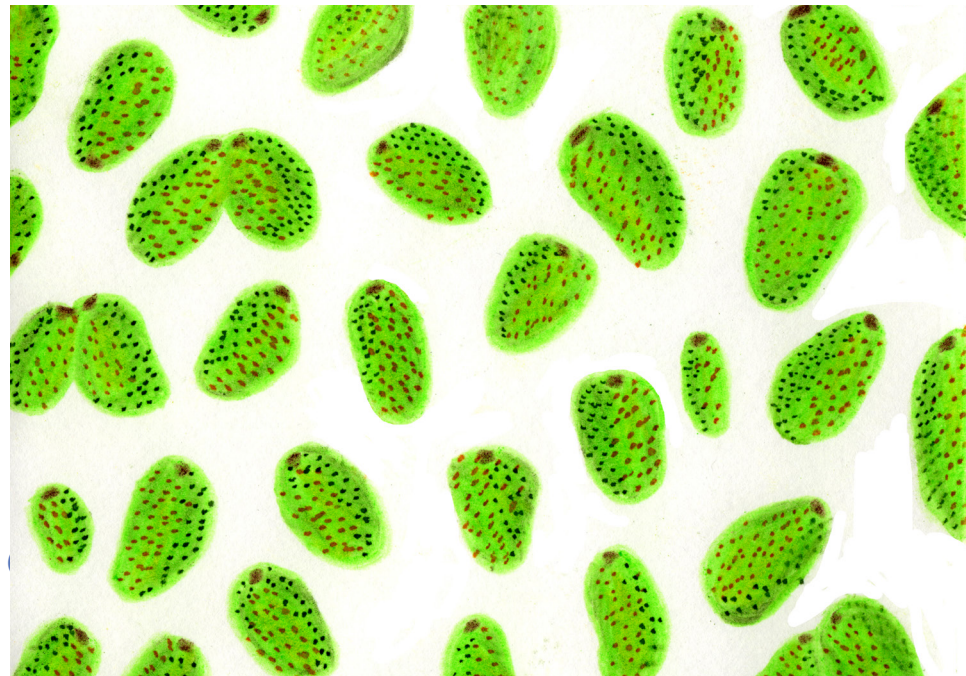


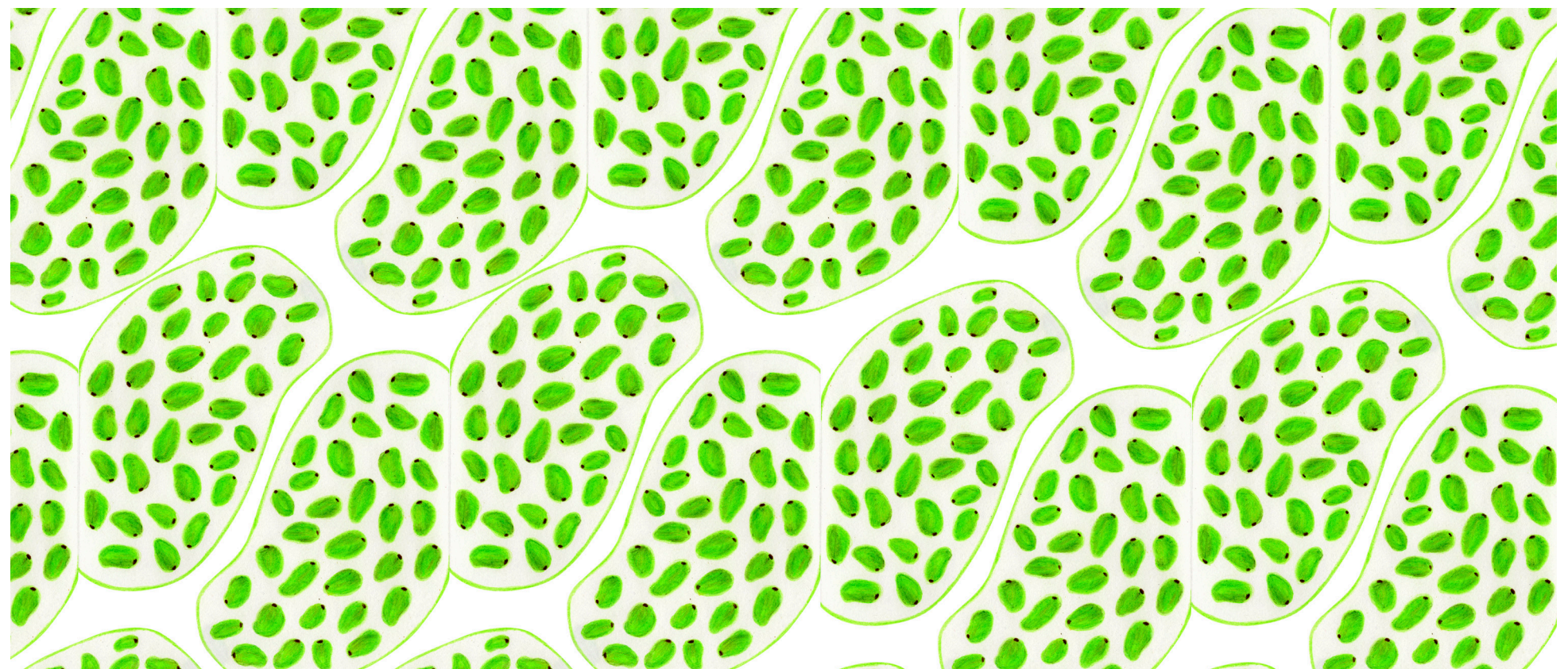
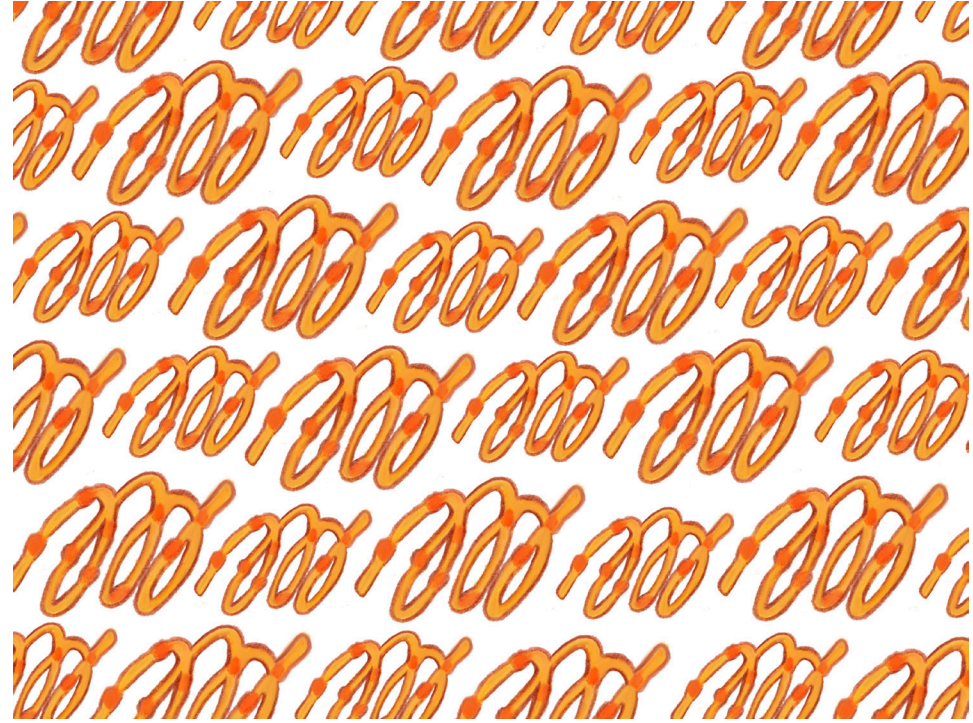


Los primeros bocetos fueron inspirados en las hojas, troncos y frutos de los árboles.



Posterior a los primeros bocetos se eligieron solamente los frutos de los árboles como el mango, la vaina del chiminango y el coco hediondo, se utilizaron lápices de colores, marcadores y lapiceros.

