



Proyecto de grado Portafolio Evidencias Happy Studio

Creado por
INGRID TATIANA LENIS SANTOS
GUSTAVO ADOLFO GIRALDO DIAZ

Asesor
VICTOR POLANCO

Instituto Departamental de Bellas Artes
Facultad de Artes Visuales y Aplicadas
Diseño Gráfico

Cali, Colombia

6 de marzo de 2023

Índice

1.	Introducción.....	4
2.	Nuestra Historia.....	6
3.	Línea De Tiempo.....	7
4.	Reconocimientos.....	10
5.	¿Quiénes Somos?	12
6.	Justificación.....	14
7.	Metodología de trabajo	16
7.1.	Metodología Ágil, Flujo de Trabajo Happy Studio.....	16
7.2.	Metodología Organizacional, Estructura corporativa Happy Studio.....	21
8.	Proyectos.....	25
8.1.	Jaime E. Riascos - Speaker Supreme Academy.....	25
8.2.	Cada abeja cuenta - 2do Foro Internacional.....	30
8.3.	Las BPM en mi ADN - Recamier.....	34
8.4.	22º Festival de Macetas - Asomacetas, Secretaria de Cultura Cali.....	37
8.5.	Enmarca tu Año - 2021 y 2022.....	41
8.6.	28º Encuentro de Danzas Folclóricas Mercedes Montaña - Secretaria de Cultura Cali.....	46
9.	Conclusiones.....	49
10.	Agradecimientos.....	51
11.	Anexos.....	52
12.	Bibliografía.....	60

Resumen

El propósito de este documento es recopilar de manera concisa las bases y los proyectos que desde el año 2020 se realizan bajo la firma de Happy Studio, haciendo un recorrido por los momentos significativos que contribuyen a la formación de un Estudio de diseño conformado por dos tecnólogos y próximos profesionales en el área del diseño gráfico.

Palabras clave: Estudio de diseño, Competencias profesionales, Creación de empresa, Portafolio de evidencias, Métodos organizacionales.

Abstract

The purpose of this document is to compile in a concise way the bases and projects that since 2020 are carried out under the signature of Happy Studio, making a tour of the significant moments that contribute to the formation of a design Studio formed by two technologists and upcoming professionals in the area of graphic design.

Key words: Design studio, Professional competencies, Company creation, Portfolio of evidence, Organizational methods.

Aclaración: Este y los documentos entregados en conjunto, no tienen el objetivo de ser portafolio de venta directa o comercial, son una recopilación de los proyectos más representativos realizados en un determinado tiempo para optar por el título de diseñadores gráficos, en la modalidad de grado por portafolio, en este caso con evidencias del recorrido de Happy Studio desde el 2020 hasta el 2022.

Introducción

Este documento es una extensión de la sustentación del portafolio de Happy Studio, basado en los trabajos de diseño realizados desde el año 2020 hasta el 2022, en la formalización del diseño gráfico como emprendimiento y en el conocimiento adquirido por las experiencias que nos han permitido desarrollar crecimiento personal y profesional.

Cabe mencionar que la idea de crear un estudio de diseño nace en un momento coyuntural para el país (pandemia Covid-19) donde el sistema socioeconómico y los estándares laborales cotidianos se desestabilizaron, convirtiéndose en un desafío para los emprendedores emergentes, sin embargo, en respuesta a ello nos encontramos con el Marketing Digital como herramienta base para la fundamentación de un emprendimiento de las artes gráficas en entornos virtuales, según Francisco Garello (2018)

El desarrollo de la Web 2.0 y las redes sociales, trajo una dinámica comunicacional en donde cada usuario deja de ser solo un receptor de información, para convertirse en un cocreador. La personalización e inmediatez de contenidos, comenzó es la nueva dinámica del uso de Internet. Los teóricos del marketing vislumbraron desde el origen de Internet un nuevo canal a través del cual las marcas podían establecer una relación con sus consumidores. El marketing clásico entendió que se debían adaptarse los principios de las 4P's (Producto, Precio, Plaza y Promoción) al medio, y ello fue posible mediante el desarrollo de: sitios web, colocar anuncios y promociones en línea, crear o participar en comunidades web y utilizar envíos masivos de correos electrónicos.

Desde el perfil de creadores, nos lanzamos a la creación estructural de la comunicación que tiene nuestra marca, basándonos en análisis de otros estudios y agencias de diseño con trayectoria en los entornos digitales, durante un periodo de 2 meses planeamos y

propusimos, conceptos, nombres, estilo de mercado y demás ítems importantes para el lanzamiento de Happy Studio en las redes sociales, reconociendo la competencia y las habilidades necesarias para llegar a nuestro público inicial, los emprendimientos nacientes.

En este documento presentaremos algunos proyectos de Happy Studio que han dejado huella no solo en el emprendimiento mismo, sino también a nivel local, nacional e internacional.

Nuestra Historia

Antes que nada, recuerda que por algo se empieza

El inicio de este emprendimiento se da por intereses personales entre los fundadores quienes en medio de la pandemia Covid-19 deciden monetizar sus conocimientos y experiencias trabajando desde casa, con el objetivo de hacer de esta una actividad formal, en la que el diseño gráfico comunique y venda, pero sobre todo aporte y cultive en cada intérprete.

Las redes sociales son una herramienta importante para la divulgación de la idea que apenas se gestaba, estas son una potente combinación de estrategias y recursos que prometen llegar al público; el cómo llegar es el punto focal donde como emprendedores trabajamos desde el tono comunicacional, la distinción del mercado, y demás herramientas que el marketing nos ha ido enseñando.

Ver las experiencias de los demás y los recursos compartidos en línea para la divulgación en medios digitales se convirtió en parte de la rutina investigativa que planteamos para identificar y probar las herramientas que este entorno ofrece y poder sacar el mayor provecho posible para armar nuestra primera cartera de clientes, la cual gracias al medio nos brindó clientes de Colombia y del exterior, personas que buscaban potenciar su negocio desde la comunicación en redes sociales.

Emprender es difícil y con Happy Studio hemos vivido de primera mano los pro y los contra de hacerlo, aprender sobre otras áreas transversales a la del diseño gráfico se volvió rutina, costos y presupuestos, comunicación social, marketing digital, administración de empresas, manejo de talento humano, planeación y desarrollo, entre otras tantas; sin llegar a ser expertos en dichas áreas, pudimos superar cada reto, y se evidencia en el desarrollo sostenible que tiene Happy Studio en la actualidad, siendo este nuestro único ingreso económico.

Línea de tiempo

En el lapso del 2020 a 2022, Happy Studio ha trabajado para cerca de 40 marcas, con participación en la creación de piezas para campañas digitales, creación de identidad visual y rediseño de marca, diseño y conceptualización de imágenes para eventos públicos, presentaciones corporativas, maquetación para web, diseño de materiales didácticos impresos, creación de portadas para álbum discográfico y más proyectos que confirman la diversidad del estudio y sus servicios.



Figura 1: Línea del tiempo, proyectos 2020, Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 2: Línea del tiempo, proyectos 2021, Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 3: Línea del tiempo, proyectos 2022, Imagen de autoría propia, Happy Studio.

El diagrama con los proyectos más representativos de este periodo de tiempo se encuentra en la presentación del portafolio [ver Línea de tiempo](#)

Cabe mencionar que para el presente año 2023, continuamos contribuyendo a las necesidades de quienes confían en nuestro trabajo y estamos en proceso de difusión para llegar a más personas, así como de constante aprendizaje y evaluación de los medios para sacar de ellos el máximo partido.

Reconocimientos

Este apartado sin duda es uno de los que más nos enorgullece, es el resultado del esfuerzo y la disciplina, de ser propositivos como nos ha enseñado la familia, la academia y la vida misma, siendo nuevos en el medio del diseño bajo el nombre de Happy Studio, iniciamos la búsqueda de plataformas que nos permitieran mostrar lo que podíamos lograr desde la creación de imágenes, así nos embarcamos en la participación del diseño del afiche para la Feria de Cali en su versión 63 de 2020 logrando ser finalistas en la votación de los jurados de Corfecali, y posteriormente en 2021 siendo finalistas entre los elegidos a votación del público con más 1.600 votos a favor, este fue el detonante para continuar con la mirada puesta en las convocatorias para creativos.

A finales del año 2021 nos encontramos con una convocatoria que nos enamoró, no solo porque era un reto de diseño, sino por la temática abordada, Cada Abeja Cuenta nos fascinó con su concepto y con la libertad para proponer una imagen en pro de la conservación de las abejas, nos decidimos a participar con la ilusión de hablar en imágenes, de ayudar a promover el mensaje de conservación y cuidado, investigando, probando y errando, obtuvimos una imagen de encanto, que para sorpresa nuestra fue la ganadora en una votación realizada a través de las redes sociales de los organizadores, permitiéndonos aportar activamente con nuestra experiencia y con la creación del afiche promocional para su segundo foro con expertos en abejas de Bogotá y Colombia, obtuvimos el honor de ver el nombre del estudio en diferentes medios de prensa digital e impresa.

