

**Universidad Don Vasco, A.C.
Incorporada a la
Universidad Nacional Autónoma de México**



Escuela de Diseño y Comunicación Visual

**Difusión e imagen gráfica de la
Expo Feria del sombrero y el
huarache de Sahuayo,
Michoacán**

**Tesis profesional que para obtener el título de Licenciada
en Diseño y Comunicación Visual
presenta**

Lucía Cárdenas Quezada

Asesor: Kenneth Luis Treviño Cassily

Uruapan, Michoacán. Abril 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Universidad Don Vasco, A.C.
incorporada a la
Universidad Nacional Autónoma de México

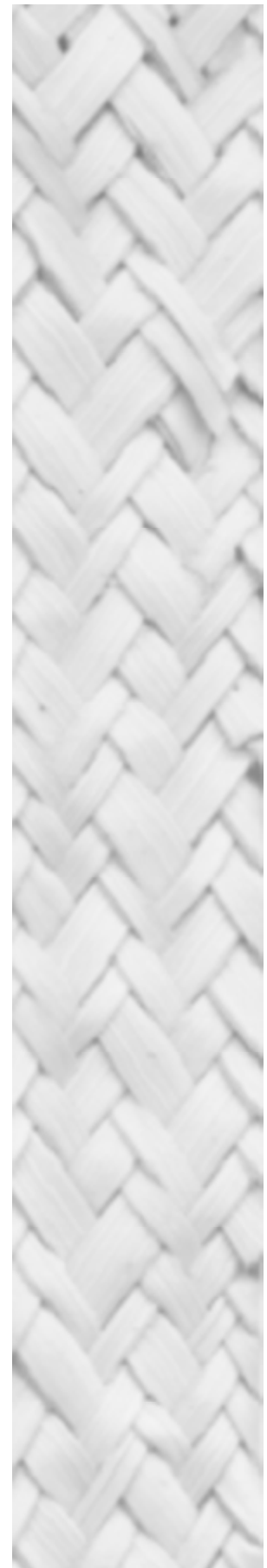
Escuela de Diseño y Comunicación Visual

Difusión e imagen gráfica de la Expo Feria del sombrero y el huarache de Sahuayo, Michoacán

Tesis profesional que para obtener el título de Licenciada
en Diseño y Comunicación Visual
presenta

Lucía Cárdenas Quezada

Asesor: Kenneth Luis Treviño Cassily
Uruapan, Michoacán. Abril 2006



Dedicatoria

A mi papá: Asesor, Amador Cárdenas Valverde,
por ser para mí un gran guía a lo largo de mi
vida.

A mi mamá: María Cecilia Quezada López,
por brindarme su amor, comprensión, apoyo y
ejemplo que me han ayudado a ser como soy.

A mi hermana Cecy,
por compartirme su espíritu aventurero y la
magia
que irradia a todo aquel que la conoce.

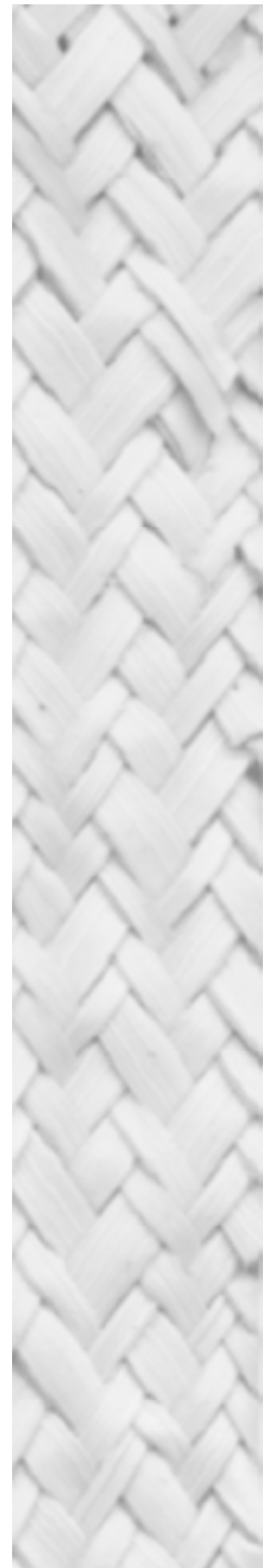
A mi hermana Cristy,
por ser mi amiga, mi cómplice, mi ángel.

A mi hermano Andrés,
por transmitirme su pureza, alegría, lucha,
esfuerzo y ganas de vivir.

A mi abuelita Lolita,
por su paciencia y entrega.

Al amor de mi vida,
por tu apoyo, cariño, comprensión.

Por ser mi inspiración e impulso para seguir
adelante, a ti, Sergio.



Agradecimientos

Doy gracias a *Dios*, por brindarme la oportunidad de vivir cada día, valorando los milagros que dan el matiz y brillo a mi vida: el despertar, ver el sol, respirar, sonreír, llorar, sentirme saludable, amar y ser amada son cosas por las que estoy completamente agradecida. Es gratificante saber que nunca me has dejado caminar sola, ya que siempre te he sentido cerca, guiándome, protegiéndome. Gracias, porque nunca he perdido la fe en ti.

Agradezco a mi *familia*, porque por ellos soy quien soy, me han enseñado a pensar, sentir y actuar todo aquello que hago. *Aprendí que la vida se tiene que vivir luchando, quizá por caminos difíciles y limitados para descubrir el camino pleno, la satisfacción de lo que con mucho esfuerzo realizamos.* Gracias, por creer en mí y darme la oportunidad de demostrarlo, por sentir siempre su apoyo, cariño, además, porque me enseñaron a conocerme, comprenderme y aceptarme como soy, dándome la libertad de tomar decisiones.