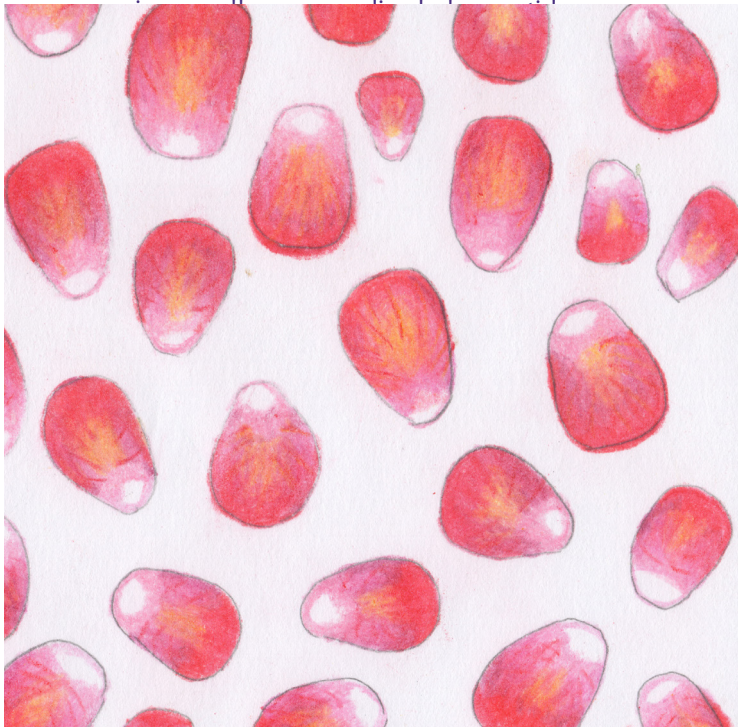


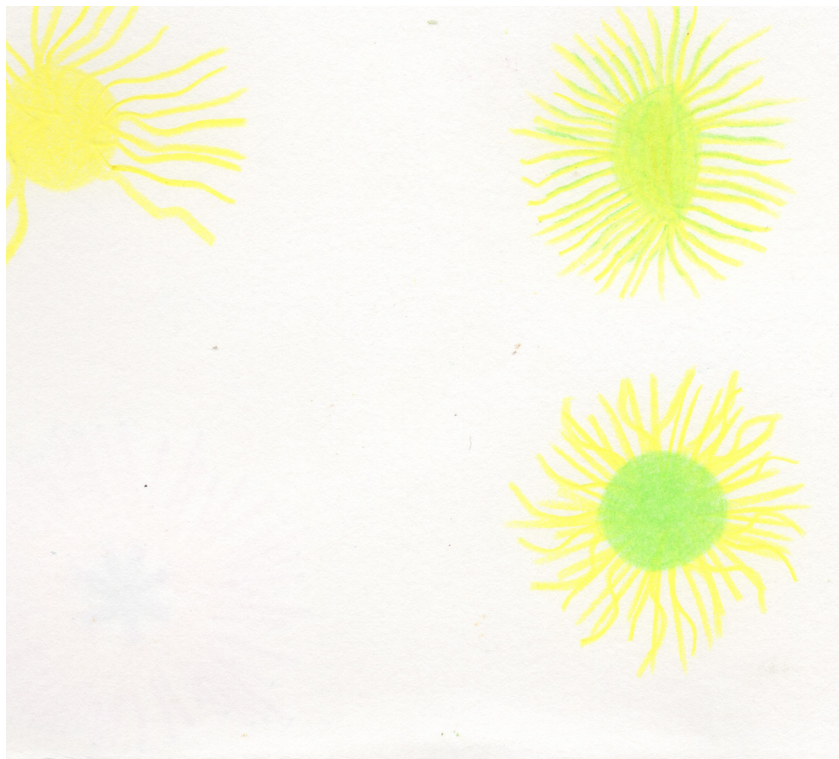
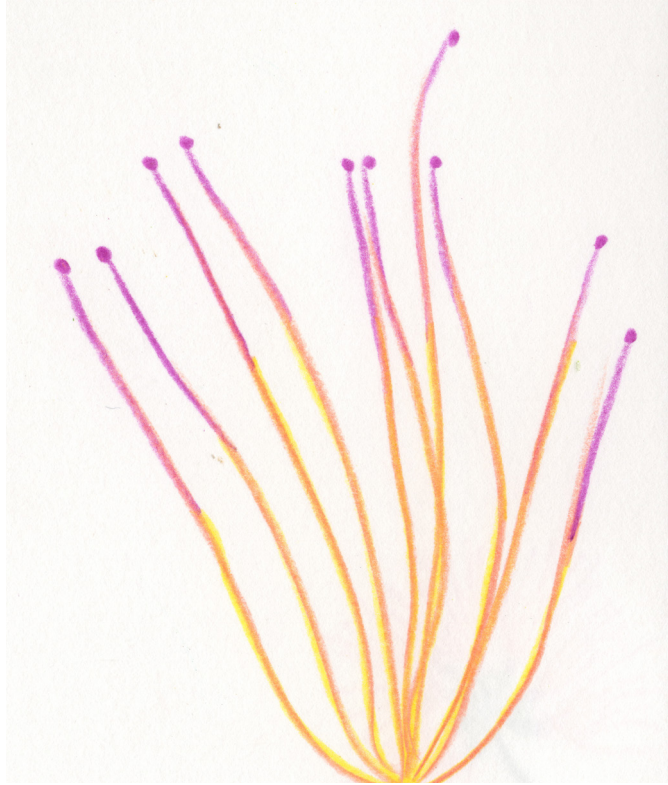


Vanessa Escobar C.



Finalmente con los frutos no se obtuvieron los resultados deseados y se decidió durante las vistas a la Ciudad Campestre se trabajó con las flores que se recolectaron de hojas, frutos y tan con más variedad de forma y color. Se hizo una descripción de cómo era cada uno de estos elementos y que experiencia se tenía.



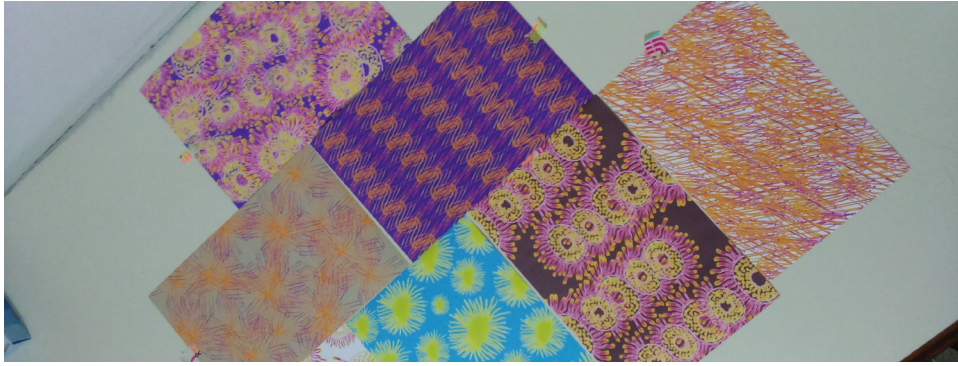


Una vez dibujadas las flores de cada árbol se escanearon las imágenes, se manejaron los niveles del color en photoshop, fueron separadas del fondo y se realizaron patrones con cada una, variando el color de fondo y la posición de la flor, se sacaron partes de la flor como los pétalos, los pistilos, estambres, y sépalo haciendo abstracciones con estos. En las texturas se pueden encontrar repetición, superposición, interposición, penetración, gradación, similitud, etc.

Vanessa Escobar C.

Resultados texturas





Texturas elegidas

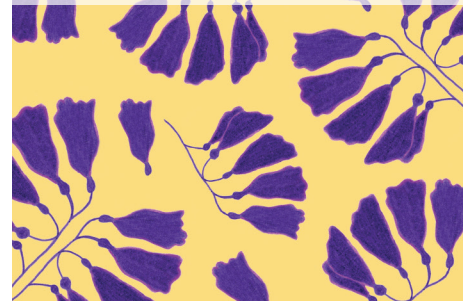
De acuerdo a los resultados de las texturas inspiradas en las flores de los árboles, se eligieron algunas para ser aplicadas a los productos; el criterio de selección fue la importancia de mostrar la riqueza de formas y colores que tiene cada árbol, es por ello que se trabajó con texturas de cada uno de ellos.



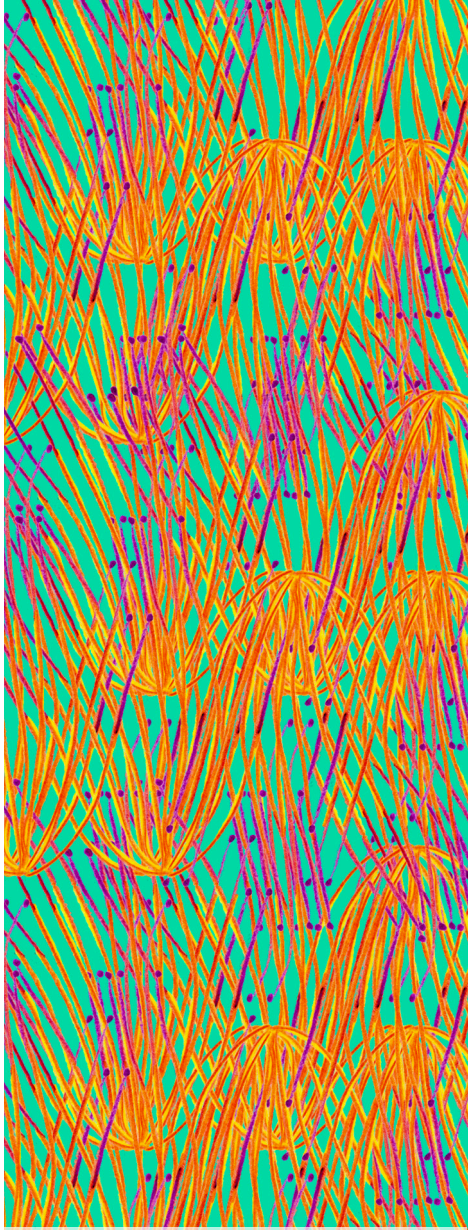
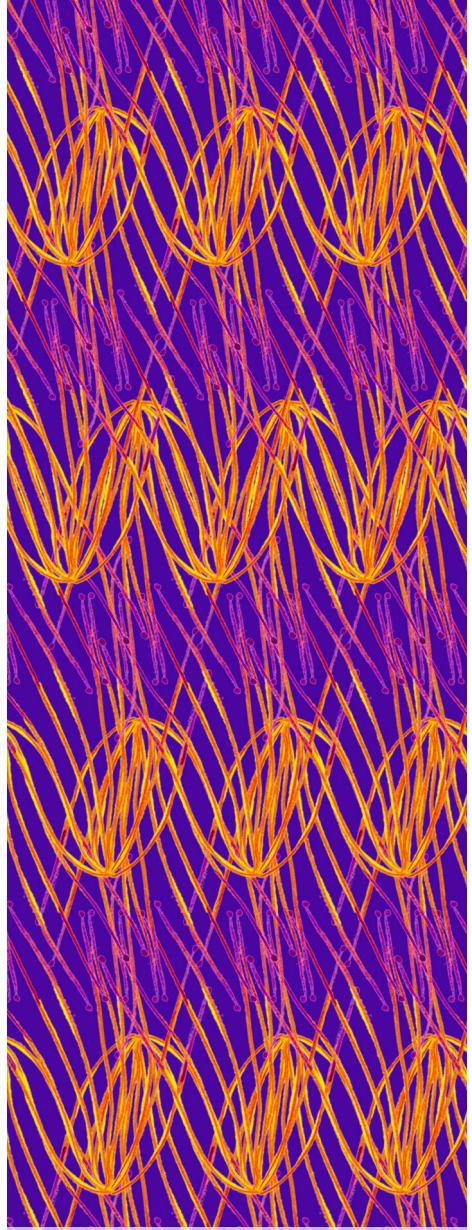
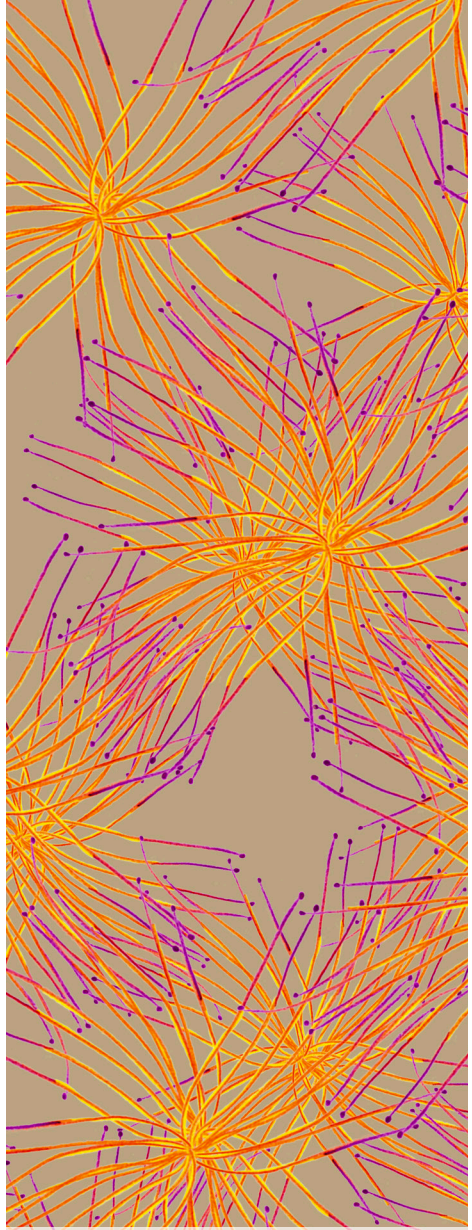
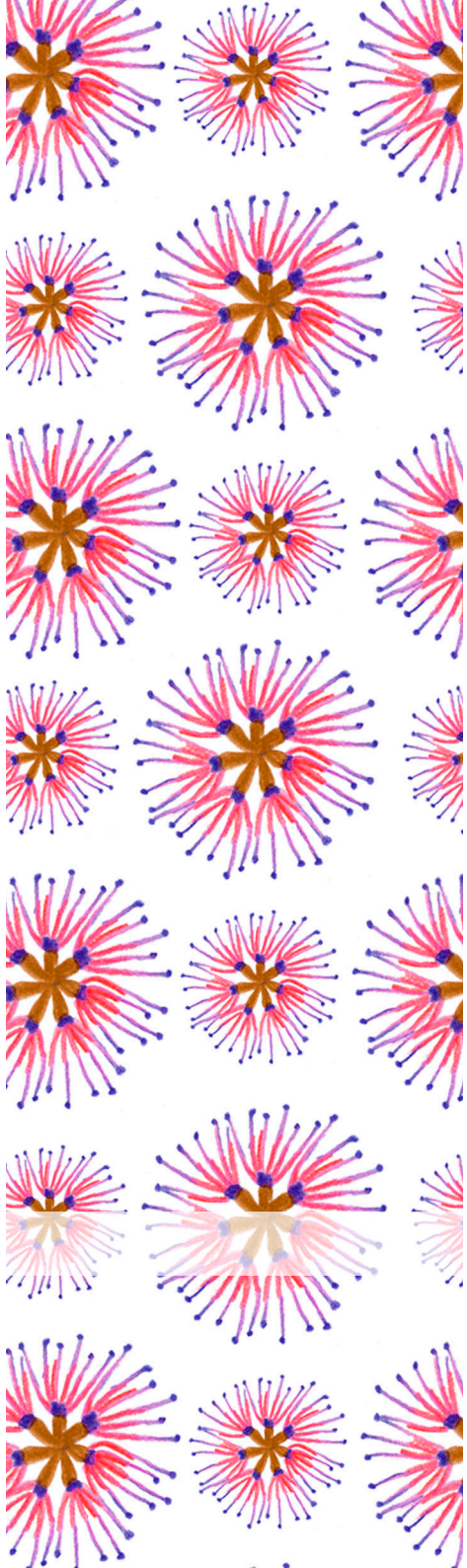
Bala de Cañón