Para el año 2022, continuando con nuestros procesos de formalización de Happy Studio como empresa legal, decidimos certificarnos ante la Cámara y Comercio como un

establecimiento comercial, permitiéndonos participar de convocatorias para emprendedores como el directorio de emprendedores #LaEmpresaNosUne de El País y el Q'hubo, donde tuvimos acceso a webinars y materiales para la formalización de emprendimientos y obtuvimos un lugar en el directorio digital de emprendedores, donde otras personas o empresas pueden adquirir nuestro contacto principal.

Para este mismo año participamos de la convocatoria abierta de Estímulos de la alcaldía de Cali, con la esperanza de brindar nuestro aporte a la ciudad madre de nuestras tradiciones y cultura valluna, seleccionamos 2 estímulos con los cuales nos sentimos identificados para poner en ellos la esencia de Happy Studio, uno fue la creación de la imagen oficial del 22° Festival de Macetas y el otro el 28° Encuentro de danzas folclóricas Mercedes Montaña, ambos cargados de cultura, arte, recuerdos de infancia y demás, nos motivaron a diseñar estas imágenes con pasión, pasando por un proceso de investigación, análisis, conceptualización, bocetación y arte finalizado; para el 22° Festival de Macetas resultamos ganadores entre más de 80 propuestas locales y nacionales siendo esta nuestra segunda convocatoria ganada con Happy Studio, resultando beneficiados con un estímulo económico de cinco millones de pesos (\$5.000.000).

El caso del estímulo del 28.º Encuentro Nacional e Internacional de Danzas Folclóricas Mercedes Montaña fue similar al anterior, el trabajo realizado para este concurso fue escogido como favorito por los jurados destinados por la Secretaría de Cultura de Cali siendo seleccionado para representar dicha versión frente al Valle del Cauca y el mundo, participamos de entrevistas, anuncios de prensa y apertura de los eventos mencionados en sus principales escenarios en la ciudad de Cali, además de esto recibimos retribuciones económicas que subsidiaron mejoras en equipos tecnológicos para el estudio.

¿Quiénes somos?

Este segmento lo iniciamos desde el aspecto como individuos en la profesión, la cofundadora Ingrid Tatiana Lenis Santos es tecnóloga en Diseño gráfico y publicitario de la Tecnológica Autónoma del Pacífico, mientras que el cofundador Gustavo Adolfo Giraldo Díaz tecnólogo en Diseño para la comunicación gráfica del SENA, ambos con experiencia freelance en diseño gráfico, estudiantes del pregrado en Diseño gráfico del Instituto Departamental de Bellas Artes de Cali, con interés por la proyección y formalización de la actividad del diseño desde la creación de su propia empresa, un estudio diseño gráfico y publicidad, que busca crear contenido de valor que genere comunidades en torno a universos visuales para proyectos, marcas comerciales y personales.

Happy Studio nace en respuesta a la necesidad de contribuir positivamente a nuestro crecimiento profesional en el punto cúspide del deseo de ser nuestros propios jefes y liderar bajo la guía del estudio de diseño, métodos de trabajo para los fundadores y para la tercerización de tareas, como imprenta, web, marketing y analítica, fundamentando el quiénes somos en los flujos de trabajo y esquemas de organización proyectual, en el encuentro con los clientes y la familiarización con los planes propuestos con y para ellos, en la participación y promoción de convocatorias que promueven el área creativa, asimismo, en la premisa de crear contenido que aporte desde el saber hacer en las redes sociales del estudio, cultivando en los seguidores bases sobre el diseño y la participación de los medios digitales en los modelos de emprendimiento.

Por esto último, cabe mencionar que para la presentación de procesos, experiencias y planes de servicios, así como la divulgación de nuevas promociones, definimos como canales

de comunicación las redes sociales, principalmente Instagram, Facebook y WhatsApp Business, también estamos en proceso de construcción de un Behance para proyectos corporativos y permanece en constante desarrollo y actualización la página web, esta última bajo el dominio happystudio.org, la extensión .org fue elegida bajo la visión de crear en un mediano plazo una serie de materiales descargables, cursos o talleres para emprendedores, manteniendo el diseño gráfico como protagonista de estos recursos e infoproductos.

Enlaces directos a las redes sociales del estudio: Instagram

<https://www.instagram.com/happystudio.col/> Facebook <https://www.facebook.com/Happystudio.col> y página web <https://happystudio.org/>

Justificación

La motivación para crear este portafolio de evidencias como trabajo de grado nace de querer documentar y compartir el proceso que gracias a la etapa académica en Bellas Artes hemos formalizado y construido con bases en la prueba y el error, en la experimentación y demás habilidades que obtuvimos en la institución, como el gusto por el análisis crítico del diseño, manteniéndonos fieles al profesionalismo desde el ámbito pragmático y experimental, porque la profesión merece una reivindicación en el mercado y sus mal llamados “consumidores”, ya que si el diseño tiene sentido de comunicar, es digno de ser interpretado.

El emprender en este como en otros medios puede no ser tarea fácil, porque muchas veces el valor económico no es siquiera equivalente al valor del servicio, esto afecta significativamente, pero obliga al emprendedor a ir más allá de solo querer vender, a moldear su prospecto de cliente ideal y adquirir nuevos métodos de trabajo, definiendo su comunicación corporativa y dirigiéndose puntualmente a su público potencial.

Desde la organización como establecimiento comercial, el estado de emprendimiento cambia y su tono se proyecta con mayor estatus corporativo, permitiendo planificar oportunidades de crecimiento y siendo visionarios, permitiéndonos plantear 3 pilares fundamentales para un estudio o agencia de diseño gráfico: *DETERMINACIÓN, CONSTANCIA, TOMA DE RIESGOS*. Así, desde una instancia temprana Happy Studio buscó arriesgarse con la presentación de propuestas en convocatorias y concursos que fomentan la creación desde el diseño gráfico, gracias a esto, la experiencia como diseñadores durante la etapa de freelance se masificó llegando a tener métodos organizacionales propios que

permiten la fluidez y eficacia para resultados con calidad conceptual, gráfica y buena distribución del trabajo en equipo.

Esto nos ha concedido la oportunidad de trabajar con diferentes áreas empresariales y tipos de organizaciones/emprendimientos, desde empresas **Unipersonales** o emprendimientos nuevos, con personal no superior a 10 trabajadores, **Emprendimientos consolidados**, con personal aproximado a 50 trabajadores y **Sociedades**, con personal superior a 200 trabajadores, bajo la premisa de que la única condición es: *Que deseen expandir su universo gráfico, a través de la felicidad y la innovación.*

Esto último lo mencionamos desde nuestra propia experiencia, como diseñadores y emprendedores; trabajar con amor, dedicación y esfuerzo, denota resultados muy positivos en cualquier proyecto que se esté abordando, incluso los clientes y socios de nuestra marca, destacan y resaltan la excelente actitud y personalidad que tenemos al momento de iniciar un vínculo laboral o proyecto de diseño.

Metodología

“La mejor estructura no garantizará los mejores resultados ni el rendimiento. Pero la estructura equivocada es una garantía de fracaso”.

-Peter Drucker

Metodología Ágil, Flujo de Trabajo Happy Studio

Para dar cumplimiento a los planes y proyectos que se realizan dentro del estudio, la metodología empleada se basa en el Modelo Cascada o Waterfall, referenciado de las Metodologías Ágiles o Manifiesto Agile, el cual es un documento elaborado en el año 2001 en las montañas Wasatch de Utah por expertos en programación de software, cuyo objetivo es ejercer un cambio en la organización de tareas para el desarrollo de proyectos de esta índole. No obstante, esta teoría se puede extender a proyectos de otras áreas (Beck & Beedle, 2001)

El objetivo de la metodología ágil es dar solución a problemas organizacionales que surgen durante la etapa de indagación, creación y socialización para el desarrollo de un software, involucrando al cliente que lo solicita y a los encargados o programadores que se dividen labores para obtener el producto final en un tiempo pactado de entrega. Para cumplir con lo anterior, el manifiesto ágil plantea cuatro valores y doce principios que son de gran ayuda para guiar el trabajo. Palacio (2020) menciona los 4 valores y los 12 principios:

Valores Manifiesto Ágil

1. Valoramos más a los individuos y su interacción que a los procesos y las herramientas. Este postulado menciona a las personas como un factor primordial en todo desarrollo.

2. Valoramos más el software que funciona, por encima de la documentación exhaustiva. Este postulado está basado en la consigna de reducir al mínimo el uso de documentación que no genere valor directo al producto.
3. Valoramos más la colaboración con el cliente que la negociación contractual. Es fundamental la relación entre la persona que quiere el desarrollo y los que ejecutan. Si los contratos son indispensables, la colaboración fortalece el trabajo en equipo.
4. Valoramos más la respuesta al cambio que el seguimiento de un plan. Este postulado hace referencia a que se debe evaluar el avance del desarrollo, con el fin de ajustarse de manera rápida a los cambios del proyecto.