Es grato saber que cuentas con personas que te apoyan y brindan lo mejor, que te demuestran su cariño fiel, que están contigo en las buenas y en las malas, a ti: *Sergio Ramírez García*. A mis queridas amigas: *Miriam Ruth Gudiño Sánchez, Lilia Lizeth Tello Ríos, Elizabeth García Larios*, por su cariño sincero y transparente. A *Karla, Ofelia y Felipe*, por recorrer juntos la aventura de "integración y superación" y compartir la pasión de la comunicación a través de las imágenes.

A *mis escuelas*: Teniente Coronel Isauro González Lara, Instituto Sahuayense, José Luis Arregui, Preparatoria Hermanos López Rayón, Universidad Don Vasco; a todos mis profesores que, de alguna y otra manera, ayudaron a mi formación.

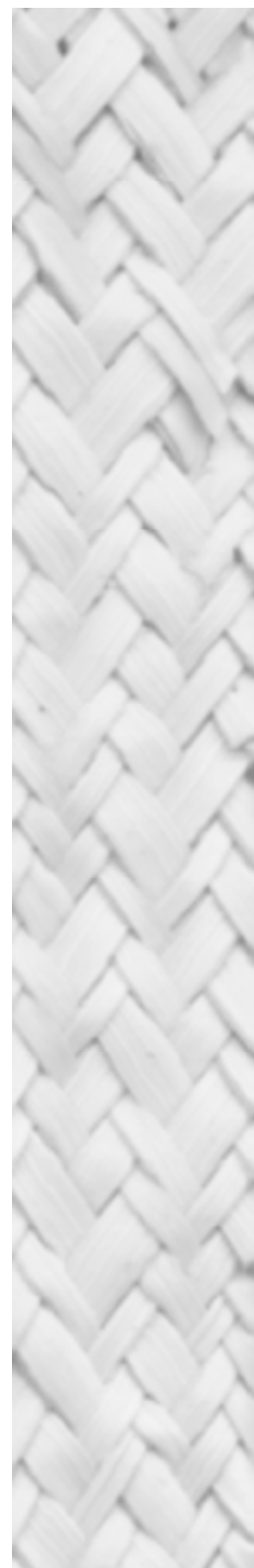
A todas las *personas que me brindaron su atención e información para desarrollar la investigación de mi Tesis*, entre ellas, la Sra. Esperanza Silva Sánchez, Sr. Miguel Angel García Cervantes, fabricantes, trabajadores, a todos los que forman parte del organigrama, al H. Ayuntamiento 2002-2004.

Gracias a experiencias como "*amigos en marcha*" que inculcaron en mí, *buscar las cumbres más altas sin olvidar el suelo de donde he partido. Porque me enseñaron a nunca apagar el ritmo de mi corazón.*

Doy gracias también a todas las *personas que no creen en mí*, por todos los *obstáculos y dificultades*, por todas las *noches de desvelo*, por los *duendes del software*, ya que son motivos para esforzarme, intentar y luchar por superarlos.

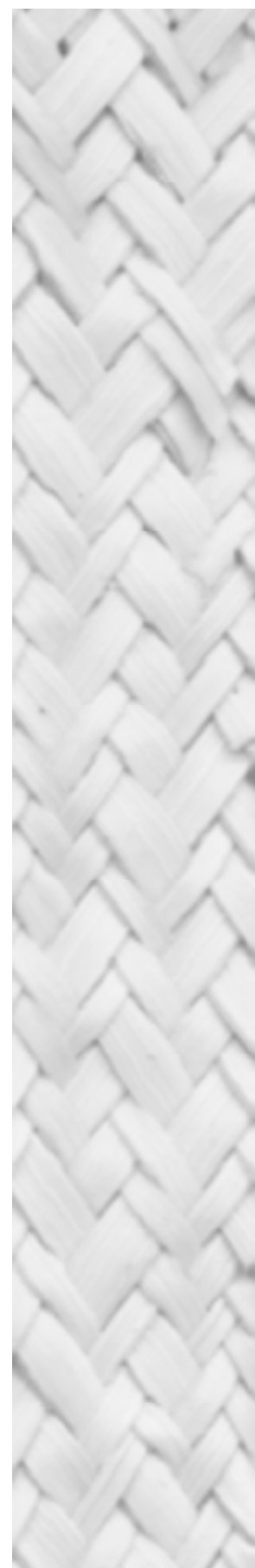
De igual forma agradezco a todas *aquellas personas que el destino hizo que se cruzaran nuestros caminos*, porque aprendí de ellas y me ayudaron a formar el mío.

Simplemente gracias, porque hoy me siento muy satisfecha de haber logrado y vivido como lo he hecho hasta ahora.