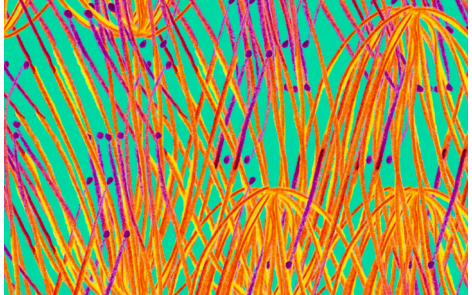
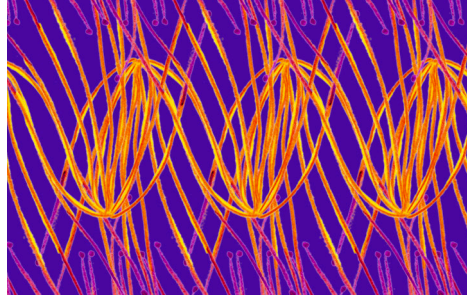
Gualanday

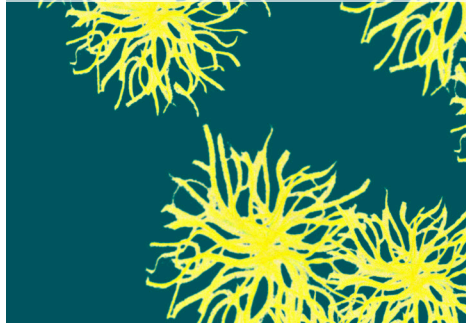
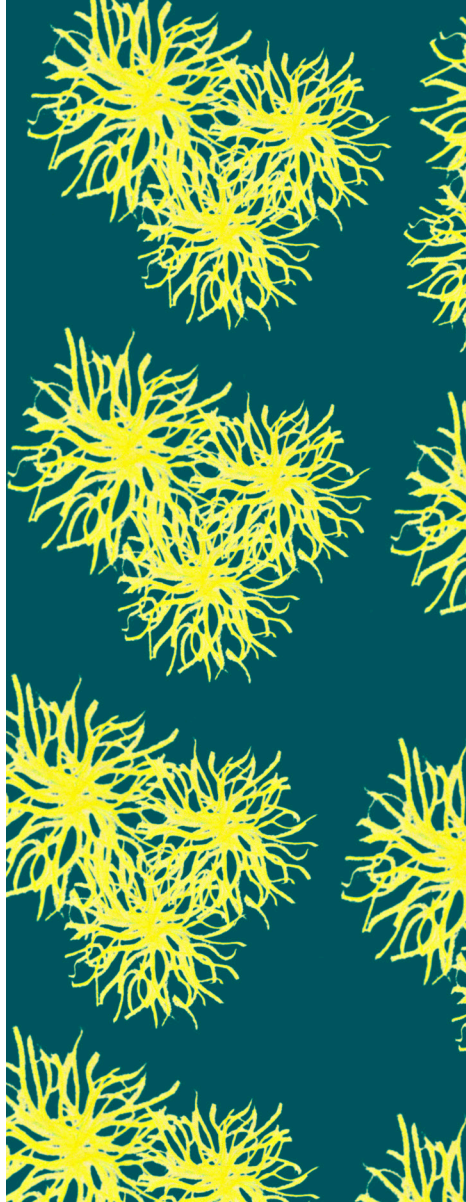
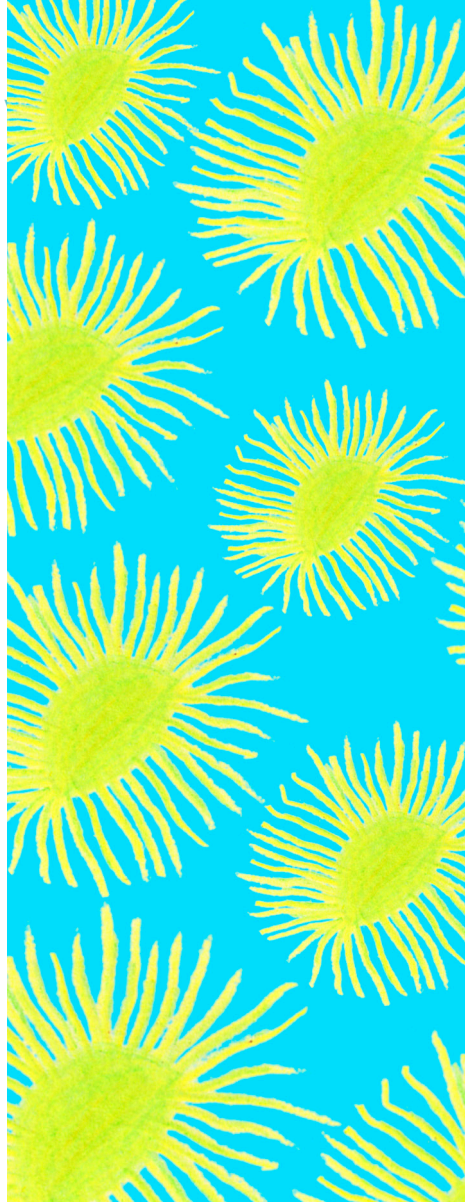


Mango

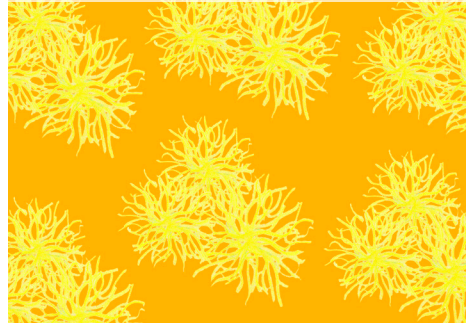
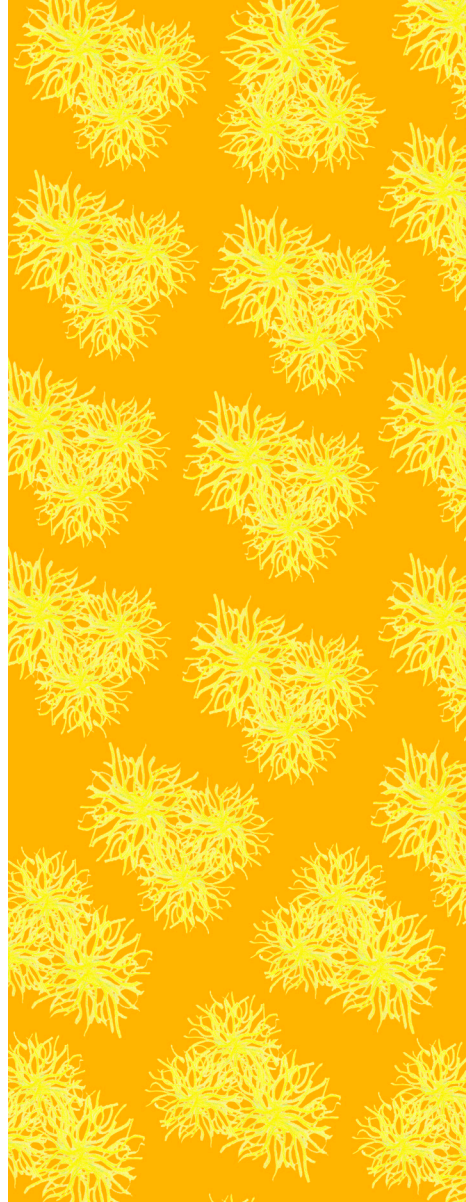