Los 12 principios del Manifiesto Ágil

1. Nuestra principal prioridad es satisfacer al cliente a través de la entrega temprana y continua de producto de valor.
2. Son bienvenidos los requisitos cambiantes, incluso si llegan tarde al desarrollo. Los procesos ágiles se dobligan al cambio como ventaja competitiva para el cliente.
3. Entregar con frecuencia adelantos del proyecto que funcionen, en periodos de un par de semanas hasta un par de meses, con preferencia en los períodos breves.
4. Las personas del negocio y los desarrolladores deben trabajar juntos de forma cotidiana a través del proyecto.
5. Construcción de proyectos en torno a individuos motivados, dándoles la oportunidad y el respaldo que necesitan y procurándoles confianza para que realicen la tarea.

6. La forma más eficiente y efectiva de comunicar información de ida y vuelta dentro de un equipo de desarrollo es mediante la conversación cara a cara.
7. Las pruebas que funcionan son la principal medida del progreso.
8. Los procesos ágiles promueven el desarrollo sostenido. Los patrocinadores, desarrolladores y usuarios deben mantener un ritmo constante de forma indefinida.
9. La atención continua a la excelencia técnica enaltece la agilidad.
10. La simplicidad como arte de maximizar la cantidad de trabajo que no se hace, es esencial.
11. Las mejores arquitecturas, requisitos y diseños emergen de equipos que se autoorganizan.
12. En intervalos regulares, el equipo reflexiona sobre la forma de ser más efectivo y ajusta su conducta en consecuencia.

Creamos un diagrama tipo cascada para la organización y desarrollo de cualquier proyecto creado en Happy Studio, y a su vez tiene por objetivo dividir las tareas en fases, manejando un flujo lineal que permite el cumplimiento de cada tarea antes de iniciar una nueva, yendo desde la base, hasta la conceptualización y creación; la Metodología Ágil brinda las herramientas necesarias para llegar a propuestas exitosas en corto tiempo, lo que nos permite trabajar en varios procesos creativos a la vez.



Figura 4: Flujo de trabajo, diagrama de gestión organizacional para desarrollo de proyectos creativos. Imagen de autoría propia, Happy Studio.

En nuestro diagrama de Flujo de Trabajo ubicamos en primer lugar la **Investigación**. Luego del encuentro con el solicitante o con el brief donde está el encargo, es importante proceder a indagar similitudes con soluciones antes propuestas dentro y fuera del mercado de las artes gráficas y la comunicación visual, así como, el tema base del proyecto y antecedentes, siendo esta la respuesta al *¿Qué es?*, por consiguiente está la **Interpretación**, aquí se revisa el registro de la investigación previamente realizada, para analizar los resultados obtenidos por los referentes, las estrategias empleadas para la realización, segmentación de las necesidades/problemas del solicitante o encargo para responder al *¿Por qué?*, posteriormente buscamos en el **Enfoque** el área para razonar todos los datos recolectados en la regeneración de conceptos e ideas que propicien la solución, en esta fase el equipo comparte ideas primarias para la propuesta creativa, desde colores, formas, diagramación, tono comunicacional, personalidad y demás ítems con referencia al público para el cual está previsto la aplicación del proyecto; una vez están enriquecidos estos 3 pasos, se pasa a la sección de **Dirección**, aquí se clasifican los resultados de indagación, ideas y

conceptualización para llegar al *¿Cómo?*, siendo una parte definitiva para iniciar el proceso de creación, planteando los estilos gráficos, la estrategia comunicativa, la redacción de los elementos creativos y conceptuales que servirán de base para el proyecto final, la bocetación y planeación de los elementos visuales y comunicativos que serán pulidos y dispuestos a pruebas para aprobación, y posteriormente surgirán como la solución entregable, lista para poner en función.

Metodología Organizacional, Estructura corporativa Happy Studio

Al ser dos los fundadores y encargados del estudio, iniciamos realizando la mayoría de las actividades juntos, sin embargo, esta dinámica en ocasiones crea retrocesos en el cumplimiento de algunos procesos, por lo que contemplamos crear una estructura organizacional, basándonos en referentes corporativos y probando lo que mejor nos resulte en el momento. Para ello dividimos las tareas primarias que comúnmente están presentes en las compañías como el área de administración, comunicaciones, comercial, publicidad, procesos y varios más que se agregan dependiendo la actividad de la empresa, el siguiente paso fue definir qué necesitaba el estudio, para lo cual retomamos parte del artículo de Haydee Jaime (2020) donde instruye dos pasos importantes para realizar el diagrama:

1. Analizar tareas, subtareas y definir metas de la organización, para después llevar un control de la evaluación de objetivos.
2. Síntesis y reparto de las tareas. Asegurarse de que con el reparto de tareas, se aproveche al máximo los recursos con los que se dispone.

Además de esto, Haydee menciona que definir las funciones y jerarquías en una empresa y sus colaboradores se convierte en la herramienta crucial para el logro de objetivos, asimismo, permite tener un sistema de orden personalizado para la compañía en la que la dinámica y el estilo de liderazgo pueden ser un potente diferenciador de la competencia y un ancla para sus colaboradores, socios y posteriormente para el cliente. Así Jaime (2020) asegura que:

Una estructura organizacional bien planificada sirve para dar dirección a las diferentes áreas que componen la empresa hacia los mismos objetivos, además de:

- Coordinar y dar orden y certeza a los colaboradores.
- Entender cómo funciona la cadena de mando.
- Determinar las áreas de funcionamiento que integran la organización.
- Establecer los perfiles de puestos para definir las tareas y responsabilidades.
- Diferenciar tareas por departamentos, identificar a quién le corresponden y asignar a quienes los integrarán.
- Permitir que los trabajadores identifiquen su lugar en la empresa y a quiénes le rendirán cuentas.
- Identificar si es necesario contratar más personal para alguna área o actividad en particular.

Gracias a esto planteamos una estructura que define la división de tareas para permitir que los procesos sean realizados con eficacia.



Figura 5: Estructura corporativa, diagrama de tareas administrativas. Imagen de autoría propia, Happy Studio.

La estructura corporativa de Happy Studio se divide en 5 áreas importantes, no solo para los fundadores en cuestión, sino para los colaboradores que se puedan requerir para contratación por proyecto o servicio.

Ubicamos en primer lugar la **Organización o gestión administrativa**, este departamento es el encargado de analizar y registrar los movimientos financieros como ingresos, egresos, capital total, compras y pagos de facturas, contratación temporal o de obra labor, tercerización de labores como imprenta, análisis de marketing digital, desarrollo de software o web y demás actividades cuyas funciones sean requeridas en determinado momento para dar respuesta al *¿Cómo funciona?*, seguido a esto, se encuentra el área de **Soluciones y Servicios**, aquí la misión es definir y promover los servicios que ofrece el estudio, mantener en constante actualización el portafolio y las visuales para promocionar el *¿Qué hacemos?*, velando por mantener la identidad de la marca en las diferentes aplicaciones para su difusión.

Por su parte, la sección de **Relaciones Comerciales** es la encargada de crear la estrategia de divulgación, también se ocupa de fidelizar a los clientes con promociones, planes y demás, siendo esta área el lazo directo de comunicación entre los clientes y el estudio, manteniendo el tono comunicacional y de alianza entre la compañía y las personas que requieran su servicio, dando respuesta al *¿Para quién?*, continúa el apartado de **Sondeo**, en esta parte se investiga y se analizan las tendencias, la competencia, alternativas para dar soluciones, buscando el *¿Qué se está haciendo?*, con el propósito de estar en constante capacitación y tener la mente abierta al cambio en la organización y proyección del estudio según sea requerido.

Así finalizamos con el departamento de **Proyección**, esta es la parte visionaria de la estructura, en la cual decidimos en qué se invierte, cómo se expande el estudio en el mercado, cómo nos vemos, cuáles son los convenios que se necesitan y cómo lograrlos, también se definen las áreas en las que necesitamos capacitación, adquiriendo cursos, talleres, libros o aplicaciones, así mismo se determina el *¿Para qué?*, de todo el recorrido trazado y planeado para etapas posteriores.

Proyectos

Jaime E. Riascos - Speaker Supreme Academy

Jaime Eduardo Riascos Villegas es Ingeniero Civil de la Universidad de Los Andes, pero como él mismo lo menciona *“nunca fui feliz con mi carrera, hasta que el sol de la palabra y el lenguaje alumbraron mi vida”*.

Durante más de 30 años desarrolló una trayectoria internacional como conferencista, actor, investigador, coach, escritor, storyteller y diseñador de experiencias de aprendizaje. Hace diez años fundó la firma de consultoría, Palabrarte *“Felicidad Corporativa”*, donde ofrecen la labor de capacitación y potenciación de equipos de trabajo presentando soluciones en el marco mental de sus colaboradores o aliados.