ÍNDICE

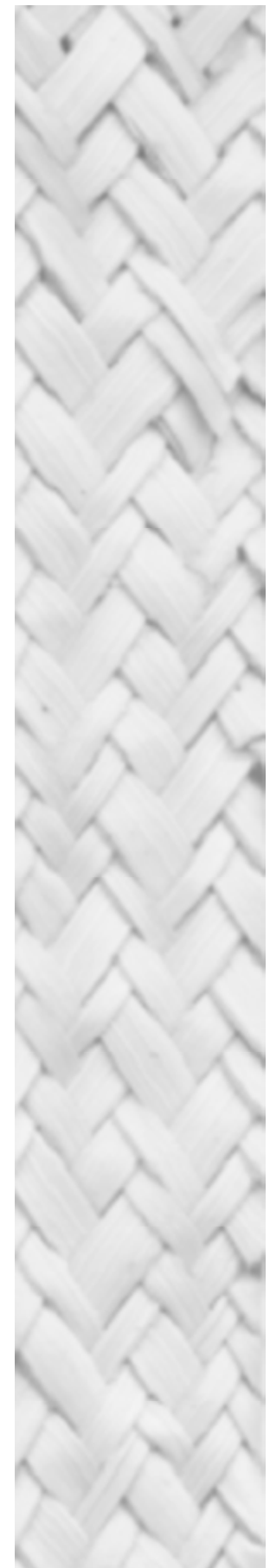
introducción.....	11
CAPÍTULO 1	Antecedentes histórico-geográfico de Sahuayo
Escudo	15
Medio Físico	16
CAPÍTULO 2	Industria del sombrero y el huarache de Sahuayo
1.- Antecedentes	19
2.- Situación Actual	23
El sombrero	23
El calzado	26
Proceso de producción	29
3.- Futuro	30
4.- Necesidad o Situación Problemática.....	32
CAPÍTULO 3	La Expo Feria del sombrero y el huarache de Sahuayo Michoacán
1.- Antecedentes del evento	39
2.- Expo Feria del sombrero y el huarache de sahuayo	40
a) Finalidad	41
b) organigrama	42
c) forma de financiamiento y operación ..	43
d) diseño actual	44
3.- ¿Qué se ha hecho en el área de diseño?	45
CAPÍTULO 4	Diseño y comunicación visual
1.- Diseño y comunicación visual ...	55
2.- Áreas del diseño gráfico	56
3.- El diseñador y la Imagen Corporativa	56
4.- El diseñador y la publicidad.....	57
A) Comportamiento del consumidor	59
B) Segmentación del mercado	59
C) Tipos de publicidad	60
D) Medios de información.....	60



1.-Publicidad en televisión.....	60
2.-Publicidad en la radio.....	61
3.-Publicidad gráfica.....	61
a) periódico.....	61
b) cartel: manta, barda espectacular (publicidad de exteriores).....	61
c) revista.....	64
d) artículos promocionales.....	64
e) volantes.....	64
f) folletos.....	64
g) flyer.....	65
E) Medios de apoyo para la difusión comercial, industrial.....	65
DIFUSIÓN DE FERIAS COMERCIALES.....	66
F) Psicología del color.....	67
G) Tipografía.....	67
H) Imagen: Fotografía, Ilustración.....	68
5.-Sistemas de impresión.....	69
Preprensa.....	69
a) offset.....	69
b) huecograbado.....	69
c) flexografía.....	70
d) serigrafía.....	70
El papel y los acabados.....	70

CAPÍTULO 5 Propuesta de solución

1.-Proceso de diseño.....	73
a) primeros pasos del proyecto.....	77
b) bocetos preliminares.....	78
c) diseño final.....	80
2.-Manual de identidad para la Expo Feria del sombrero y el huarache de Sahuayo, Michoacán.....	87
Primera Parte: Fundamentos	
a) introducción.....	88
b) imagen de identidad.....	89
c) colores de la imagen.....	90
d) variantes de color.....	91
e) fondos de color.....	93
f) estructura visual.....	94
g) área de restricción.....	95
h) tipografía institucional y auxiliar.....	96



i) usos incorrectos	97
j) tamaños autorizados.....	98
k) elementos gráficos.....	99

Segunda Parte: Aplicaciones

a) cartel	100
b) lona y anuncio espectacular.....	102
c) revista y programa	103
d) tarjeta postal y anuncio en periódico.....	104
e) gafete y volante	105
f) artículos promocionales:.....	106
taza, llavero, playeras	
g) catálogo	108
h) anuncio en pantalla de T.V.....	109
i) página web	110
Tercera Parte: Reproducciones.....	112

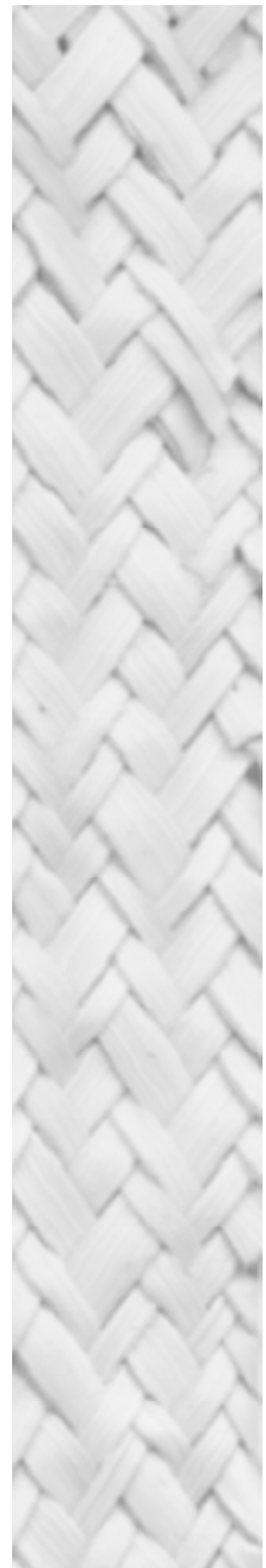
3.- Estrategia de medios	114
4.- Evaluación	118
5.- Presupuesto	119

CAPÍTULO 6 Conclusión.....121

Anexos:

a) Diálogos de spot de radio.....	127
b) Gráfica de estrategia de medios.....	128
c) Mapa de ubicación del municipio de Sahuayo, Michoacán.....	129
d) Índice de imágenes.....	130