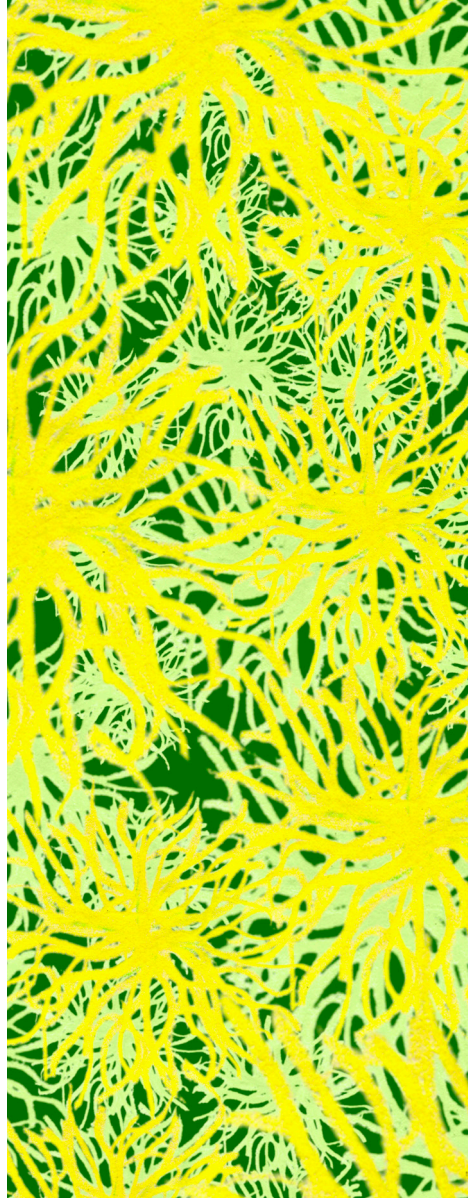
Samán



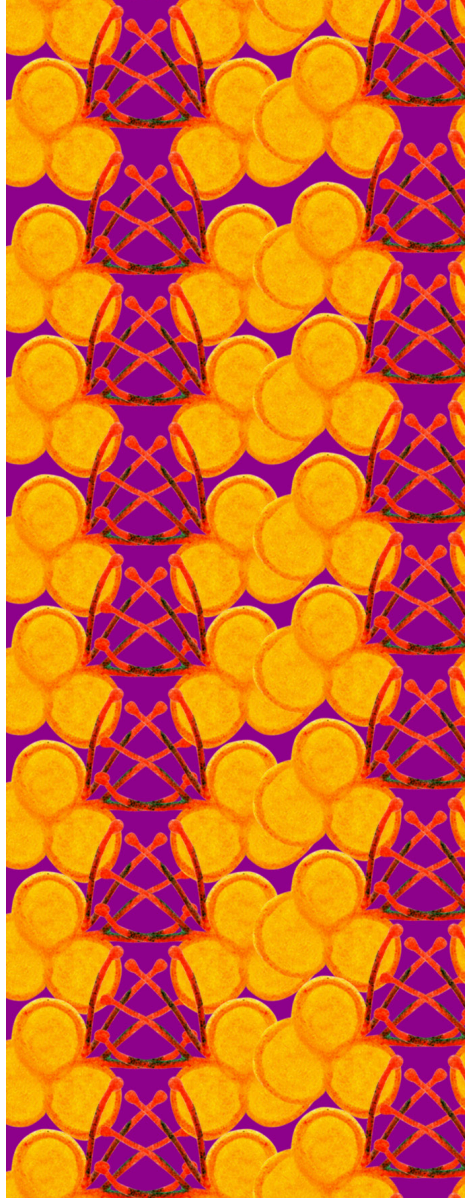
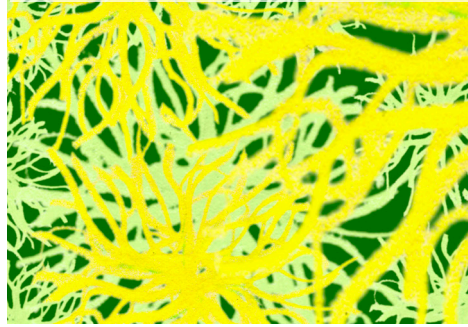


Chiminango

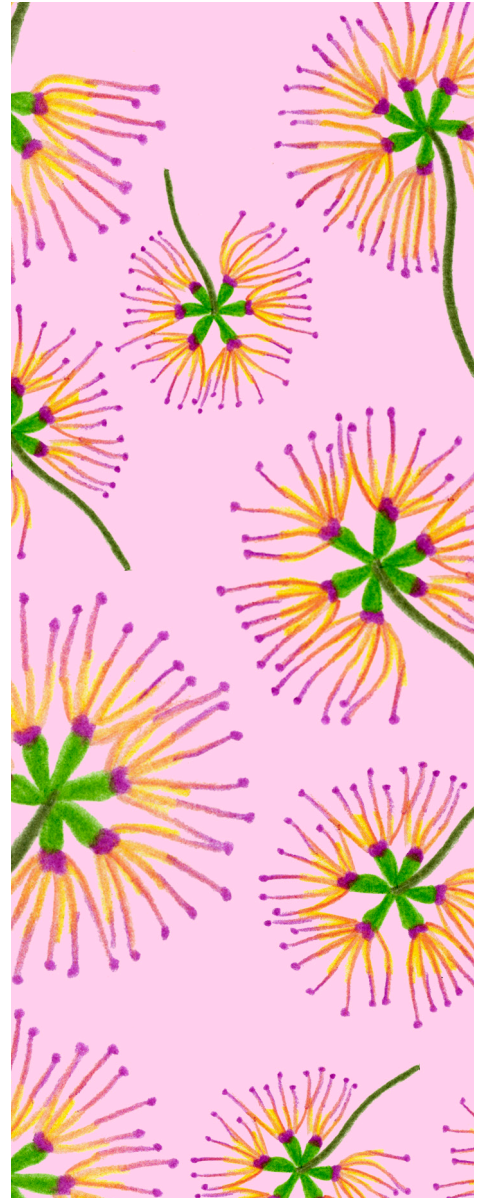
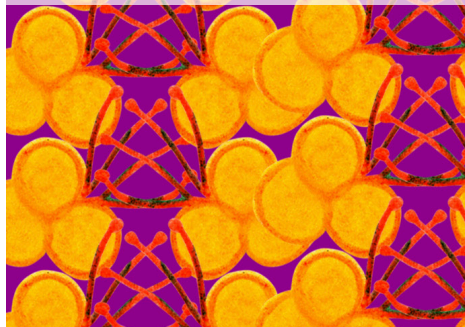




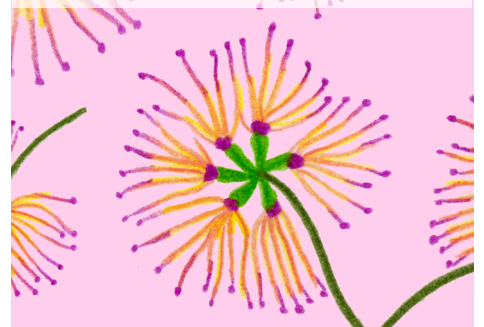
Chiminango

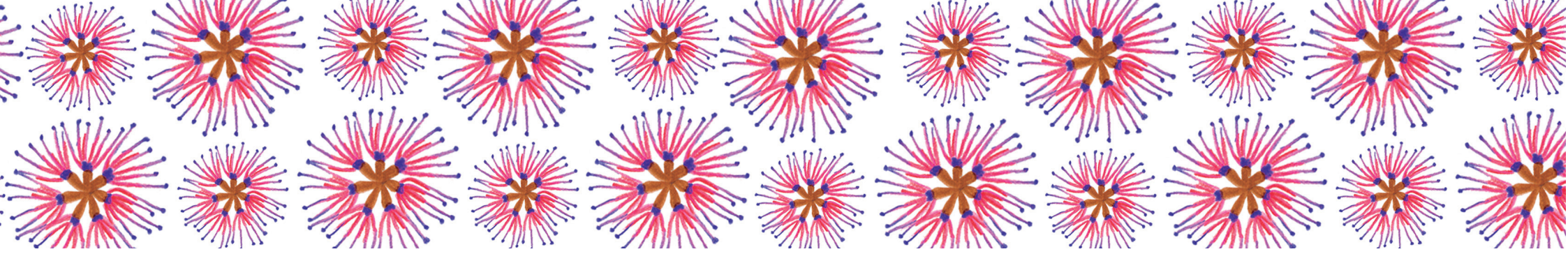


Guásimo



Samán





Proceso productos

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación y al perfil del público objetivo al que se dirige este proyecto, turistas extranjeros entre los 30 y 50 años, se obtuvo como resultados la primera colección de productos, los cuales serán para la oficina, estos elementos se caracterizan por ser fáciles de portar, son pequeños y están intervenidos con las texturas inspiradas en las flores de los árboles, cada uno de ellos muestra la diversidad de flora que tiene la ciudad. Aportan al comprador utilidad, decoración y exclusividad.








Se elige como primera colección elementos para la oficina debido al perfil del público objetivo quienes se caracterizan por ser personas profesionales, trabajadoras ya sean empleados o independientes, al momento de de realizar compras cuando están de viaje piensan en sus compañeros de oficina y creen

que es un buen detalle un elemento que pueda ser utilizado en el entorno laboral. Se trabajó el modelo Canvas para tener claro puntos importantes en el desarrollo de los productos y los factores alternos a estos que influyen. En la propuesta de valor se obtuvo participación de los turistas para tener claridad que esperan ellos de un producto, al mismo tiempo ellos manifestaron la preferencia por ciertos elementos, los cuales fueron: un dispensador de cinta, un tarjetero, portapápices, libretas, separadores, notas, mugs, etc.

Posterior a esto se inició bocetación de los elementos, buscando originalidad en la forma. Una vez realizados los bocetos de algunos productos como el portapápices, a la hora de ejecutarlos y producirlos se presentaron varios inconvenientes de producción como los materiales adecuados para producirlos, ensambles,

moldes, lugares de producción, etc. Con la ayuda de dos diseñadores industriales, se pensó en maneras de simular los productos como papeles adhesivos pegados sobre las formas pero esto no funcionaban muy bien, como solución se obtuvo que preferiblemente era mostrar las texturas en elementos con formas convencionales pero utilizados a diario. La idea de producir elementos con formas únicas no es desechada pero si pasa a un segundo plano debido a los obstáculos presentados en la producción, es por ello que se hacen unos prototipos explorando diferentes materiales y finalmente unos renders que podrían acercarse al elemento final. Finalmente, las texturas son aplicadas a otros elementos que también fueron elegidos por los turistas como las libretas, los post-it, mugs, separadores y bolsas.