Para el año 2020, Jaime buscaba un aliado para dar solución gráfica a un producto que sería lanzado en los medios digitales de América Latina y EE.UU.; fue cuando Happy Studio apareció en su búsqueda, esto gracias a la estrategia planteada por nuestra área de **Relaciones Comerciales** que en ese entonces navegando por las plataformas digitales, se encontró con un gran número de Oradores o Speakers iniciando en el mercado virtual, analizando sus posibles necesidades, promocionamos los servicios de Happy Studio enfocados a personas de este medio en las aplicaciones que solían usar con más frecuencia para vender sus *infoproductos*. Esta investigación de mercado permitió que, desde el primer encuentro con Jaime Riascos, como marca personal y corporativa haya confiado en nuestro trabajo y profesionalismo.

Ante la búsqueda de soluciones para la promoción y posicionamiento en el mercado virtual para el cliente, siguiendo el diagrama de flujo de trabajo nos dimos a la tarea de indagar las diferencias entre los modelos de marketing más usados, algo similar a lo que menciona Giovanni Vargas (2017) buscando entender los beneficios de cada estrategia:

El marketing vertical o tradicional es “el desempeño de actividades de negocio que dirigen el flujo de bienes y servicios desde el fabricante hacia el consumidor”.

Mientras que el marketing lateral consiste en “sacar el producto / servicio del contexto lógico en el que se halla inmerso, para trabajar sobre él buscándole nuevas perspectivas llevándolo a una innovación radical.”

Marketing tradicional

1. Mantiene las características del producto o servicio
2. Se enfoca en la rentabilidad y agilidad del proceso
3. Es útil en mercados poco saturados estrategias de ventas directas (medios impresos, radio, televisión, vallas, entre otros)
4. Convierte clientes potenciales en habituales.

Sin embargo, descuida la relación con el cliente, no genera una búsqueda de cambio del producto, se considera limitado frente a mercados saturados, usa estrategias de ventas directas, por lo que emite y transmite mensajes sin importar el receptor

Marketing lateral

1. Promueve el uso y disposición frente a las nuevas tecnologías
2. Busca descubrir nuevas necesidades por nuevos productos
3. Uso del marketing digital (medible con mayor precisión)
4. Presenta la innovación como eje principal

Esta comparación nos ayudó a ver que ambos métodos se pueden complementar, y nos permitió definir qué aspectos son aplicables a la estrategia de marketing personalizada para el cliente y su objetivo de tener un lenguaje visual que complemente su personalidad y profesión en el medio virtual, aprendimos que las reuniones constantes pero puntuales con el cliente son la clave para obtener resultados óptimos para ambas partes, creamos una alianza que lleva más 2 años entre Jaime Riascos y Happy Studio, creando más de 100 proyectos, que van desde piezas o contenidos para redes sociales, branding, páginas web e incluso el diseño de presentaciones corporativas para grandes empresas nacionales.

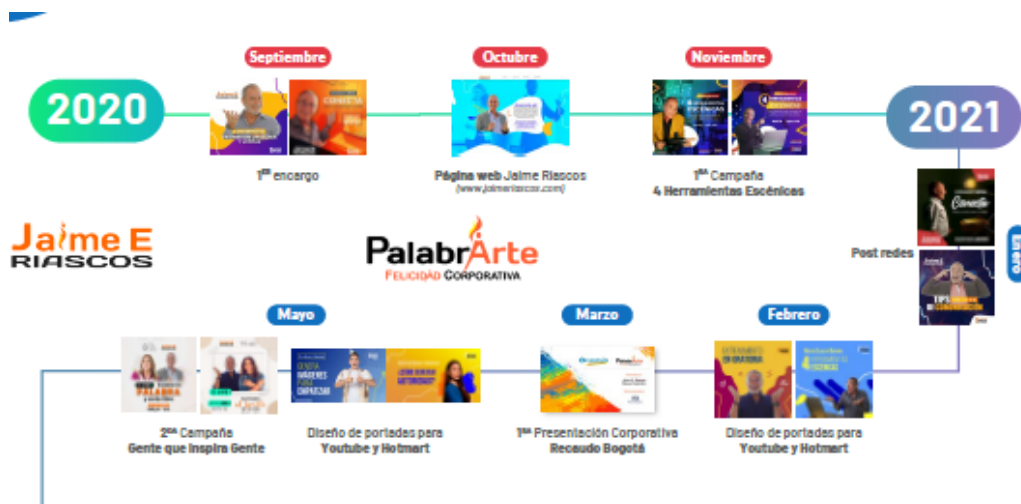


Figura 6: Línea del tiempo cliente Jaime Riascos, proyectos 2020-2021, Imagen de autoría propia, Happy Studio



Figura 7: Línea del tiempo cliente Jaime Riascos, proyectos 2022, Imagen de autoría propia, Happy Studio



Figura 8: Línea del tiempo cliente Jaime Riascos, proyectos 2022, Imagen de autoría propia, Happy Studio

Cabe resaltar que en 2 años de trabajo continuo con el estudio, Jaime Riascos ha crecido en un 300% no solo en redes sociales, sino también en el medio en el cual se desenvuelve, teniendo en cuenta incluso el trabajo durante la pandemia por COVID -19.



Figura 9: Muestra de piezas, maquetación web, lanzamiento de libro para Jaime Riasco. Imagen de autoría propia, Happy Studio

Gracias a nuestro diagrama de **Flujo de Trabajo** los más de 100 proyectos y procesos creativos desarrollados para la marca Jaime Riasco, han tenido un proceso de crecimiento constante y organizado desde la etapa investigativa, ayudándonos a conocer el movimiento y el alcance de los *infoproductos* y de los talleres de oratoria, una temática nueva de servicios para el estudio, lo que nos permitió interpretar las necesidades del cliente, ajustando su marca personal para destacar en el mercado y ser recordado, enfocando los conceptos de la comunicación visual en personalidad del individuo en cuestión para soportar una imagen única y personalizada que a través de la imagen retratará, la alegría y calidez humana de Jaime Riasco, convirtiéndolo en un cliente regular, para el cual realizamos diseño y publicidad cada mes.

Finalmente, Jaime Riasco y Speaker Supreme Academy se han convertido en una experiencia de constante enriquecimiento para el estudio, ya que contamos con su asociación desde la etapa inicial de nuestro emprendimiento y esto nos ha permitido probarnos como creadores en múltiples plataformas digitales, contribuyendo a mejorar nuestra carta de servicios a la vez de ser testigos y acompañantes del crecimiento corporativo de nuestro cliente.

Cada abeja cuenta- 2do Foro Internacional

En el mes de septiembre del 2021 la campaña Cada Abeja Cuenta, creada por la agencia Avant Garde by MGC (Chile), postuló el primer concurso de diseño de la imagen oficial para su segundo foro en Bogotá (Colombia). El cual encontramos gracias a mantener activa el área de Sondeo de nuestra estructura corporativa, buscando en las últimas publicaciones y noticias, convocatorias para creativo, descubrimos este concurso cuya finalidad es dar a conocer la temática del foro, enseñar a un público general el cuidado y conservación de las abejas a través de un encuentro con científicos y aficionados en el tema. Se planteó que la propuesta visual tuviera vía libre para su interpretación, en torno a lo que sucede con los polinizadores y la importancia de su conservación, el foro tiene como objetivo exponer y generar conversación, proponiendo debates sobre este tema, procurando crear en los espectadores un despertar de conservación para los antófilos en el territorio colombiano.

Respecto a las especificaciones técnicas de formatos de entrega, recomendaciones de diseño y premio, se dio total libertad respecto a técnicas o estilos, la síntesis de interpretación de las piezas era completamente a gusto del participante e idealmente se pedían propuestas digitales e inéditas en formato vertical de un tamaño de 50 cm x 70 cm. El premio para la obra ganadora era un Ipad Air de 5.^a generación entregado al ganador del concurso elegido por votación del público en las redes sociales de @CadaAbejaCuenta durante el día y la hora planteada por la Agencia Avant Garde.

Una vez revisada la convocatoria nos centramos en la indagación, pues nos encontramos con un mundo que desconocíamos y tal vez por ello es tan importante esta iniciativa, está vista ligera nos llevó a la conclusión de que las abejas son de los seres vivos más importantes del planeta, y explicar el proceso de polinización del que son protagonistas y

cómo contribuyen al equilibrio de la flora y la agricultura, es de gran relevancia, ya que aun siendo las abejas el principal polinizador de la naturaleza, continúa siendo una especie seriamente amenazada por los efectos de la actividad humana. Teniendo presente que la polinización es un proceso fundamental para la supervivencia de los ecosistemas y esencial para la producción y reproducción de muchos cultivos, plantas silvestres y zonas arbóreas, pues cerca del 90% de las plantas florecen gracias a la polinización, por eso, y para crear conciencia sobre la importancia de esta especie, la ONU declaró el 20 de mayo como Día Mundial de las Abejas, con el fin de protegerlas, tanto a ellas como a otros polinizadores, para que puedan contribuir de forma significativa al desarrollo de la biodiversidad y también a la resolución de problemas relacionados con el suministro de alimentos en el mundo, y poner fin al hambre que padecen muchos países en vía de desarrollo.