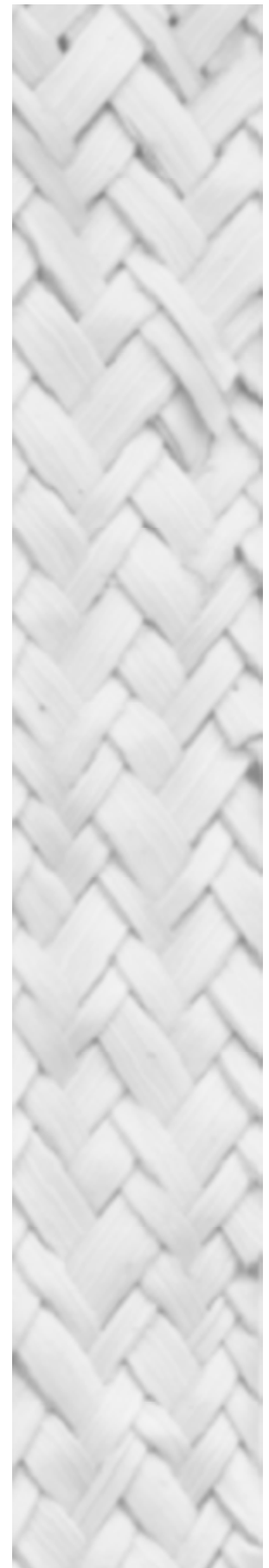
Bibliografía	133
--------------------	-----



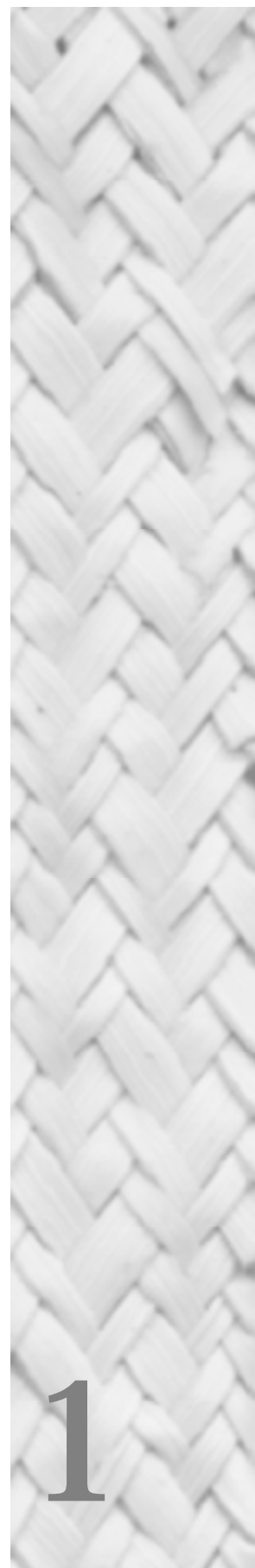
Introducción

Las principales actividades económicas de Sahuayo (municipio localizado al noroeste del estado de Michoacán) son las industrias del sombrero y del huarache, pero ambas sufren una crisis económica y de difusión.

Esta tesis procura brindar una propuesta de solución; para ello, en el capítulo 1 se examinan los antecedentes del municipio de Sahuayo, ya que es importante conocer sus raíces, significados, ubicación, etcétera. En el capítulo 2 se habla de la industria del sombrero y del huarache en Sahuayo (los antecedentes y la situación actual, entre otros aspectos). El capítulo 3 se enfoca a la Expo Feria del sombrero y del huarache de Sahuayo; se habla de su finalidad, antecedentes, organigrama, forma de financiamiento y operación, abarcando el análisis de la imagen que se utilizó en la inauguración. En el capítulo 4 se habla de las herramientas del diseño y la comunicación visual que ayudan a resolver problemas o necesidades gráfico-visuales, para presentar posteriormente (capítulo 5) la propuesta de solución para la situación problemática analizada y, en el capítulo 6, mostrar las conclusiones de la investigación.



Capítulo 1



La palabra Sahuayo procede del idioma náhuatl y su significado, interpretado según el Filólogo y Licenciado Cecilio A. Róbelo, quiere decir “en donde da la sarna”; según el Dr. Don Antonio Peñafiel, la palabra se compone de dos elementos: tzacual-ayotl, donde tzacual es una vasija formada por la mitad de un coco, y ayotl, que quiere decir tortuga, lo cual se traduce como “vasija que tiene el aspecto de una tortuga”. ¹

Escudo

En primer plano aparece una tortuga sobre piedra en actitud altiva, que representa la fundación de Sahuayo en el año de 1530, por gente de las mismas características. En el segundo, saltan a la vista tres colinas, que significan (según la tradición) los tres pueblos que dieron origen a Sahuayo (en la segunda mitad del siglo XVI), o los tres gobiernos: federal, estatal y municipal en franca y decidida coordinación. En el tercer plano se observa una serpiente emplumada (el dios Quetzalcóatl de los mexicas) luchando con la cruz, cuyo significado fundamental no es otro que la conquista definitiva de Sahuayo, realizada por Nuño Beltrán de Guzmán. En el cuarto plano del escudo municipal aparece un árbol y una estrella, comprendiendo el árbol al pueblo sahuayense y simbolizando la estrella el arraigo de su gente. Finalmente, con signos indelebles aparecen, en el contorno del escudo, impresas tres



Monumento que representa el significado de la palabra Sahuayo. Se localiza en la entrada y salida del municipio (1).



Escudo del municipio de Sahuayo Michoacán (2)

¹ webmaster Michoacán.gob.mx. Historia de Sahuayo

Nota:(1) Se refiere al índice de imágenes, que aparece en la página 130.

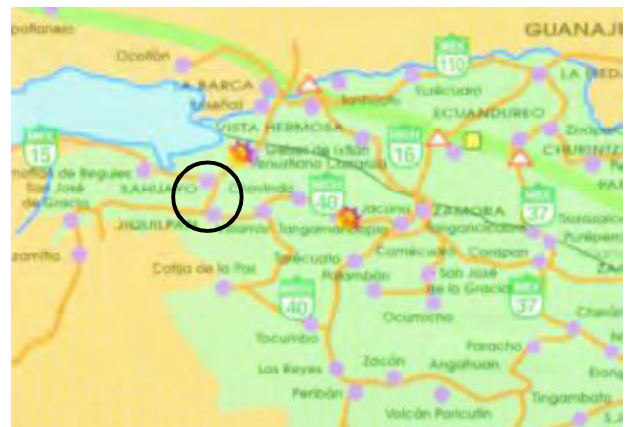
palabras sagradas: "Patria, Justicia y Progreso", valores morales que merecen respeto y acción conjunta para los sahuayenses. ²

Medio Físico

El municipio de Sahuayo, que se localiza al noroeste del Estado de Michoacán, limita al norte con Venustiano Carranza, al este con Villamar, al sur con Jiquilpan y al noreste con Régules; en la actualidad (2003) cuenta con una población aproximada de 130,000 habitantes. Su principal actividad económica son las industrias del sombrero y del huarache, que producen para abastecer las ferias regionales o nacionales e, incluso, mercados de países vecinos.