Canvas

<h3>Socios clave</h3>  <p>¿quiénes son nuestros socios clave? ¿quiénes son nuestros suministradores clave? ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios? ¿qué actividades clave realizan los socios?</p> <p>Motivaciones para socios: - colaboración y economía - reducción de riesgo e incertidumbre - intercambio de recursos y actividades para crecer</p> <p>→ Lugares de la ciudad que sean frecuentados por turistas como: (hoteles, restaurantes, museos) → Tienen contacto directo con los turista extranjeros → Tienen a cargo un establecimiento.</p>	<h3>Actividades clave</h3>  <p>¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿nuestros canales de distribución? ¿nuestras relaciones con clientes? ¿nuestras fuentes de ingresos?</p> <p>categorías - producción - manufactura de productos - distribución / retail</p> <p>- que existe en el mercado semejante a lo mio - Búsqueda de materiales - hablar con gerentes de los hoteles. o tiendas de Diseño</p>	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>¿qué valor entregamos al cliente? ¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver? ¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente? ¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?</p> <p>características - novedad - personalización - personalización - "hacer el regalo" - diseño - precio - calidad - innovación - sostenibilidad</p> <p>→ un producto con diseño no convencional → Que encuentre un recuerdo diferente de la ciudad que visitó (los regalos cuando visitan una ciudad) → Línea de productos que les transmitan una experiencia a través de los sentidos.</p>	<h3>Relaciones con clientes</h3>  <p>¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente? ¿cuáles hemos establecido? ¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿cuánto cuestan?</p> <p>ejemplos - sistema personal - adaptación personal - servicios personalizados - personalizado - personalizado</p> <p>→ Buena relación, que sientan que los productos están hechos para ellos → Saber sus gustos y necesidades → Están integrados pq son quienes se interesan por comprar souvenirs del sitio que visitan. pagan un valor no determinado si algo les gusta y ya.</p>	<h3>Segmentos de cliente</h3>  <p>¿para quién estamos creando valor? ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>ejemplos de clientes - turistas extranjeros - turistas locales - turistas internacionales - turistas extranjeros</p> <p>→ Para turistas extranjeros que visiten la ciudad por placer y desean llevarse un recuerdo de la ciudad. → Valor para ellos, un valor recuerdo mediante el cual tener una experiencia.</p>
<h3>Recursos clave</h3>  <p>¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿nuestros canales de distribución? ¿relaciones con clientes? ¿fuentes de ingresos?</p> <p>tipos de recursos - físico - intelectual - humano - financiero</p> <p>- Diversidad de materiales - Computador, el lápiz, el papel. - profesores, árboles.</p>	<p>→ la necesidad de que puedan comprar algo diferente del lugar a visitaron → encontrar en el mercado algo poco convencional y diferente a todo lo que hay sin q deje de ser un recuerdo exclusivo de cali → memoria → Util, bueno, calidad bonto</p>	<h3>Canales</h3>  <p>¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente? ¿cómo los contactamos ahora? ¿cómo están integrados nuestros canales? ¿cuáles funcionan mejor? ¿cuáles son más eficientes en costes? ¿cómo los integramos con las rutinas de cliente?</p> <p>fases del canal 1. Conciencia 2. Interacción 3. Contacto 4. Entrega 5. Postventa</p> <p>→ lugares donde descansan y tienen contacto con personas nativas</p>	<h3>Estructura de costes</h3> <p>¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿qué recursos clave son los más caros? ¿qué actividades clave son las más caras?</p> <p>es tu negocio más: - basado en capital intelectual o en capital físico - basado en capital intelectual o en capital físico - basado en capital intelectual o en capital físico</p> <p>características de ejemplo: - calidad - innovación - sostenibilidad - economía de escala</p> <p>→ Los materiales que conforman el solo producto → Estampar el tela es lo más caro → Visitar los socios clave. Explorar materiales</p>	<h3>Fuentes de ingresos</h3> <p>¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿para qué pagan actualmente? ¿cómo están pagando ahora? ¿cómo preferían pagar? ¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?</p> <p>tipos - precio de venta - pago por uso - pago por suscripción - pago por licencia / licencia - pago por licencia / licencia - pago por licencia / licencia</p> <p>precio fijo - precio de venta - independiente de la función del producto - independiente del segmento de cliente - independiente del volumen</p> <p>precio dinámico - depende del segmento - depende del volumen - depende del volumen - depende del volumen</p> <p>→ producto de calidad y diferente que les va a generar una experiencia → para tener un recuerdo → en efectivo</p>

Bocetos productos

Dispensador de notas



Portalápices

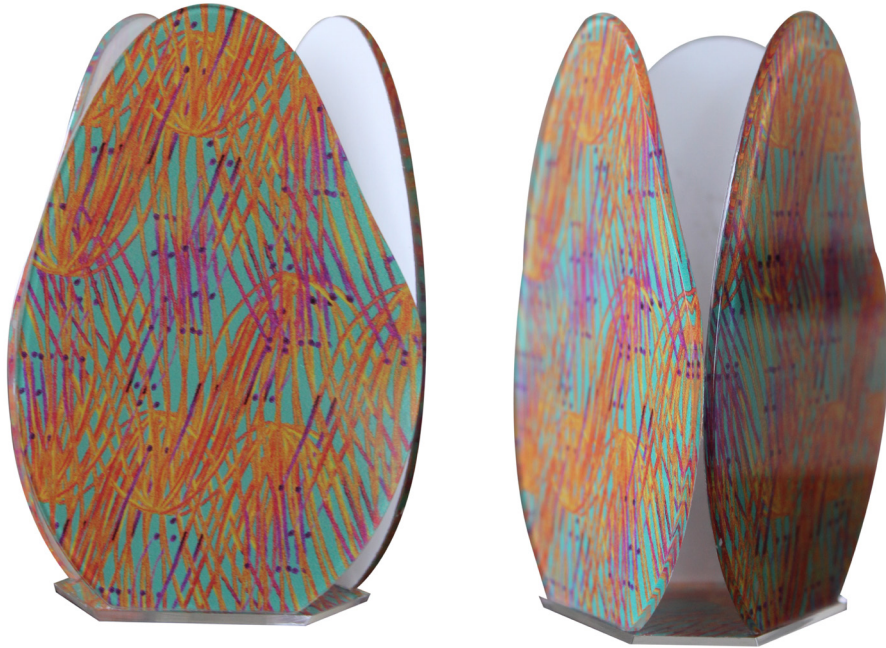


Tarjetero



Dispensador de cinta

Prototipo portalápices



Acrílico con vinilo adhesivo

Una vez realizados estos prototipos, con diferentes materiales, se observaron inconvenientes a la hora del ensamblado debido a la forma irregular de cada módulo.



Madera con resina

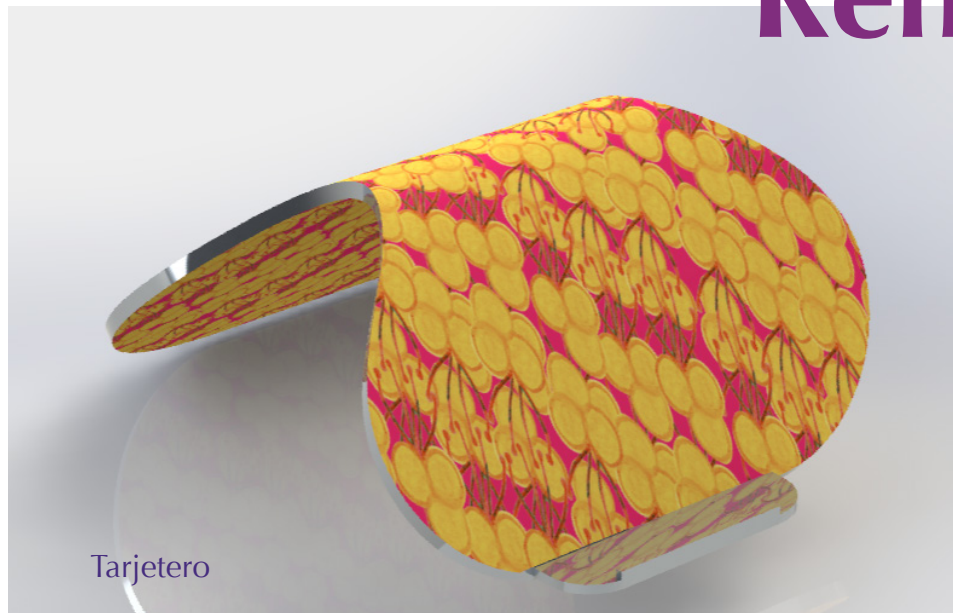


Dispensador de notas

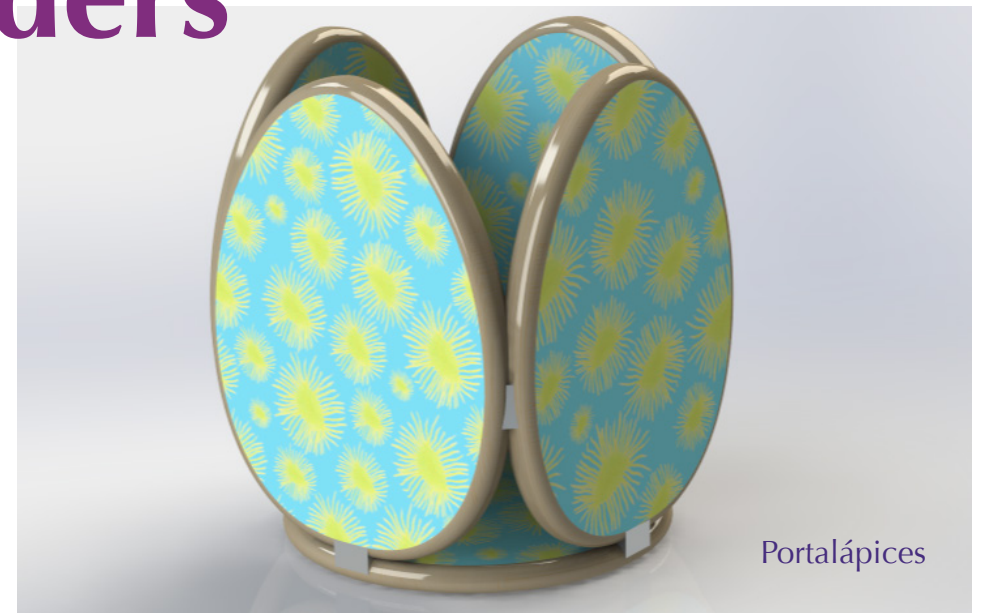


Dispensador de cinta

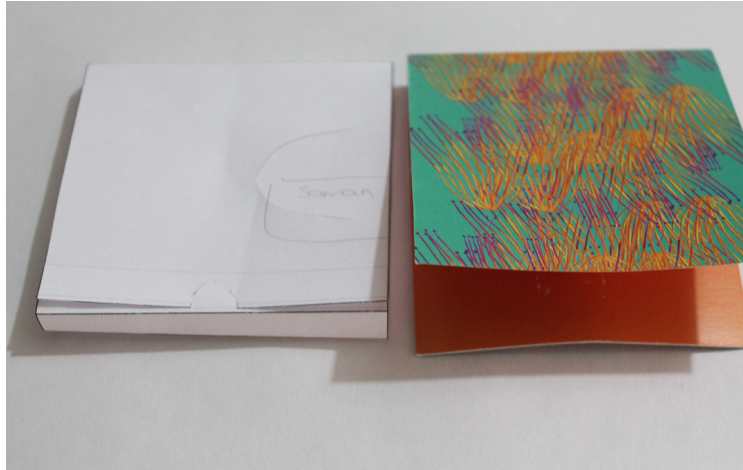
Renders



Tarjetero



Portalápices



Se realizó bocetos de la faja del post-it y sus formas de cierre, también prototipos de bolsas para empaclar los productos y se hicieron pruebas de tipografía sobre las texturas.