Por consiguiente y con el deseo de participar desde el diseño gráfico en iniciativas de conservación, partimos de entender la idea e intención del evento, empezamos a indagar un poco más aquellos conceptos o temas que no comprendemos del todo o que sencillamente son ajenos a nosotros, por ello iniciamos la búsqueda de qué son las abejas y el papel que cumplen en la naturaleza, logrando inspirarnos y poner en marcha la recolección de un “Banco visual de referentes”; un término que nos gusta usar para la búsqueda de ideas gráficas y estilos que podamos usar exclusivamente para un proyecto, en este apartado creamos un moodboard donde ponemos algunas imágenes con técnicas y recursos gráficos que nos gustan e inspiran, todo esto para llegar a la parte más difícil del proceso, enfrentarse al papel.

La metodología va tomando camino a la solución, pues al partir de la etapa de indagación, búsqueda de referentes y lluvia de ideas, llegamos a la etapa de bocetación con

una base que poco a poco irá mejorando conforme a propuestas y decisiones entre la funcionalidad y la estética visual. Una vez clara la idea, el enfoque y la interpretación de los resultados, definimos que el público infantil sería la clave, esto nos sirvió de guía para la elección de la técnica con la que se realiza la pieza, con el objetivo claro en cautivar con una escena de cuento infantil, nos propusimos crear manualmente algunos elementos del afiche, como las flores, el planeta y las abejas, para lo cual empleamos materiales de como plastilina, lana, foami, entre otros materiales de remembranza para la etapa escolar, justificando en ellos la selección de estilo y el mensaje que queríamos transmitir, aprendizaje, creación y construcción de una conciencia de conservación.

Desde la técnica, nos planteamos hacer un afiche mitad 2D y 3D, por lo cual tomamos fotografías a los elementos que creamos a mano y luego los llevamos al software para unir todos los recursos y terminar la pieza.



Figura 10: Cartel 2º Foro Cada Abeja Cuenta 2022, Imagen de autoría propia, Happy Studio

Revisando el impacto y resultado, llegamos al siguiente desenlace, participaron cerca de 50 propuestas a nivel nacional, y gracias a más de 2.700 seguidores de la iniciativa “Cada Abeja Cuenta”, Happy Studio fue el ganador de esta convocatoria con su afiche “Florece la Vida”, elegido por votación en redes sociales, siendo nuestra propuesta la imagen oficial del foro desarrollado el 20 mayo del 2022, posteriormente los organizadores del evento nos contactaron para realizar una presentación formal sobre nuestra experiencia de creación, la cual fue compartida durante el evento en Bogotá y medios digitales, asimismo, el anuncio de los ganadores del concurso fue difundido en diferentes medios de comunicación digitales e impresos.

“Cada Abeja Cuenta” nos permitió como estudio de diseño creativo, darnos a conocer en el medio de las artes gráficas y la comunicación, posicionándonos como un exponente local y posiblemente nacional en materia de diseño, creatividad e imagen gráfica de eventos. Para conmemorar nuestra participación en este segundo foro, @cadaabejacuenta nos invitó a ser ponentes en el evento online por medio de una intervención audiovisual que puede ser vista en sus redes sociales.

Las BPM en mi ADN- Recamier

Por medio del contratista Palabrarte, la empresa nacional e internacional Recamier nos solicitó la creación de herramientas lúdicas y educativas para el entrenamiento de los nuevos agentes de ventas de la empresa, bajo la normativa nacional de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), la empresa creó la campaña *Las BPM en mi ADN*. Happy Studio fue contratado para dar solución a dicha necesidad, bajo una serie de lineamientos suministrados por Recamier acorde a sus estándares corporativos.

El proyecto se compuso del diseño y renovación de todo el paquete educativo y de formación que usaba la compañía para capacitar a los futuros agentes de ventas y comerciales; adicional a esto se pedía la creación de una serie de recursos didácticos que sirvieran para complementar una excelente apropiación de los contenidos vistos en las diapositivas. Los recursos didácticos solicitados fueron una serie de rompecabezas con algunos de los diseños de las diapositivas, un juego de memoria tipo cartas o baraja y una variedad de sopas de letras que pudieran ser entregadas en las jornadas de capacitación, para medir los conocimientos adquiridos.

Por lo anterior, y según el esquema para un correcto flujo de trabajo dentro del estudio, se procede a indagar sobre la compañía, identificando una breve línea del tiempo antes de entrar al proceso de diseño, donde encontramos que Georges Bougaud (Presidente y CEO de Recamier) recibió la empresa de su padre (Edmond Bougaud) cuando solo tenía 21 años, con ningún estudio y poca experiencia. Hoy Recamier tiene 10 marcas (Muss, Vitane, Luminance, Kleer Lac, y más) y exporta a 15 países de todo el mundo. Edmond Bougaud llegó a Colombia en 1937 huyendo del estallido de la Segunda Guerra Mundial, ante la falta de recursos emprendió en el negocio de la peluquería y fundó Recamier, no obstante según

Georges (hijo) la empresa era un desastre administrativamente cuando quedó bajo su mandato por lo que se prometió a sacar la compañía adelante.

RECAMIER S.A. es una empresa dedicada al desarrollo de productos cosméticos de alto desempeño para mujeres, hombres y niños. La compañía cuenta con dos grandes divisiones: la línea pública y la línea profesional. Han evolucionado desde la fabricación artesanal a la manufactura de productos con altos estándares de calidad. Recamier lleva 75 años en el mercado colombiano y más de 15 años en mercados internacionales.

Una vez, con la etapa de indagación completada, pasamos a la revisión de los recursos proporcionados por Palabrarte, una compañía de consultoría, capacitación y potenciación de equipos de trabajo presentando soluciones que generen un proceso de progresión en el imaginativo, lo innovador y lo polifuncional, en conjunto, Happy Studio y Palabrarte empezamos la conceptualización, creación y desarrollo de la propuesta comercial y gráfica del proyecto. Palabrarte cumplió con su obra/labor, creando contenidos, copys y recursos textuales, además de la propuesta conceptual del proyecto; y Happy Studio tuvo la responsabilidad de crear el universo visual que tendrían los materiales digitales y los juegos lúdicos.

Una vez aprobado el proyecto digital (presentaciones, juegos y guías) por Recamier, se empezó la producción de los recursos lúdicos, tercerizados con impresores de San Nicolás. Palabrarte se encargó de la entrega formal del proyecto a la compañía, en una inauguración que se agendó para coincidir con la visita del SEO Georges Bougaud; Las BPM en mi ADN fue todo un éxito. En palabras de Georges Bougaud:

“El proyecto logra impactar positivamente en los procesos formativos internos de la compañía, de la misma forma como resultaron totalmente divertidos y provechosos para las largas jornadas de aprendizaje que teníamos anteriormente”.



Figura 11: Entregables Las BPM en mi ADN desde la realización hasta su entrega. Imagen de autoría propia, Happy Studio

Actualmente el proyecto sigue siendo implementado en la compañía y se están formando los primeros 9 agentes de ventas, esperando su éxito para llevar dichos procesos y materiales a otras sedes de la compañía en el mundo. Concluimos con la premisa de que estos proyectos comerciales permiten que Happy Studio tenga una sólida experiencia no solo en el tipo de servicio y soluciones creativas que ofrece, sino también logra adaptarse a diversidad de clientes, proyectos y retos. Gracias a Recamier y Palabrarte, logramos un renombre en el sector de las presentaciones profesionales y el trabajo impecable que se aplicó, nos llevó a acceder a proyectos similares para otras empresas.

22 Festival de Macetas- Asomacetas, Secretaria de Cultura Cali

La Secretaría de Cultura de Cali, en conjunto con la Asociación de Mujeres Artesanas de Macetas de Alfeñique de Cali (ASOMACETAS), lanzaron la convocatoria en la agenda de Estímulos de la Alcaldía de Cali para el diseño del afiche oficial del Festival de Macetas en su versión 22 (XXII). La tradición se desarrolla en la ciudad hace más de 100 años y en la actualidad se cuenta con familias que articulan hasta 3 generaciones de artesanas portadoras, convirtiendo al tradicional barrio San Antonio en el epicentro de esta manifestación cultural en Cali, albergando incluso la primera y única escultura en homenaje a la Maceta de Alfeñique. El afiche ganador será utilizado a nivel local, regional, nacional e internacional como imagen oficial del festival, además de todos los eventos promocionales, publicitarios y de mercadeo de la programación oficial o afines.

Respecto a las especificaciones técnicas de formatos de entrega, recomendaciones de diseño y premio, se daba total libertad respecto a técnicas o estilos, la síntesis de interpretación de las piezas era completamente a gusto del participante e idealmente se pedían propuestas digitales en formato vertical de un tamaño de 35 cm x 50 cm. El premio fue un incentivo económico con un monto total de cinco millones de pesos (\$5.000.000 COP) entregado al ganador del concurso y elegido por jurados de la propia Secretaría de Cultura.