El clima de Sahuayo es templado, ya que influye en él la Laguna de Chapala (3)

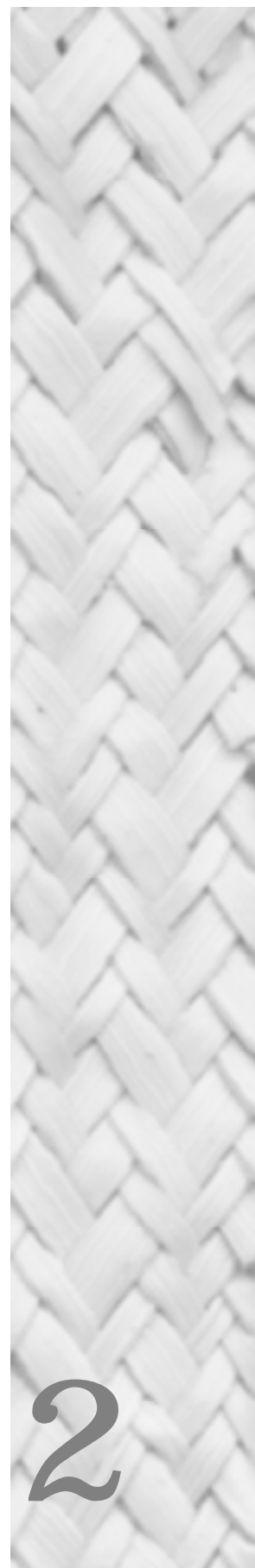


Mapa de Michoacán para ubicación. (4)

La superficie de Sahuayo abarca 128.05 Km², lo cual representa el 0.21% del total del Estado de Michoacán. Su relieve está constituido por la depresión Lerma-Chapala, el sistema volcánico transversal y cerros como Las Gallinas, Santiago y de la Caja. El arroyo de Sahuayo, los manantiales de agua fría (como el de las Gallinas y el Rincón), las presas Las Fuentes y La Raya, forman su hidrografía.

El clima de la ciudad es templado, con lluvias en verano. Tiene una precipitación pluvial media anual de 709.0 milímetros, y temperaturas que oscilan entre 10.4 y 26°C. En el municipio domina la pradera con mezquite, lináloe y nopal. Su fauna se conforma por armadillo, conejo, coyote y ardilla. Su superficie forestal no es maderable, sino ocupada por matorrales diversos. La utilización del suelo es primordialmente ganadera y, en menor proporción, agrícola. ³

Capítulo 2



1.-Antecedentes



Los habitantes de Sahuayo realizan artesanías hechas a mano. De ellas, la más importante es el sombrero. (5)

Es llamado industria el conjunto de actividades y oficios que producen riqueza utilizando materias primas. ⁴ En Sahuayo, el desarrollo del comercio pone en marcha el de la artesanía, que poco a poco se convierte en una pequeña industria.

Desde la época porfirista, cuando Sahuayo tiene el rango de Villa, vive la misma tónica pueblerina, y no deja de ser otro de los muchos pueblos diseminados entre la planicie; las características geográficas coinciden, incluso, con los pueblos existentes en la ribera sur del lago de Chapala, ya que efectivamente se sitúa en la cuesta de un cerro no muy pronunciado. Sin embargo, Sahuayo se preocupa por su economía e introduce mejoras materiales en su infraestructura, lo cual beneficia a la población, ya que surgen así los grupos de arrieros, artesanos y comerciantes.

La aparición de éstos, marca el inicio de la actividad comercial y la productividad se hace presente.

Los habitantes de Sahuayo realizan artesanías que antiguamente les enseñaron los monjes españoles; ensalzando así el arte por medio de la elaboración de sombreros hechos a mano y huaraches tejidos con cuero, con la finalidad de satisfacer las necesidades de la villa, ya que debido a su ubicación, clima, situación política y social de la época, son necesarios para la vida cotidiana, así como para la ejecución de sus actividades laborales. Poco a poco crece la producción y, al mismo tiempo, aparecen propietarios de haciendas, es decir, dueños de enormes capitales que producen en grandes cantidades los productos ya mencionados, formándose de esa manera la pequeña industria del huarache y sombrero de Sahuayo.



Sahuayo, Michoacán en el año de 1908 (6)

⁴ Enciclopedia Larousse Juvenil, tomo 4, Editorial Vergara, Tercera edición, España, Pág. 765.



