

INFORME FINAL IDENTIDAD CORPORATIVA MARCA HAYU GUAS

MANUEL ALEJANDRO IDROBO

PROGRAMA DE DISEÑO GRAFICO

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

MAYO 2022

Índice

Introducción al proyecto

- **Primera fase: Investigación**
- Contexto de la empresa
- Desarrollo de la misión y la visión
- Análisis comunicacional y marcario
- Proyección empresarial
- **Segunda fase: Definición signo marcario**
- Salida de campo
- Matriz de componente semántico y retórico
- Signo marcario y tipografía
- Descriptor
- Color
- **Tercera parte: Gráfica complementaria y aplicativos**
- Explicación de la gráfica complementaria
- Plan de medios
- Aplicativos

Conclusiones

INTRODUCCIÓN

Se realizó un trabajo de diseño conjunto para definir la identidad gráfica de la marca Hayu guas el cual se especializa en la elaboración de productos alimenticios con hoja de coca. Este trabajo colectivo se hizo con el objetivo de generar unos elementos de identidad (logotipo, gráfica complementaria, gamas de colores, diseño de packaging etc.) que permitan al usuario reconocer la marca y por ende su producto y el mensaje que quiere transmitir a los consumidores.

Primera fase: Investigación

En esta primera fase se trató de recolectar toda la información de la marca (su contexto) con el fin de entender sus necesidades como empresa, así como también sus falencias en cuanto a imagen corporativa. Por otra parte, se realizó un ejercicio de análisis de la trayectoria para estimar la proyección como empresa, esto con el objetivo de determinar las acciones más urgentes para poder ayudarles a iniciar con este crecimiento, desde nuestro trabajo como diseñadores.

Contexto de la empresa: En la investigación de contexto se trató de ahondar acerca de la dinámica empresarial de Hayu guas (Lugar de origen, Integrantes, socios, Distribuidores, clientes etc) así como también entender cuál fue el origen de la empresa, sus motivaciones y metas para el futuro, ahí pudimos entender el carácter social de la empresa y la importancia del territorio para los dueños de la marca.

Desarrollo de la misión y la visión: Para la construcción colectiva de la misión y visión se tuvo en cuenta los lineamientos dados por Herney Ruiz quien nos expresaba que con la empresa deseaba ofrecer productos alimenticios nutritivos y deliciosos a base de la hoja de coca, al tiempo que se transforma el significado de ésta y se impacta de manera positiva en el desarrollo económico que beneficia a las comunidades campesinas locales y regionales, a través de la obtención de la materia prima desde los habitantes de Lerma y el departamento en general.

Análisis comunicacional y marcario: Se revisó cuáles eran las líneas de comunicación que tenía Hayu Guas con sus clientes , detectando que no tenían una presencia en redes sociales donde pudieran promocionar sus productos , con excepción de una cuenta en Facebook que desafortunadamente no se destina a las acciones de la empresa sino que se manejaba como un tablero comunitario sobre Lerma .También se determinó que gran parte de su difusión era a través de aliados como La alianza coca para la paz en sus diferentes eventos como el reto coca .

Con respecto a su identidad, encontramos que no contaban con un signo marcario propio (logo) ni con elementos gráficos que los diferenciarán de las otras marcas de productos con coca.

Proyección empresarial: Hicimos una tabla según la investigación previa para determinar las metas de la empresa a corto, mediano y largo plazo (en años), así como también determinamos el público objetivo acorde a estas metas. Esto con el objetivo de determinar acciones desde el equipo de diseño que permita cumplir estos objetivos.

Segunda fase: Definición signo marcario

Salida de campo: El 15 de enero de 2022 tuvimos una salida de campo hacia Lerma corregimiento del municipio de Bolívar Cauca, esto con el objetivo de conocer el contexto en el que se desenvuelve Hayu Guas, así como tener una perspectiva más clara acerca de la percepción que tienen las familias que la conforma sobre su empresa. (Reflexiones sobre la salida de campo y los ejercicios desarrollados) Con los integrantes de Hayu Guas se realizaron 2 ejercicios de dibujo y 1 de escritura, esto con el objetivo de conocer su visión sobre su empresa y su relación intrínseca con el contexto en el que están inmersos.

Al finalizar todas las actividades logramos recolectar diferentes signos (el cerro, la hoja de coca, el río, el Pichari (Bolso donde se mambea), la vasija de barro y el ceibo) los cuales se usarán más adelante para la elaboración del signo marcario y gráfica complementaria; Además de indicios para la elaboración del descriptor. (Actividad 3).

Matriz de componente semántico y retórico: Con la ayuda de la matriz de componente semántico y retórico se pudieron determinar conceptos, elementos de representación visual y soportes que determinaron la construcción del signo marcario, la gráfica complementaria y el descriptor. Los elementos de la matriz se hicieron en base a la experiencia que se tuvo con los ejercicios realizados en la comunidad de Lerma en donde señalaron la importancia de destacar en su identidad corporativa su territorio y su tradición como campesinos cocaleros.

Signo marcario y tipografía: Para diseñar el signo marcario escogimos la hoja y la olla de barro como elemento retórico que permita identificar a la marca Hayu Guas, tomamos esta decisión porque la olla de barro es un elemento tradicional que se usa para tostar la hoja coca en la cultura andina, así como también incluimos la hoja de coca para hacer referencia a los productos con esta planta realizados por la empresa. Por otra parte, también quisimos poner el cerro de Lerma ya que es un elemento representativo de la identidad de los lerreños y era significativo para los dueños de la empresa hacer referencia a su origen.