Como estudio creativo sabíamos que el componente tradicional y cultural era bastante importante en este proyecto, la participación de la tradición de las macetas debía ser relevante, pero en esta ocasión la ciudad deseaba un punto de interés a la mujer y al hombre artista y creador de esta bella tradición. El Festival contará la historia de lo que representa la mujer artesana actual, una mujer gestora, empoderada, resiliente, creativa, divertida, artista,

madre, pero también, estudiosa e innovadora. Una artesana consciente de su papel como portadora de la tradición, que no está sola, sino con sus compañeras trabajando en equipo y con su familia respaldándola.

El festival de macetas es la principal acción de salvaguardia de la manifestación de la tradición de celebrar a los ahijados con Macetas de Alfeñique que se ha desarrollado durante 21 versiones; esta manifestación de la tradición fue declarada en el año 2013 como patrimonio cultural inmaterial de Colombia, única manifestación en la Lista Representativa del Patrimonio cultural inmaterial –LRPCI- de la Nación.

El festival tiene como visión acoger a las familias caleñas y migrantes, así como a visitantes y turistas en torno a una tradición que recrea los vínculos filiales y de amistad entre padrinos y ahijados, alrededor de la maceta de alfeñique como símbolo de reencuentro y refuerzo de los vínculos intergeneracionales y las redes de parientes y amigos, generando sentimientos de identidad, pertenencia a la ciudad y continuidad generacional.

La metodología de este proyecto se basó en un Brainstorming o lluvia de ideas, donde cada uno fue mencionando elementos importantes a destacar dentro del afiche, así como gusto y propuestas personales para dejar huella del estudio en la propuesta final, fue entonces cuando pasamos del discernimiento a la transformación de la idea; el desarrollo de la propuesta nació precisamente en representar la tradición entre padrinos y ahijados de compartir esta festividad local, conforme avanzó la lluvia de ideas se pasó de lo más abstracto y amplio, a crear un boceto final replanteando elementos y personajes propuestos; después de todo definimos que dentro del afiche se incluirían mujeres, niños, flora y fauna, tal y como se ve en el resultado final.

Conformes con el boceto preliminar, planteamos varias propuestas adicionales, tanto de composición como de personajes, si sobre todo jugando un poco con la jerarquía visual en el afiche. Debido a directrices de la Secretaría de Cultura y ASOMACETAS, tuvimos que realizar varios ajustes y reinterpretaciones del boceto final, puesto que este se debía dotar de elementos más autóctonos y apuntar a un público más puntual. Una vez con la idea clara y el boceto aprobado, pasamos a digitalizar la propuesta y hacer uso de nuestros conocimientos con el manejo del software. Nuestro afiche fue el ganador de esta convocatoria, siendo un punto de crecimiento y encuentro cultural para todos los caleños.



Figura 12: Cartel 22 Festival de Macetas 2022. Imagen de autoría propia, Happy Studio

Según la Secretaría de Cultura y la Alcaldía de se superaron los 150 millones de pesos con 7.788 macetas vendidas en los casi 100 puntos de comercio físicos distribuidos por toda la ciudad, donde nuestro afiche fue la imagen y punto de referencia. Nuevamente tuvimos presencia en redes sociales y periodísticas de la región, demostrando el talento valluno, de

Bellas Artes y de Happy Studio. Con publicidad y exposición en las redes de la Secretaría de Cultura de Cali, el Instituto Departamental de Bellas Artes de Cali y la Alcaldía de Cali. Esta experiencia resultó maravillosa para Happy Studio como estudio creativo, porque no solo aportamos al crecimiento económico de nuestra región como motor de la reactivación económica después de lo ocurrido en la versión del festival durante pandemia, sino que también aportamos a una tradición, a generaciones de mujeres y familias artesanas, que cada año endulzan a Cali y sus alrededores.

Enmarca tu Año (2021 - 2022) - Concurso Happy Studio

Durante la época de pandemia divisando la pujanza y las ganas de las personas por crear una idea de negocio y salir al mercado aún estando en cuarentena, se abrió en Happy Studio la visión de querer cumplir 2 objetivos: el primero, impactar e impulsar un emprendimiento de cualquier índole, creando su imagen corporativa, brindando las herramientas gráficas para emprender en las redes sociales y sobre todo, por medio de asesorías de branding y marketing digital; el segundo objetivo fue el de mostrar nuestro talento, también darnos ese impulso hacia un mercado tan competitivo como el de las artes gráficas y el diseño corporativo, permitiéndonos tener una carta de presentación a través del crecimiento en colectivo.

Fue así como para el 2021 decidimos planear *Enmarca tu año*, una iniciativa enteramente pensada, creada y patrocinada por Happy Studio, cumpliendo el criterio de apoyar emprendimientos de Colombia por medio de la creación de su imagen corporativa (branding). Hasta la fecha Enmarca tu año cuenta con 2 versiones realizadas, 2021 y 2022; cada versión se compone de una campaña publicitaria tanto orgánica como de pauta en las redes sociales de Facebook e Instagram como principales puntos de encuentro para los participantes.

El funcionamiento y metodología de Enmarca tu año es muy simple, nos planteamos usar algo de diseño participativo (Senabre & Ferran - Ferrer & Perello, 2018) para que el emprendimiento ganador, sea participe y cree su marca por medio de actividades y reuniones creativas que van más allá de qué le gusta y cómo quiere su branding; en Enmarca nos pensamos que pasaría si el aliado mismo que se gane su marca, sea quién trabaje más que nosotros, es claro que tienen nuestras recomendaciones y acompañamiento en todo momento,

pero siempre el ganador tiene la libertad de escoger la mejor ruta y propuesta acorde a sus necesidades. Podrá participar cualquier emprendimiento que desee la creación de su imagen corporativa y que apenas esté iniciando o pretenda iniciar en el social media, no obstante el proyecto se plantea a modo de concurso y se deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Solo pueden participar emprendimientos que no cuenten con marca corporativa.
- En la publicación de lanzamiento oficial de la versión se deberá comentar de qué trata su emprendimiento y por qué desea ganar.
- El emprendimiento con más me gusta en su comentario será el ganador.
- El emprendimiento ganador tendrá como premio la creación de su marca corporativa, con 2 propuestas conceptualizadas para elección y entregables como Brandbook y Benchmarking, así como los elementos de su marca y universo gráfico en diferentes formatos.

La primera versión del proyecto Enmarca tu 2021, contó con la participación de 5 emprendimientos de diferentes lugares de Colombia. La ganadora de esta versión con cerca de 14 me gusta a favor fue Fernanda Moreno del municipio de Quimbaya (Quindío), con su emprendimiento Brown Café Artesanal, este es un producto pensado para los amantes del café, para quienes quieren disfrutar de una charla alrededor de una taza de café con aroma a campo, producido por la tercera generación de una familia campesina de tradición, es la bebida insignia del Quindío y de Colombia.

Desde la entrega de la marca Brown Café artesanal a Fernanda Moreno hasta la inauguración del emprendimiento, el proyecto ha sido todo un éxito para su creadora; actualmente Brown cuenta con una finca a las afueras de Quimbaya, donde se tiene todo un

proceso de cosecha, tostado, catado y distribución por toda la región del eje cafetero. Brown Café Artesanal es un proyecto familiar respaldado por la tradición y el esfuerzo de sus creadores, expertos en el buen café y en el amor al campo.

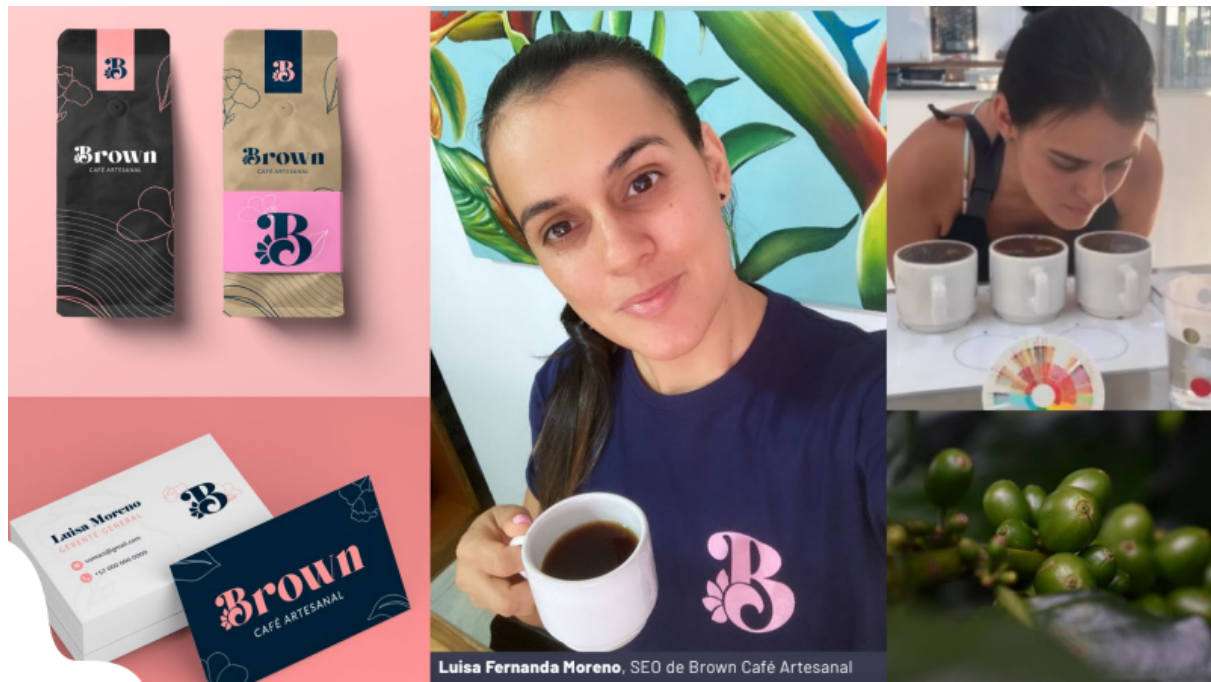


Figura 13: Enmarca tu año, ganador edición 2021. Proyecto autogestionado por el estudio para aportar a otros emprendimientos. Imagen de autoría propia, Happy Studio