Sahuayo, Michoacán, en la década de los años 40 del siglo XX (7)

A partir de 1940, Sahuayo despegó económica y comercialmente, constituyéndose en el principal centro comercial del occidente de Michoacán, contando con importantes producciones agrícolas de cereales, verduras y legumbres. Se convierte también en el primer centro comercial de la zona, caracterizado por la dedicación con que sus habitantes atienden a la producción de la pequeña (en ese entonces) industria huarachera y del sombrero de palma. Estas industrias son muy importantes en el desarrollo comercial, y son motivo para que se le otorgue el título de Ciudad al municipio el 28 de noviembre de 1952, hecho que queda marcado en el decreto número 127 del Honorable Congreso de Michoacán de Ocampo, que dice textualmente: "ARTÍCULO ÚNICO: Se eleva a la categoría política de Ciudad la Villa de Sahuayo, Mich." ⁵

Este suceso se realiza gracias a los

ciudadanos que poseen la visión de un futuro mejor para su pueblo y lo plasman en un acto decisivo de osadía, luchan con su palabra y con su determinación: "... cuando un pueblo tiene conciencia de su pasado y tiene intuición de su futuro, cuando conoce la herencia de su raza, cuando sabe el valor de su presencia en la geografía y consigna la actividad de su presente, es que ha acumulado una gran riqueza de valores éticos, sociales, intelectuales, morales, culturales y religiosos. Y es como una pequeña nación en armonía con su entorno que tiene una visión clara de lo que es la justicia y la libertad y sabe los postulados para una sociedad más próspera y humana." ⁶

Las industrias del sombrero y del huarache de Sahuayo van ligadas a la religiosidad del municipio, ya que ambas tienen raíces muy profundas relacionadas con los evangelistas españoles.

⁵ H. Ayuntamiento Constitucional de Sahuayo 1999-2001 –de villa a ciudad- Pág.6
⁶ Cronista de la Ciudad Luis Arceo Preciado. "Trascendencia Histórica de Sahuayo." Pag.7

La industria proviene de enseñanzas de monjes españoles del siglo XVI y la fiesta religiosa es una tradición de la antigua Compostela en España.

Las fiestas del municipio son muy arraigadas y altamente religiosas; forman parte de la cultura e historia del pueblo. Así mismo, son antecedentes de su actividad industrial, ya que por la afluencia de gente a ellas, hay un derrame económico y la circulación monetaria es notable. Entre las fiestas más atractivas, están la fiesta en honor al Cristo Milagroso de San Juan Nuevo, conocida como la fiesta de las "guarres", con trajes típicos purépechas; las fiestas de la Virgen de Guadalupe, del 1 al 12 de diciembre, donde se destacan importantes eventos culturales, sociales, deportivos, etc. Sin duda alguna, destaca como la más importante la fiesta del Patrón Santiago, que desde la fundación de



Fiesta del Santo Santiago, Patrón de Sahuayo. (9)

la vicaría (hacia 1717) toma gran relevancia. Es importante destacar que se señala que la fiesta se desarrolla desde 1530, como se asienta en...

" Las fiestas se celebran en cuatro días, nombran prioste (que es el principal cargo), mayordomo y diputado, para el primer día ; para el segundo, capitán de soldados, alférez y cajero o tambor, para el tercero, capitán de moros, alférez y tambor, para el cuarto, madre mayor, segunda y tercera y por lo correspondiente a la iglesia, dan el prioste, sus compañeros por vísperas, misa y procesión... dan comida al cura y la misma paraguaca, (o sea una ofrenda de alimentos y otros afectos dados al párroco) los del hospital, y la cera necesaria para el altar del santo en todo el año, convidan a comer al común en los cuatro días poniendo algún charape (vino fermentado de frutas y miel).



A la izquierda el Santo Patrono Santiago (8a); a la derecha, el Santuario de la Virgen de Guadalupe. (8b)

El gasto de prioste, mayordomo y diputado pasa de 100 pesos y el respectivo a cada uno de los capitanes, el alquiler del vestido, caballo etc., y fuegos (pirotécnicos) lo menos 80 pesos y confiesan ellos mismos que regularmente no tienen proporción para facilitarlos y así, o se esclavizan en una hacienda o se huyen..” 7

La festividad de Santiago Apóstol va tradicionalmente acorde con los tiempos históricos sahuayenses. ...*“La policromía de los trajes de tlahualiles, que en tiempos coloniales reciben el nombre de moros, es la parte fundamental de la festividad.” 8*

El paseo por las calles con la imagen de Santiago derrotando a esos que desafían al Patrón, en medio de antorchas, ruidos y tambores, es el refrendo de la tradición de la antigua Compostela en España.



Santuario de Lourdes. (10)



Los Tlahualiles, personajes representativos de los moros y parte fundamental de la festividad de Santiago. (11)

La capilla del Hospital de Indios, sede del santo patrono, hoy tiene el nombre de santuario de Lourdes y se ubica en el centro de la ciudad. El uso de las antorchas o “hachones” en la antigüedad era para señalar el camino y las calles del viejo Santiago, todavía en la actualidad se usan durante los festejos.

Los capitanes y alférez de moros descritos durante el periodo colonial, existen como los representantes de cada grupo de tlahualiles. En la antigüedad, el festejo iniciaba del 22 al 25 de julio, pero hoy en día cambia, se realiza del 25 de julio al 4 de agosto, entre los días que destacan el del inicio y el de término, en los que la algarabía popular se vuelca en honor del patrón Santiago, en una tradición católica que prevalece ampliamente en las fiestas actuales.

7 webmaster Michoacán.gob.mx. Fiestas de Sahuayo

8 Cronista de la Ciudad Luis Arceo Preciado. “Trascendencia Histórica de Sahuayo.” Pag.8

2.- Situación Actual

Así como los sahuayenses festejan año tras año la tradición católica de Santiago, se destacan también por su tradición hacia el sombrero y el huarache.

El sombrero

El sombrero, una prenda de vestir que sirve para cubrir la cabeza, simboliza cortesía, moda y respeto pero, sobre todo, representa trabajo. ⁹ Forma parte de la cultura mexicana, presente en nuestras vidas. La fabricación de sombrero en Sahuayo se caracteriza por tejidos de todo tipo, a partir de fibras naturales o sintéticas las cuales, en su mayoría, son traídas desde Guerrero. Comúnmente se conoce a la materia prima con el nombre de palma; después que llega a Sahuayo y comienza el proceso de producción, se conoce como trenza.