Para escoger la tipografía del signo marcario nos basamos en el concepto de tradición campesina para escoger los rasgos que definiría la tipografía escogida, estos fueron el uso de la letra tipo script con irregularidades para acentuar el carácter manual del trabajo campesino, de igual manera se trató de adaptar la tipografía al contraste y la forma del signo marcario para lograr una integración de los elementos.

Descriptor: “Coca de Lerma a tu mesa”

Nos basamos en los textos creados por los integrantes de Hayu Guas sobre el significado de la marca y lo que querían proyectar al consumidor, como resultado creamos la frase “Coca de Lerma a tu mesa” la cual muestra la identidad de la marca al señalar su origen ya que igual que productos como el café en donde muchas veces se señala donde fue cosechada, queríamos que fuera así para un producto como la hoja de coca esto con el objetivo de ir naturalizando a este elemento como un producto alimenticio y quitarle el estigma que se asocia

directamente con ella (elemento de resignificación) .De igual manera el indicar su origen dota a la marca de una transparencia y un sentido de identidad que transmite confianza al consumidor .

Por otra parte, se agregó el “a tu mesa” para ubicar el producto al contexto del consumidor (su hogar) generando cercanía con el producto y la marca.

Color: El color corporativo de hayu guas pretende reflejar el elemento principal en Lerma, Cauca, la hoja de coca o hayu como se le llama tradicionalmente en este lugar, el color también es dado por la gran cantidad de montañas que caracteriza este territorio lleno, el verde hayu es una mezcla entre las montañas de Lerma y la hoja de coca, materia prima para los productos. Los colores complementarios se han tomado de un proceso, el cual se ve reflejado en la transformación de la hoja de coca desde su cosecha hasta su estado en harina, los puntos claves se encuentran primeramente en la semilla de esta planta, luego la hoja sobre la mata, luego en la vasija tostada y por último en su estado final.

Tercera parte: Gráfica complementaria y aplicativos

Explicación de la gráfica complementaria: Como concepto principal de la gráfica complementaria escogimos el territorio ya que para los miembros de Hayu Guas era fundamental transmitir el origen del producto como parte fundamental de la identidad de la marca. Para transmitir el territorio nos valimos de elementos comunes que identifican a Lerma y que según el ejercicio que se hizo en el trabajo de campo los representa como Lerneños estos son el ceibo, la hoja de coca, el río y el cerro de Lerma.

Para llegar a la gráfica complementaria final exploramos como una de las primeras opciones la ilustración de patrones que mostraban el proceso de transformación de la planta (semilla , agua , fuego) así como también el uso de ilustraciones digitales de la hoja y el cerro , sin embargo ninguna de estas opciones aterrizaron en un concepto fijo y no correspondían con la identidad que queríamos transmitir en la marca de lo hecho a mano , lo orgánico que hiciera referencia con el carácter campesino y de pueblo que hacen parte del contexto lermeño , por esta razón buscamos inspirarnos en un elemento que transmite lo anterior , este fue los murales que hay en Lerma .

Por otra parte, surge la necesidad de pensar en los materiales y los trazos con los que queríamos expresar este carácter orgánico y hecho a mano por lo que terminamos ilustrando en la pared con pinturas acrílicas lo que nos daba textura y expresividad propios de los murales que hay en el territorio y que se acercan a una estética primitivista con una gráfica muy simple que aporta calidez a la marca.

Plan de medios: Se hizo una tabla que en donde se tienen en cuenta la proyección a corto, mediano y largo plazo para organizar cuales son los aplicativos necesarios para este periodo de tiempo, también se incluyen las diferentes variantes del signo marcario según cada aplicativo diseñado.

Aplicativos: Los aplicativos diseñados buscan crear una identidad de marca que conecte a los consumidores con el producto y su lugar de origen (Lerma) por esta razón se utilizó la gráfica complementaria en diferentes composiciones que muestran la belleza de este territorio. De igual manera estos elementos buscan

hacer reconocible la marca a través de los espacios en las que Hayu Guas distribuye sus productos, como las ferias, los eventos empresariales y las tiendas donde distribuyen su producto como la tienda del CIMA en la ciudad de Popayán.

- Etiquetas
- Tarjeta de presentación
- Bolsa de papel
- Papelería básica (sobres, hojas, folder)
- Banner
- Gorra y camiseta
- Postales

Conclusión

Mediante el desarrollo del proyecto tratamos de crear una identidad corporativa que se adecuara a las necesidades de la empresa y a su sentir como comunidad ya que Hayu guas no solo es una empresa sino que es un ejercicio comunitario que ha llevado un proceso de resistencia por la paz de su territorio y por la resignificación de la hoja de coca, por esta razón es que quisimos hacer un trabajo colaborativo al incluir a la comunidad en el proceso de investigación y diseño para lograr un resultado que transmite a los consumidores una cercanía con el mensaje que quiere transmitir Hayu Guas como marca.

Bibliografía

Consultar tablas, imágenes y más información en el siguiente enlace
[:https://drive.google.com/drive/folders/1EiTNTBtS8ZQq4FS0OXpSWABWyceTcbtx](https://drive.google.com/drive/folders/1EiTNTBtS8ZQq4FS0OXpSWABWyceTcbtx)

La información para orientar este proyecto se dio mediante asesoría de los profesores de Diseño gráfico de la Universidad del Cauca, Alberto Vega y Yezid Pino, quien nos dieron las guías de las matrices, del plan de medios y de las tablas del componente retórico y semántico.