La segunda versión del proyecto, Enmarca tu 2022 contó con la participación de 10 emprendimientos de diferentes lugares de Colombia. Las ganadoras de esta versión con cerca de 22 *me gusta* a favor fueron Daniela Lenis y Yulissa Camilo de Cali (Valle del Cauca), con su emprendimiento Cádavas.

Cádavas es una línea de productos capilares para hombres y mujeres enfocados en el empoderamiento del cabello afro, junto con la apropiación de lo natural gracias a sus recursos totalmente libres de químicos y conservantes. Este es un emprendimiento caleño creado por jóvenes estudiantes de bachillerato que inició como un proyecto sobre el papel que realizaron para en una fundación de su barrio Ciudad Córdoba, en donde se impulsó a los jóvenes a

crear empresa brindándoles capital semilla para dotar su emprendimiento, Daniela y Yulissa fueron pacientes y propositivas logrando ganar entre su grupo de compañeros de la fundación el capital necesario para iniciar con la venta de productos naturales para el cuidado de cabello rizado y afro, bajo la premisa de empoderar a las personas que poseen este tipo de cabello.

Desde el momento de la entrega de la marca hasta su relanzamiento en redes sociales, hicimos un acompañamiento y asesoría a las fundadoras, sirviendo de guía para el resultado de su aumento en un 5% de ventas a nivel nacional y un 15% a nivel regional, siendo una prueba de que la marca creada por Happy Studio fue un éxito.



Figura 14: Enmarca tu año, ganador edición 2022. Proyecto autogestionado por el estudio para aportar a otros emprendimientos. Imagen de autoría propia, Happy Studio

El resultado de las 2 versiones de Enmarca tu Año nos invita a seguir con el proyecto y la misión de contribuir al crecimiento de otros emprendedores, pues desde nuestra profesión buscamos impactar positivamente en proyectos que como Happy Studio nacieron de una idea de salir adelante, de compartir y de vender aun sin conocer el mercado, de encontrar un nicho

y tener voz, Enmarca ha sido recibida gratamente en redes sociales permitiendo expandir el alcance tanto de la iniciativa como del estudio, creando lazos entre emprendedores y aportando significativamente a cumplir sueños.

28 Encuentro de Danzas Folclóricas Mercedes Montaña- Secretaria de Cultura Cali

La Secretaría de Cultura de Cali, en conjunto con el Encuentro Nacional e Internacional de Danzas Folclóricas Mercedes Montaña, lanzaron la convocatoria a la agenda de Estímulos de la Alcaldía 2022, para el diseño del afiche oficial de su versión 28 (XVIII). Este proyecto da a conocer los talentos de la danza folclórica local, regional y nacional e internacional; ofrece la oportunidad a los artistas de nutrirse a través del intercambio de saberes con expertos de la danza y con los bailarines de los países participantes, fortaleciendo sus capacidades y competencias. El afiche ganador servirá como la imagen oficial del encuentro utilizado a nivel local, regional, nacional e internacional en todos los eventos promocionales y publicitarios. Respecto a las especificaciones técnicas de formatos de entrega, recomendaciones de diseño y premiación, se dio total libertad para la elección técnicas o estilos, la síntesis de interpretación de las piezas era completamente a gusto del participante e idealmente se pedían propuestas digitales en formato vertical de un tamaño de 35 cm x 50 cm. El premio fue un incentivo económico con un monto total de cinco millones de pesos (\$5.000.000 COP) entregado al ganador del concurso y elegido por la propia Secretaría de Cultura.

Este proyecto fue un nuevo reto para Happy Studio, uno que debía exaltar la danza folclórica en Santiago de Cali y recordar el reconocimiento de sus maestros, creado desde 1.994 el Encuentro Nacional e Internacional de Danza Folclórica Mercedes Montaña, rindiendo a la madre del folclor del pacífico colombiano Mercedes Montaña, quien durante más de 50 años se dedicó a fomentar los ritmos de esa zona importante del país. Para su versión número 28 (2022), el encuentro busca resaltar la identidad y cómo a través del cuerpo se expresan sentimientos sociales, hechos políticos, religiosos y míticos que representan momentos de la vida de las personas y comunidades, siendo gestor de espacios de circulación

en los establecimientos y sectores turísticos de la ciudad de Cali, considerándose en sí mismo como un espacio de pluralidad que reconoce y robustece las tradiciones, a través de diferentes ritmos, cumbia, bullerengue, currulao y otros.

La metodología a usar en este proyecto fue la recomendada por la arquitecta Nora Nacif, que fue el método de exploración de situaciones del diseño (Nacif, N. s.f.), en este caso en particular nos centramos en el planteamiento del objetivo del evento, el cual era visibilizar el encuentro y reconocer las raíces y tradiciones de las danzas folclóricas del país y de otros países invitados, para ello en el proceso de creación, nos centramos en el desarrollo del bosquejo inicial buscando destacar dentro de la pieza los instrumentos musicales más representativos de cada una de las regiones participantes del evento, la región atlántica, andina y pacífico, haciendo que desde lo visual se reconozcan como la base del folclor colombiano, siendo este conservado por la gestora del encuentro, la maestra Mercedes Montaña, madre del folclor del pacífico colombiano e inspiración para la creación del personaje central. Con la etapa de bocetación realizada y los requisitos propuestos por la guía de la Secretaría de Cultura de Cali, iniciamos la digitalización de los elementos más representativos de las diferentes categorías del folclor colombiano, cuerdas, percusión y viento, para dotar de diversidad y convergencia la propuesta. Decidimos emplear colores vibrantes, tomando como referencia la flora de las regiones antes mencionadas y los vestuarios usados para danzar.



Figura 15: Cartel 28 Encuentro Nacional e Internacional de Danzas Folclóricas Mercedes Montañó 2022. Imagen de autoría propia, Happy Studio

Finalmente, nuestra propuesta fue elegida como la imagen oficial del evento a nivel nacional e internacional, siendo este el evento de representación dancística y folclórica con mayor antigüedad entre los festivales de Cali. Según la Secretaría de Cultura cerca de 5 mil personas asistieron al cronograma de actividades propuestas dentro del encuentro y la popularidad del mismo aumentó en un 70% en redes sociales. Por este reconocimiento tuvimos varias apariciones en redes sociales y notas periodísticas de la región, demostrando una vez más el potencial en el trabajo de Happy Studio.

Como estudio creativo la presencia en eventos de masiva asistencia nos permite difundir nuestro nombre en la ciudad y sus alrededores, obteniendo mayor recordación de Happy Studio como marca y participante en eventos realizados en pro del arte, la tradición y conservación cultural de nuestras raíces desde nuestro quehacer.

Conclusiones

Este proyecto es reflejo del esfuerzo y la dedicación, de horas de trabajo, de procesos creativos de varios días, de felicidades y tristezas, pero sobre todo de ideas y muchos sueños cumplidos. Este portafolio es una muestra activa que desde el diseño gráfico se puede contribuir positivamente a una cultura visual, ser partícipes del desarrollo socioeconómico de la ciudad y de otros emprendedores, tener flujos de trabajo propios para el desarrollo y presentación de proyectos de diseño influyentes, mantener activa la visión para crecer y fortalecer la disciplina desde la autonomía y el trabajo en equipo.