La industria del sombrero ha disminuido su producción, debido a la carencia de apoyo económico y a la falta de difusión. Al pasar por varias etapas a lo largo de su evolución, debe ser considerada como una artesanía, debido a la lentitud en su proceso de producción, ya que originalmente los sombreros son hechos a mano. Esto se convierte en una limitante por la mínima producción, por lo que se ha visto la necesidad de recurrir al proceso mecánico con el objetivo de incrementarla. Se une a estas limitantes la poca difusión, ya que provoca el desconocimiento de los productos, siendo el único apoyo las exposi-



Los sombreros simbolizan moda, respeto, cortesía y trabajo pero, sobre todo, nos representan como nación.



El sombrero, símbolo de trabajo, es fabricado con fibras naturales.

⁹ Enciclopedia Diccionario Larousse , tomo 7, Editorial Vergara, España. Pág.3561



Exposición de sombreros sahuayenses a nivel municipio. (12)

ciones en ferias de los municipios circunvecinos. Se da el nombre de feria, hablando comercialmente, a los encuentros periódicos o esporádicos entre compradores y vendedores para mostrar las más diversas mercancías.¹⁰

El origen de las Ferias es conocido: debido a las dificultades para viajar, era imposible para los consumidores adquirir los bienes que deseaban, así como a los productores dar salida a todos los productos en oferta. Así, se desarrollan poco a poco las ferias celebradas, en un principio tomando como motivo las festividades religiosas anuales ya que, por un lado, permiten a los productores del municipio mostrar sus productos o artesanías y, por otro, al ser ocasión de fiesta religiosa o del pueblo, facilitan la asistencia de muchos compradores potenciales.

Actualmente las ferias en las que participa la industria del sombrero sahuayense son de tipo industrial, ya que abren las puertas a los mercados de exportación y dan posibilidades de importación, favoreciendo la actualización y el desarrollo del municipio y de las empresas. Estas ferias están catalogadas como de tipo regional, ya que cuentan con la asistencia de más de dos ciudades y el número de asistentes es mayor al local. Sólo si es apoyada económicamente la industria por medio del gobierno, tiene la posibilidad de asistir a ferias de tipo nacional, a las que asisten industrias de toda la República Mexicana.

La industria del sombrero en Sahuayo piensa abrirse caminos, buscar ayuda o tomar como ejemplo otras estructuras comerciales. La meta es lograr introducirse



Sombreros sahuayenses que son expuestos en ferias locales y regionales (13).

¹⁰ www.google.mx./industrias/ferias/.com



La introducción del sombrero al extranjero es una meta a seguir, para lograr un desarrollo productivo más eficaz. (14)

en el comercio estadounidense. Una de las razones es conseguir la venta por medio de la continuidad en la tradición, ya que en *Estados Unidos viven por lo menos nueve millones de mexicanos*; ¹¹ otra razón es la infraestructura y tecnología que envuelven a su economía ya que son ideales para el desarrollo productivo. San Francisco de León (Guanajuato), es la competencia más directa de la industria sahuayense, debido a su estilo de comercio y reproducción en serie. Además, su economía le permite la posibilidad de un mejor desarrollo productivo. La ventaja del sombrero de Sahuayo es la utilización de fibras naturales, ya que la palma es un material muy frío que conserva la frescura, razón por la que el sombrero hecho con este material es más solicitado por el consumidor. También importan tela de China, para los sombreros producidos con

fibras sintéticas; la desventaja de estos, es que dicha tela es muy caliente, pero la ventaja competitiva de este tipo de sombreros es que son considerados más finos, ya que pueden coserse hasta con hilos de oro.

Las fábricas más importantes de sombrero en Sahuayo son:

- Fidepal,
- La Providencia (sombreros D' Ávila S.A. de C.V.)
- Industrial Chávez
- Sombreros Bonanza

Son las fábricas de mayor envergadura y tienen la suficiente capacidad de producción para llevar sus artículos al mercado exterior. Además existen pequeños talleres en donde se produce sombrero, pero sólo para comercio local.



Sombreros sahuayenses más solicitados por sus materiales de elaboración. (15)

¹¹ Rafael Fernández de Castro, Análisis migratorio, Proceso: Semanario de Información y Análisis No. 1356, 27 de Octubre del 2002, pág. 28



Fábrica de sombreros Fidepal, ubicada en Sahuayo.(16)

La difusión de la industria ha sido errática: Una muestra de ello, se da como único caso, en el programa de televisión del canal 2: Un nuevo día (1995), con la conducción de Guillermo Ochoa. Esta difusión se da con el fin de comentar y dar promoción al sombrero del municipio de Sahuayo, por el hecho de llevar al Papa Juan Pablo II una muestra del sombrero sahuayense, específicamente producido en la fábrica La Providencia.

Este suceso da pie al impulso y apoyo de dicha industria. Sin embargo, no tiene el efecto deseado, ya que la poca difusión que se le da no es muy frecuente y se da por medio de radio o perifoneo. Cada expendio realiza su difusión, de acuerdo con sus necesidades y recursos económicos. No tiene alcance suficiente como para que un gran número de personas esté informado, lo que provoca que

los expendios de las fábricas no adquieran otros clientes, sino sólo conserven los que ya tienen.

El calzado

La industria del huarache en Sahuayo se remota a mediados del siglo XVI, cuando los monjes franciscanos de España inculcan el arte de hacer sandalias en una aldea de las montañas en el centro de México. Los artesanos locales aprenden esta nueva habilidad y crean calzado. Hacen de cada sandalia un objeto de belleza rústica.

Descendientes de esos artesanos forman un equipo para fabricar en Sahuayo una gran variedad de huaraches, a los cuales incorporan sus fuertes tradiciones. Los huaraches fabricados en Sahuayo están



Fábrica de sombreros La Providencia, ubicada en Sahuayo.(17)



Huaraches de la Fábrica Mestiza en Sahuayo. (18)



Fábrica de huarache Aztec, ubicada en Sahuayo. (19)

disponibles en modelos para hombre, mujer y niño en diferentes medidas y estilos, en su tradicional piel, además de contar con suelas cómodas y durables.