Productos Finales

Para los mugs se hicieron pruebas del lugar en dónde será ubicada la tipografía con el nombre del árbol, esto con el fin de tener diferentes opciones para poder elegir el más adecuado, se manejó la textura cubriendo toda la taza, otra con borde, orejas de colores y texturas monocromáticas y policromáticas.





Los post-it se manejaron en dos tamaños diferentes (grandes y pequeños) los grandes llevan la tipografía en la parte de adelante y los pequeños en el lomo. Se muestran diferentes texturas y muy coloridas.

En los separadores se utilizaron las texturas monocromáticas, llevan el nombre del árbol en la parte de adelante.





Chiminango
de
Cauca
Colombia

Cavalari
de
Cauca
Colombia

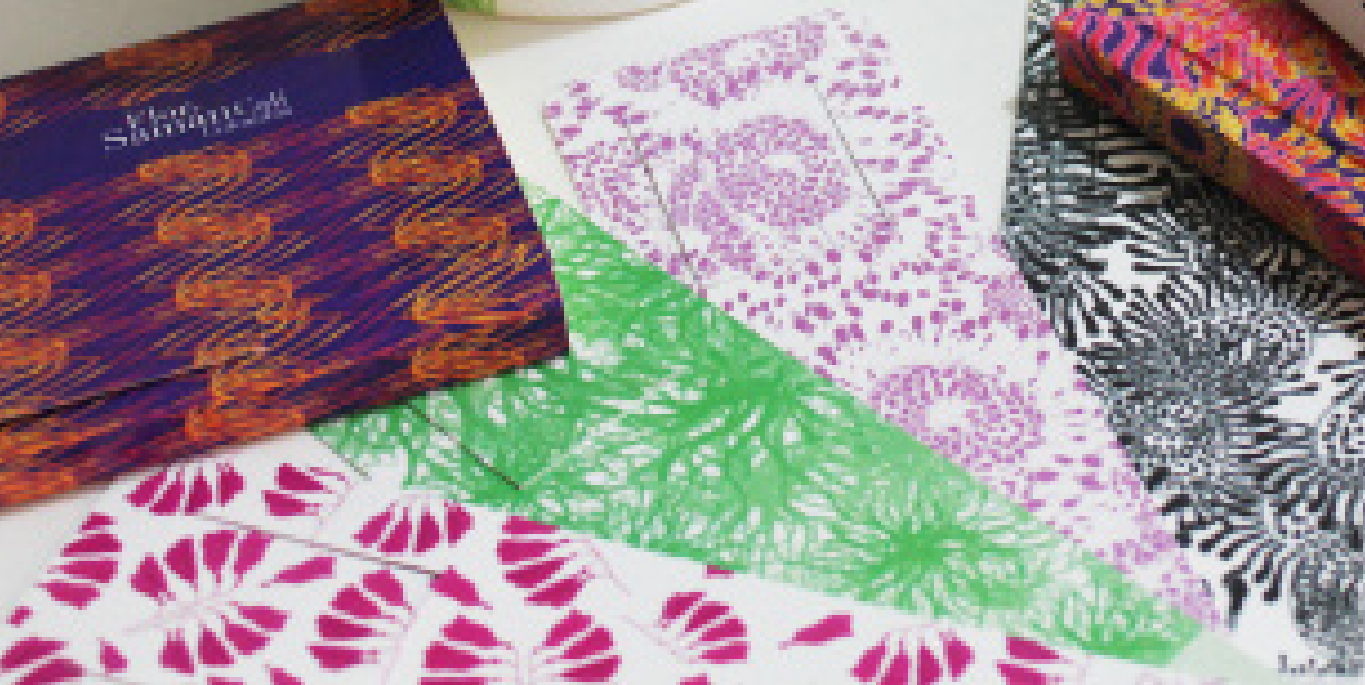
Balala de Cañón
de
Cauca
Colombia

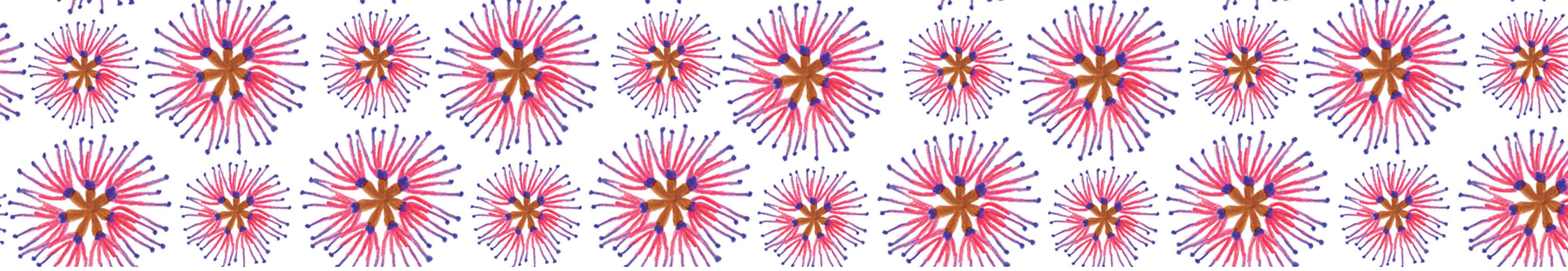
Chiminango
de
Cauca
Colombia



Las libretas son de un tamaño pequeño de 12cm x 17cm, hay unas con resorte y otras sin este, en la parte de adentro se muestra la silueta del árbol trabajado, las guardas tienen las texturas a un solo tono y muy sutiles esto con el objetivo de que no fueran tan llamativas pero sin embargo que las texturas estuviera presente.







Conclusiones de todo el proceso

Trabajar con los árboles me permitió adquirir nuevos conocimientos que me hicieron sensibilizarme mucho sobre la importancia de su cuidado y patrimonio.

Los árboles aportan muchos beneficios a los seres humanos y no son valorados por completa ignorancia.

Todo es un continuo aprendizaje.

Es importante buscar la ayuda de personas que sepan o sean expertas en ciertos temas que uno desconoce.

La retroalimentación que se puede obtener de los profesores o personas ajenas al proyecto es de gran importancia.

El trabajo interdisciplinar es muy enriquecedor porque permite adquirir diferentes y nuevos conocimientos.

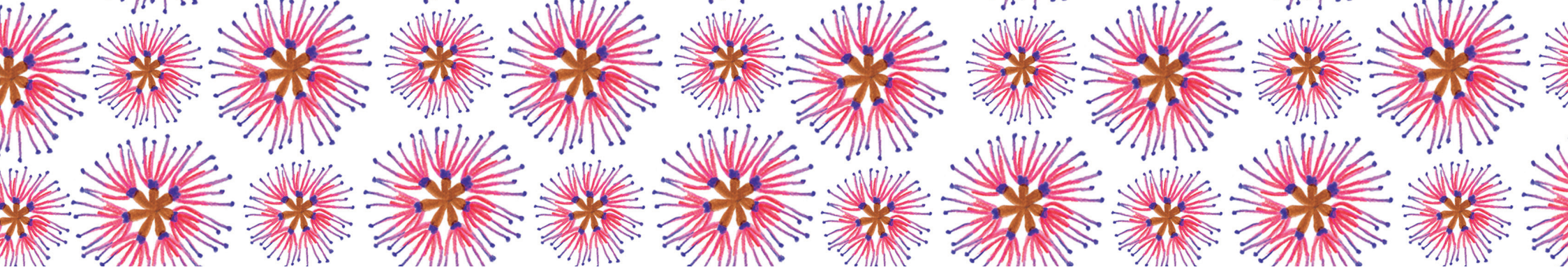
Cuando se hace algo con amor y pasión los obstáculos desaparecen.

La perseverancia siempre debe tener un primer plano si se desea llegar muy lejos.

Es importante utilizar metodologías que guíen el desarrollo del proyecto y den soporte a lo realizado.

La comunicación con las personas que están involucradas en el proyecto es de vital importancia.

Tener un cronograma de las tareas a realizar durante el desarrollo del proyecto ayuda a tener más orden y mejores resultados.



Anexos

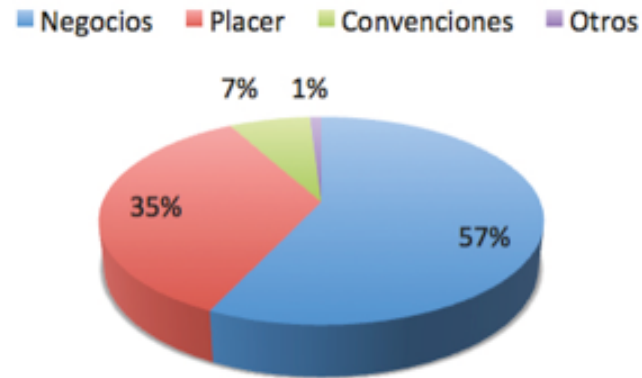
Visita Cotelco Valle del Cauca



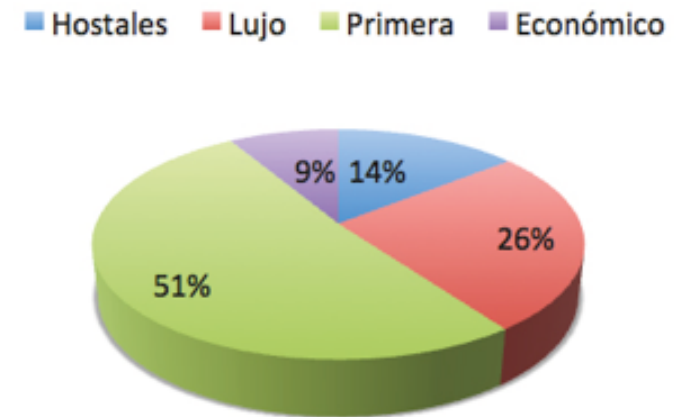
Se realizó una visita a Cotelco Valle del Cauca en búsqueda de información pertinente y valiosa que pudiera aportar elementos claves del público objetivo elegido, debido a que este gremio apoya los intereses del sector hotelero y turístico teniendo registro de un perfil de las personas extranjeras que visitan Cali, Harold Rivas la persona que está en la foto, es el encargado de la parte de estudios y estadísticas en todo el Valle incluyendo Cali, fue la persona que me atendió y brindó información sobre los extranjeros que llegan a la ciudad.