Durante estos 2 años de trabajo cumplidos con Happy Studio podemos sacar las siguientes conclusiones:

1. El diseño gráfico es una disciplina viable para la resolución de necesidades gráficas y sobre todo para la materialización de sueños e intereses sociales, a nivel de lo visual y lo comunicativo.
2. Emprender en un medio tan competitivo como el de las artes gráficas, implica estar al día y actualizados en aspectos como el software, estrategias de comunicación, métodos novedosos de impactar visualmente y soluciones tecnológicas acorde al contexto y a las necesidades mismas.
3. Cada proyecto es un mundo y un universo gráfico diferente, ninguno es igual al otro, y aunque hay similitudes o puntos de partida prácticamente iguales, su desarrollo y aplicación es totalmente distinta.
4. La academia y en este caso la universidad nos brindó unas herramientas básicas para llegar al planteamiento de soluciones gráficas y visuales a un problema de diseño, pero la práctica que no brinda está solo se logra en el

medio, en la “calle”, en la búsqueda de conocimientos y en el compartir de experiencias con otros profesionales.

5. Un diseñador no debe hacer solo ningún proyecto, y aunque pueda, el resultado si se trabaja en equipo y con variedad de disciplinas siempre será más rico conceptual y prácticamente.
6. Como tecnólogos en diseño gráfico, vemos las falencias y vacíos laborales que deja la sobreoferta de la disciplina en el medio, literalmente solo los mejores logran trascender, y no simplemente sobrevivir con pequeños proyectos.
7. Apoyar a otros emprendimientos genera un ciclo productivo de bienestar y de ganar/ganar, y no solo lo mencionamos desde el ámbito del diseño, sino también desde cualquier disciplina humanista y productiva.
8. Los premios y retribuciones económicas son recompensas que nos llenan de felicidad al momento de recibirlas y nos permiten reinvertir en el estudio mismo, pero las felicitaciones, el renombre que vamos consolidando, el impacto que dejamos en lo que hacemos, el aparecer en medios y estar sonando en diferentes plataformas y espacios de comunicación es un logro sin precedentes y que nos llena de orgullo viabilizar en este trabajo de grado.

Sin duda, se nos llena el corazón de alegría al ver todos los proyectos y parte de los clientes que han llegado a Happy Studio resumidos en este portafolio que busca ser una carta abierta para que los estudiantes de diseño gráfico de Bellas Artes se motiven a desarrollar su profesión como empresa, logrando cumplir sueños propios y aportando a los de otras personas.

Agradecimientos

Gracias a todos esos emprendimientos, marcas, y particulares que han creído en Happy Studio, y ven cómo se vuelven realidad sus anhelos e ilusiones. Gracias al Instituto Departamental de Bellas Artes, a los docentes y a los colegas, que poco a poco fueron formando en nosotros esa experticia y profesionalismo que hoy nos caracteriza.

Gracias a las entidades que crean y apoyan convocatorias de diseño; a nuestras familias y a los valores que nos inculcan para hacer de Happy Studio una agencia creativa de renombre y con visión integral, con ganas de transformar al mundo desde el diseño y la comunicación, en Happy Studio queremos construir una gran comunidad en torno a una cultura visual.

De parte de Tatiana Lenis y Gustavo Giraldo, gracias infinitas.

Anexos



Figura 1: Línea del tiempo, proyectos 2020, Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 2: Línea del tiempo, proyectos 2021, Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 3: Línea del tiempo, proyectos 2022, Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 4: Flujo de trabajo, diagrama de gestión organizacional para desarrollo de proyectos creativos. Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 5: Estructura corporativa, diagrama de tareas administrativas. Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 6: Línea del tiempo cliente Jaime Riscos, proyectos 2020-2021, Imagen de autoría propia, Happy Studio



Figura 7: Línea del tiempo cliente Jaime Riscos, proyectos 2022, Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 8: Línea del tiempo cliente Jaime Riscos, proyectos 2022, Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 9: Muestra de piezas, maquetación web, lanzamiento de libro para Jaime Riascos. Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 10: Cartel 2º Foro Cada Abeja Cuenta 2022, Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 11: Entregables Las BPM en mi ADN desde la realización hasta su entrega. Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 12: Cartel 22 Festival de Macetas 2022. Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 13: Enmarca tu año, ganador edición 2021. Proyecto autogestionado por el estudio para aportar a otros emprendimientos. Imagen de autoría propia, Happy Studio.

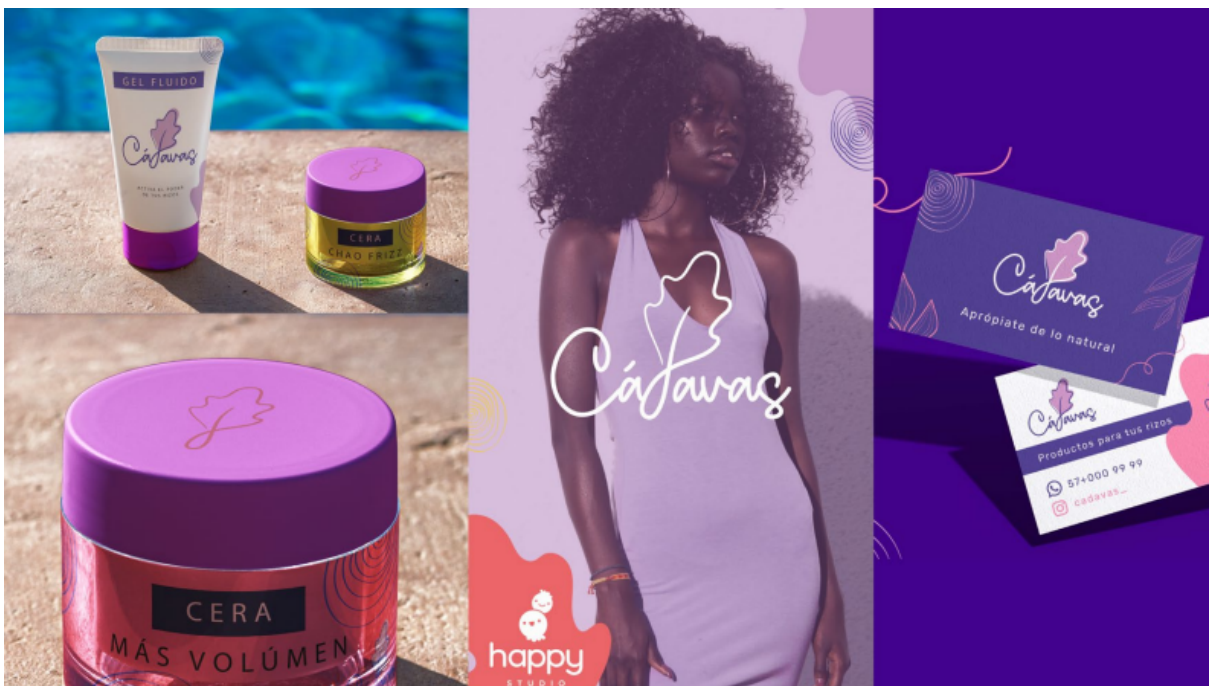


Figura 14: Enmarca tu año, ganador edición 2022. Proyecto autogestionado por el estudio para aportar a otros emprendimientos. Imagen de autoría propia, Happy Studio.



Figura 15: Cartel 28 Encuentro Nacional e Internacional Mercedes Montañó 2022. Imagen de autoría propia, Happy Studio

Bibliografía

Beck, K. & Beedle, M. (2001). Manifiesto por el Desarrollo Ágil de Software. Sitio web: <https://agilemanifesto.org/iso/es/manifesto.html>

Garello, F. (2018). Tendencias del marketing digital desde la perspectiva de las pymes. Sitio web: <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/17248>

Gutierrez, E. & Marcillo, M. & Ramirez, L. (2020). Metodologías ágiles para el desarrollo de proyectos [Tesis de pregrado]. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Cali (Valle). Sitio web: https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2038/METODOLOGIAS_%c3%81GILES_PARA_DESARROLLO_PROYECTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jaime, H. (2020). Estructura organizacional: ¿Qué es, para qué sirve y cómo crearla? 2023, 20 febrero, de Pendapé. Sitio web: <https://www.pandape.io/blog/estructura-organizacional/>

Laoyan, S. (2022). ¿Qué es la metodología waterfall y cuándo utilizarla?. 2023, febrero 12, Asana. Sitio web: <https://asana.com/es/resources/waterfall-project-management-methodology>

Nacif, N. (s.f). Métodos y estrategias de diseño. Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño (FAUD). Provincia de Córdoba, Argentina. Sitio web: http://www.faud.unsj.edu.ar/descargas/blogs/apuntes-de-ctedra-mtodos-y-estrategias-de-diseo_Metodos%20y%20Estrategias%20de%20Dise%C3%B1o.pdf

Palacio, M. (2020). Scrum manager Body of Knowledge. Editorial Iubaris Info 4 Media SL. Sitio web: https://www.scrummanager.com/files/scrum_master.pdf

Senabre, E. & Ferran - Ferrer, N. & Perello, J. (2018). Diseño participativo de experimentos de ciencia ciudadana. Revista Comunicar. Vol.26, n.54, pp.29-38. Sitio web: <http://educa.fcc.org.br/pdf/comunicar/v26n54/1988-3293-comunicar-26-54-29.pdf>

Vargas, G. (2017). Marketing digital y su poder en la comunicación. 2023, 20 febrero, de la Universidad Santo Tomás. Sitio web: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4523/VargasGivanni2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>