Ocupación hotelera anual



Llegada anual de extranjeros a la ciudad



Ocupación hotelera por extranjeros

De acuerdo al primer gráfico se puede observar que la mayor ocupación en los hoteles de Cali es generada por turista nacionales, estas personas se caracterizan por llegar a la ciudad a visitas familiares, invitaciones a eventos culturales, o compras en centros comerciales, son muy pocas las personas que llegan a la ciudad con motivos de saber sobre ella y conocer su cultura, la mayor parte de personas provienen de Medellín y Bogotá.

La llegada anual de extranjeros a Cali corresponde a motivos de negocios, estas personas llegan a

la ciudad por estadías muy cortas por lo general solo están un día y se vuelven a ir, claramente por cuestión de tiempo y trabajo no conocen mucho de la ciudad y no llegan interesados en hacer un turismo placentero.

Las personas que vienen en convenciones y otros como turismo medico o ecológico son personas que tienen su agenda ocupada, solo llegan a la ciudad por esas cuestiones y nada más.

Los turistas que llegan por placer se caracterizan por venir en búsqueda de nuevas aventuras, tienen un buen poder adquisitivo

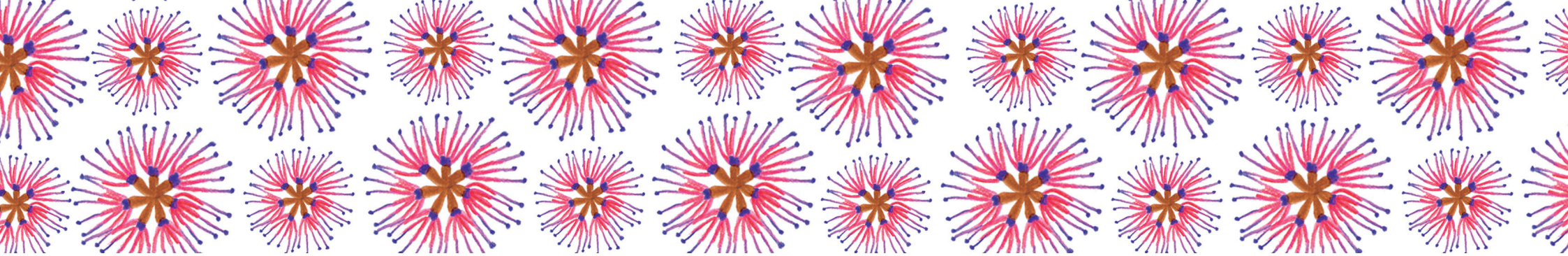
que les permite pagar un hotel de primera clase debido a que su estadía no es muy larga, les gusta visitar sitios turísticos de la ciudad, conocer su gastronomía y hacer compras de souvenirs.

Hay muchos turistas extranjeros que son mochileros y también llegan a la ciudad en búsqueda de nuevas aventuras con ganas de conocer su cultura, pero estas personas se caracterizan por llegar y permanecer largas estadías que van de tres a nueve meses, llegan pagando un hostel y la poca plata que tienen la utilizan para sobrevivir en el día a día, lo

que quiere decir que cuentan con poco interés y poder monetario a la hora de comprar recuerdos de la ciudad visitada. Es por ello que el público objetivo de este proyecto son turistas extranjeros que visitan la ciudad por placer y se hospeden en hoteles de primera Clase.

Gracias al aporte de Cotelco Valle se pudo obtener una mayor claridad en esta parte.

Las estadísticas de este gremio son basadas en los hoteles que están registrados a Cotelco y colaboran brindando información sobre sus huéspedes y Migración Colombia.



Entrevistas

Las siguientes preguntas fueron realizadas a turistas extranjeros que se encontraban en la ciudad en su momento con el fin de saber un poco más sobre las preferencias y gustos del público objetivo. Una comunicadora social y periodista de la Universidad Autónoma de Occidente ayudó a su redacción.

Cuál es tu nombre?

De que país viene?

Cuál es el motivo de su visita en Cali?

Cuanto tiempo planea quedarse?

Dónde se hospeda?

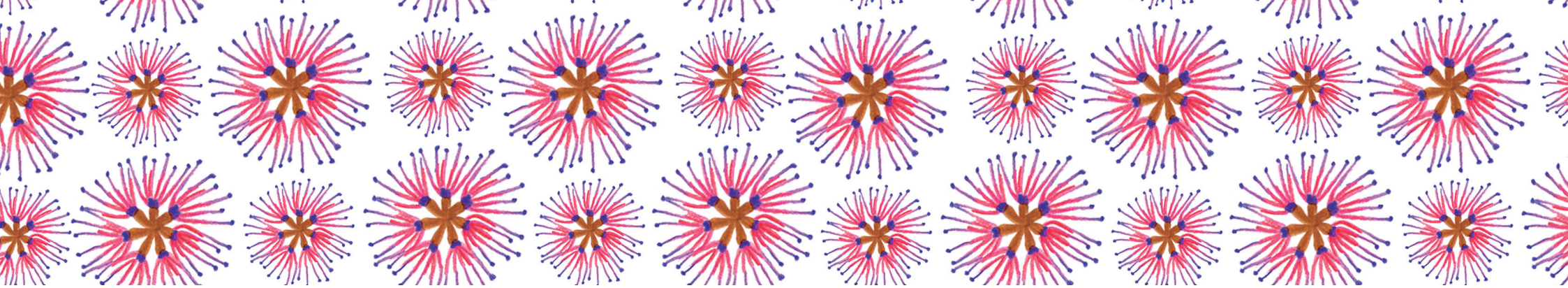
Le gusta comprar souvenirs en las ciudades que visita?

Qué clase de souvenir prefiere comprar, decorativo o que le sea útil en su vida cotidiana?

Cuando está de viaje, ¿qué clase de regalos le gusta llevarle a sus amigos y familiares?

Cuánto dinero destina para la compra de estos elementos?

En qué lugar compraría los souvenirs?



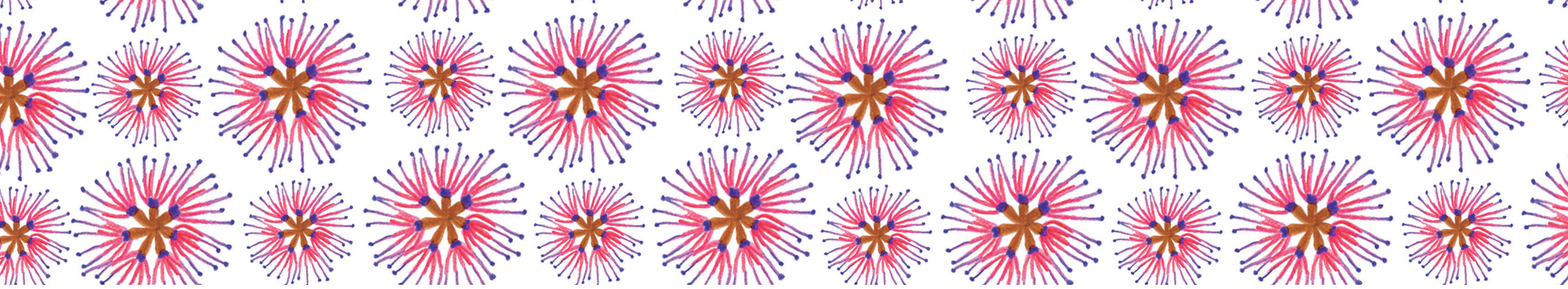
Proceso Samanea

De acuerdo a los resultados de los productos se pensó en el logo que debían de llevar para darles identidad, en un principio se tenía como opción el siguiente logo, que se caracteriza por ser muy colorido y tener varios elementos, se quería una tipografía manual que representara lo artesanal, poste-

rior a esto, cuando se obtuvieron los resultados de las texturas, se hicieron pruebas del logo sobre estas y se observó que quedaba muy recagado, por ello se decidió dejar un logo solamente tipográfico, para dar protagonismo a las texturas.

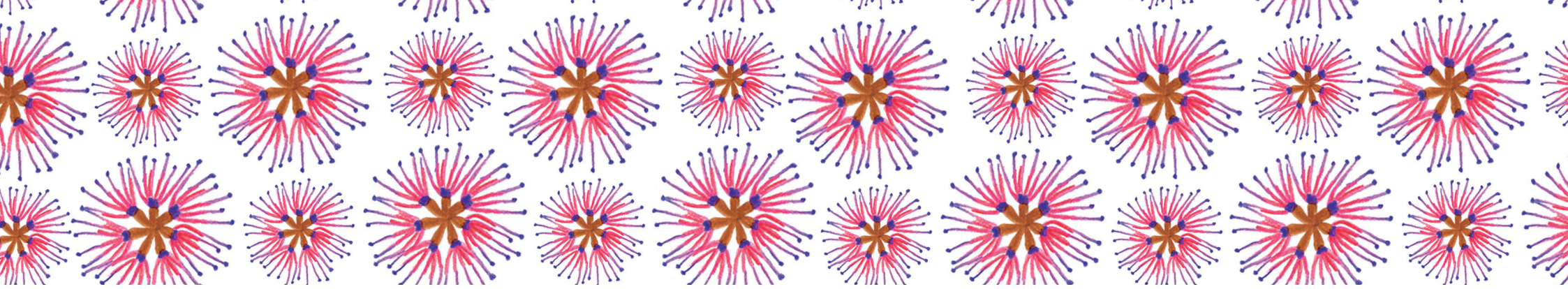


Logo inicial, con tipografía hecha a mano



Samanea

Logo final, se utilizó la tipografía Didot y se le hicieron algunas modificaciones, se decidió que este logo más sencillo es el que va a dar identidad a los productos.

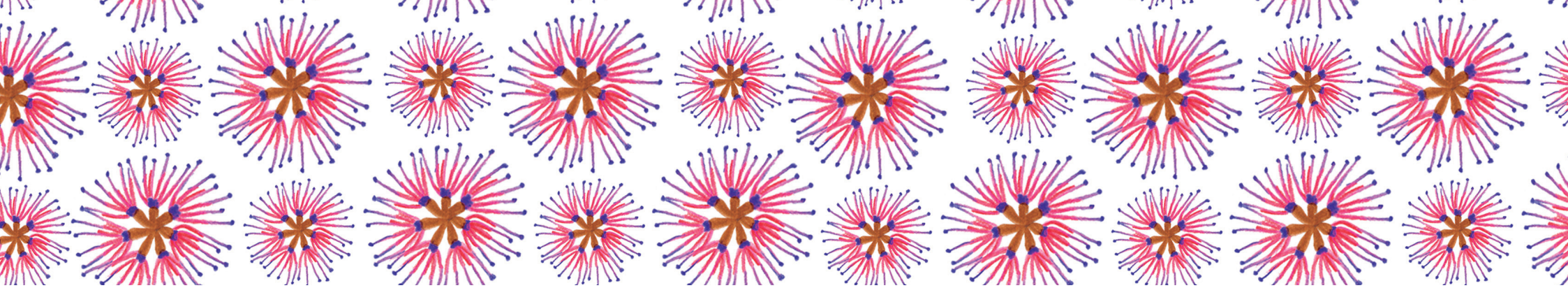


Samanea

Vanessa Escobar Collazos
Diseño editorial - Empaques

Es un proyecto que tiene como objetivo ofrecer productos (souvenirs) con diseño a los turistas que visitan Cali, se desea añadir al mercado de los recuerdos elementos diferentes, exaltando la belleza de la flora en la ciudad mediante el diseño innovador de texturas visuales inspiradas en las flores de los árboles más representativos de la ciudad como el Chiminango, Samán, Gualanday, Bala de Cañón, etc. ampliando un poco más la oferta de estos objetos y permitiendo a los turistas más diversidad a la hora de realizar sus compras; ofreciendo así una línea de productos útiles, decorativos y exclusivos.

It's a project which has the goal of offering products (souvenirs) with design to the tourist who are visiting Cali, it aims to add to the souvenir market different items, exalting the flora beauty in the city with an innovative design of visual textures inspired on flowers of the most representative trees of the city such as the Chiminango, Samán, Bala de cañón, etc. expanding a little more the supply of these objects and giving to the tourists more diversity when shopping; offering useful products, exclusive and decorative.



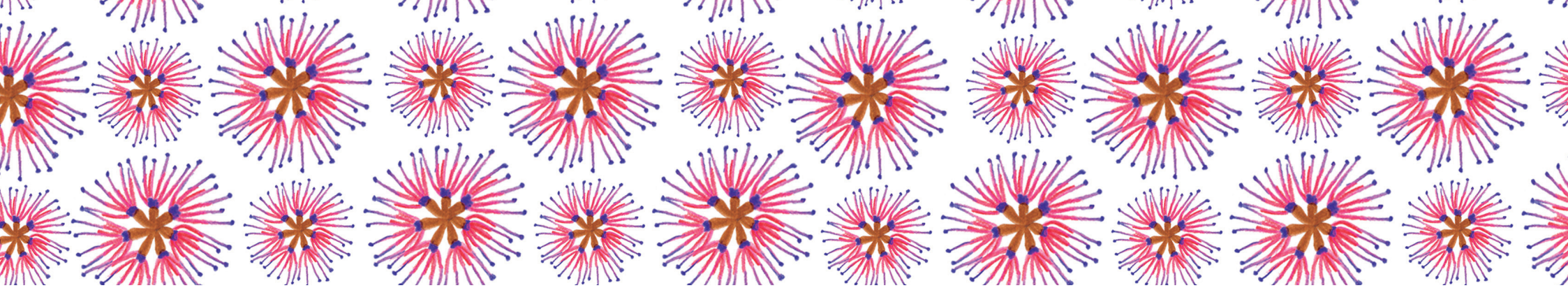
Problemática

Cali es una ciudad que recibe anualmente alrededor de 135.000 turistas extranjeros, los cuales llegan por motivos de negocios, placer, convenciones, turismo de salud y ecológico. Los extranjeros que arriban por placer son quienes más interesados están en tener una nueva experiencia, desean conocer la ciudad y su cultura. Cuando están de viaje les gusta comprar recuerdos del lugar que visitaron ya sea para ellos mismos o para ser regalados a sus amigos y familiares.

En Cali los sitios que son visitados por extranjeros cuentan con tiendas de souvenirs que los acercan más a la cultura que están conociendo, permitiéndoles a su vez tener una experiencia con las cosas típicas de la región, les ofrecen productos como mochilas, chivas, palenqueras, llaveros, relojes, cuadros, etc. Ese mercado de souvenirs, independientemente donde esté ubicado, ya sean sitios turísticos, centros comerciales, hoteles o locales en el aeropuerto ofrecen al comprador los mismos elementos.

Resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación y al perfil del público objetivo al que se dirige este proyecto, turistas extranjeros entre los 30 y 50 años, se obtuvo como resultados la primera colección de productos, los cuales serán para la oficina, estos elementos se caracterizan por ser fáciles de portar, son pequeños y están intervenidos con las texturas inspiradas en las flores de los árboles caleños, cada uno de ellos muestra la diversidad de flora que tiene la ciudad. Aportan al comprador utilidad, decoración y exclusividad.



Bibliografía

Lyda Caldas de Borrero. (2006). La flora en el espacio público. Cali: Caterina Serra.

Departamento administrativo de gestión del medio ambiente. (2008). El guión verde de Cali. Fundesa.

Departamento administrativo de gestión del medio ambiente. (2009). Manual de arborización urbana. [en línea]. Cali. CENSAT agua viva. Disponible en: http://www.academia.edu/4977797/MANUAL_DE_ARBORIZACION_URBANA_Gu%3%ADa_pr%3%A1ctica_para_la_selecci%3%B3n_siembra_cuidado_y_protecci%3%B3n_de_%3%A1rboles_y_palmas_para_zonas_blandas_y_parks_de_Santiago_de_Cali_Colombia

Webgrafía

KQED Arts. [2012] Stephanie Syjuco's International Orange Commemorative Store (A Proposition). [en línea]. Disponible en: http://ww2.kqed.org/arts/2012/05/21/stephanie_syjuco_international_orange_commemorative_store_a/

For site. [2012] International orange. [en línea]. Disponible en: <http://www.for-site.org/project/international-orange/>

Stephanie Syjuco [2012] The international orange commemorative store (A proposition). [en línea]. Disponible en: http://www.stephaniesyjuco.com/p_theinternationalorange.html

Academia superior de artes [2013] "Medellín Tiene una Historia" un proyecto de ciudad del semillero de Diseño e Identidad - Segunda

Parte. [en línea]. Disponible en:

<http://www.corpoasa.edu.co/component/content/article/55-dise-no-grafico-publicitario/294-qmedellin-tiene-una-historiaq-un-proyecto-de-ciudad-del-semillero-de-diseno-e-identidad-segunda-parte.html>

Alcandía de Medellín [2013] Medellín tiene un historia #techounamano. [en línea]. Disponible en: <https://www.medellin.gov.co/irj/portal/ciudadanos?NavigationTarget=navurl://010ddc0150490c-95853888bac26f993e>

Ministerio de educación [2013] “Medellín tiene un historia” un proyecto de ciudad del semillero diseño e identidad. [en línea]. Disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-329665.html>

Minuto30 [2014] 110 techos para los más humildes de Medellín: regalo de Pilsen a la ciudad.[en línea] Disponible en: <http://www.minuto30.com/techos-para-humildes-medellin-regalo-pilsen-ciudad/287819/>

Turist Barcelona [2010] a different souvenir shop in Barcelona.[en línea]. Disponible en: <http://www.tourist-barcelona.com/default88.asp?view=barcelona/shopping/urbarna>

Eok [2015] Rengedou, Japanese Gift Shop in Kichijoji, Tokyo.[en línea]. Disponible en: <http://www.eok.jp/shopping/retail-shop/gifts-souvenirs/rengedou/menu>

Designer souvenirs [2012] B2B.[en línea]. Disponible en: <http://www.designersouvenirs.com/paginas/b2b>

Designer souvenirs [2012] colecciones.[en línea]. Disponible en: <http://www.designersouvenirs.com/paginas/b2b>

Factorn [2012] Orla Kiely la historia de un éxito.[en línea]. Disponible en: <http://www.factorn.com/blog/orla-kiely-la-historia-de-un-exito/>

Museo de arte moderno Medellín Colombia [s.f] catálogo de productos.[en línea] Disponible en: <http://www.elmamm.org/catalogo/>

Tiketeo [2013] Pueblito paisa desconectarte de la ciudad sin salir de ella.[en línea] Disponible en: <http://tiketeo.com/blog/desconectarse-de-la-ciudad-sin-salir-de-ella-esto-se-logra-en-medellin/>

Artesanías de Colombia [2013] Almacén las aguas.[en línea]. Disponible en: http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_tienda/almacen-las-aguas_61

La casona del museo [2007] Inicio.[en línea]. Disponible en: <http://www.lacasonadelmuseo.com/index.html>

Casona del patio [2014] 6 lugares para comprar artesanías en Bogotá.[en línea]. Disponible en: <http://casonadelpatio.com/blog/6-lugares-para-comprar-artesantias-en-bogota/>

Macondo un mundo por descubrir [2015] Artesanías.[en línea]. Disponible en: <http://bymacondo.com/index.php?route=product/category&path=71>

Guía todo[2015] Las bóvedas.[en línea]. Disponible en: http://www.guiatodo.com.co/Sitio/cartagena/las_bovedas

Centro de convenciones Cartagena de indias[S.F] centro de dinamismo y transformación.[en línea]. Disponible en: <http://www.cccartagena.com/quienes-somos/>

Artesanías de Colombia [2013] Almacén centro de convenciones Cartagena.[en línea]. Disponible en: http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_tienda/almacen-centro-de-convenciones-en-cartagena_3976

Fernando Estévez González. (18 de agosto de 2007). Souvenirs y turistas.[en línea]. Disponible en: http://elpais.com/diario/2007/08/18/babelia/1187391967_850215.html

Lorena León, [Noti90minutos].(Marzo 4 de 2015). El censo arbóreo ya ha contado más de 225 mil arboles en Cali [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=b8-pb63htJM>