La producción más grande en Sahuayo es la del calzado, ya que ha sido la industria más apoyada e impulsada económicamente. Sin embargo, la situación que ésta presenta es de crisis, ya que con el Tratado de Comercio con Medio Oriente y Brasil se ve afectada. Ha salido adelante a pesar de la situación y sobrevive en el mercado. El contrabando es otra de las razones por la cual la industria del calzado se ve afectada, no sólo a nivel municipio, sino también nacional.

Sahuayo no tiene muchas oportunidades de exportar, pero las pocas que tiene las explota al máximo. La poca difusión que se hace a esta industria es de manera in-

dividual, de acuerdo con sus recursos: cada fábrica se promociona particularmente, de tal manera que tenemos varios fabricantes de una misma industria haciéndose competencia. "Se tienen censadas, entre talleres y fábricas que se dedican a la industria huarachera, aproximadamente 450 microempresas, de las cuales algunas exportan. Éstas son las fábricas más grandes, pues son las que tienen la capacidad de producción suficiente, generando aproximadamente 15,000 empleos. Estas fábricas, desde el año 2000, destinan el 70% de su producción al sur y sureste del país, lo cual equivale a una cantidad entre 1000 y 1500 pares de huarache por semana." Algunas de las marcas de huarache más reconocidas son: Ronassi, Aztec, Arenas, Darwin, Mestiza, Maya, Tradicional huarache Aro, de las que algunas tienen su propia fábrica.

En otros casos, una sola fábrica produce varias marcas. ¹² En julio del 2002, la producción general del municipio referente a la industria del huarache notifica una baja en su producción que se aproxima al 30% en comparación con el año anterior. Esto se debe principalmente a la crisis económica nacional y el desconocimiento del producto. Esto da origen a proyectos para tratar de rescatar y mejorar la producción de dicha industria. El Ayuntamiento 2002-2004, quiere promover el sombrero y el huarache del municipio y generar fuentes de empleo pero, sobre todo, aumentar la producción y dar a conocer el producto de calidad. Debido a la situación actual que atraviesa la industria, se cuenta con proyectos a futuro para impulsarla y darla a conocer. Algunos de ellos son:



Huaraches de marcas Darwin, Meztiza y Arena de Sahuayo Michoacán. (20)



Lugar de exposición de la Fábrica La Providencia. (21)

A nivel municipio:

Ferias y exposiciones.

Plaza para los productores (proyecto autorizado para finales de octubre, principios de noviembre del 2002) apoyado por el gobierno estatal, con el objetivo de obtener una mayor distribución, un lugar amplio donde todos los talleres tengan oportunidad, se capacitará a los trabajadores de las fábricas, habrá exposiciones y ventas. Esto gestionado por el CCE. (Centro Cultural Empresarial)

A nivel nación:

La Expo Anpic: Feria de América Latina, que se realiza en León, Guanajuato. A través del apoyo del gobierno estatal, Sahuayo presentará 20 expositores para demostrar la calidad de sus productos, con el único objetivo de adquirir posicionamiento dentro del mercado. "ANPIC" (Asociación Nacional de Proveedores para la Industria del

¹² Comunicación personal con la sra. Esperanza Silva Sánchez, dueña de la Fábrica Mestiza. (12 de Octubre del 2002)

Calzado) es una asociación civil de afiliación voluntaria formada por empresarios de los sectores proveedores de las cadenas productivas de calzado y marroquinería (Artículos hechos con tafete, cuero bruñido y lustroso que sirve para adornar) a nivel nacional.

Proceso de producción de la industria del sombrero y del huarache en Sahuayo

El proceso de producción del sombrero es muy sencillo. Para los sombreros que son hechos a mano se obtiene la materia prima llamada palma; después, los trabajadores comienzan el proceso, primero cortando y posteriormente tejiendo la palma, dándole forma con unos moldes ya preestablecidos en los cuales se basan para dar medidas o tamaños, hasta darle un terminado muy artesanal. Por el contrario, el sombrero que está hecho en máquinas solamente se cose, pues la materia prima que llega a las fábricas es ya el molde recortado sólo se une y da forma. Por último se etiqueta y empaca.

“En el caso del huarache el proceso es el siguiente: inicia con la promoción y venta, posteriormente se programa la compra de materiales para comenzar a producir; primero se corta la materia prima, enseguida es ensamblada, es decir, se



Imagen de la Feria ANPIC de América Latina. (22)



Proceso de producción del sombrero (23)

coser el cuero con la suela o tacón, después se llevan a cabo los avíos, es decir, el forrado y foliado, el primero se realiza para huarache tipo zapato, el segundo se necesita para poner datos específicos, como la medida y el código, se despunta el sobrante de cuero, material que está a las orillas. Una vez cosido se monta y pega, por último se le da un acabado, un brillo por medio de lacas o ceras. Una vez terminado este proceso se revisa el producto y se realiza el empaque.” 13



Proceso de producción del huarache (24)

“La situación se ve preocupante, a diferencia de los cinco años anteriores (1997-2002), debido a que, en general, México está viviendo un cambio global de libre comercio, razón por la cual la industria del sombrero y del huarache, disminuyen su producción en un 25%. Dichas industrias necesitan que la importación ilegal de calzado chino disminuya, ya que están entrando aproximadamente 30,000 pares diarios al mercado, requiere de capacitación para estar a la altura de productos brasileño, americano, europeo y asiático que México importa al país.” 14

También necesita un equilibrio en el consumo per cápita de la población, aunque aquí influyen diversos motivos de economía moda, cultura y política, como

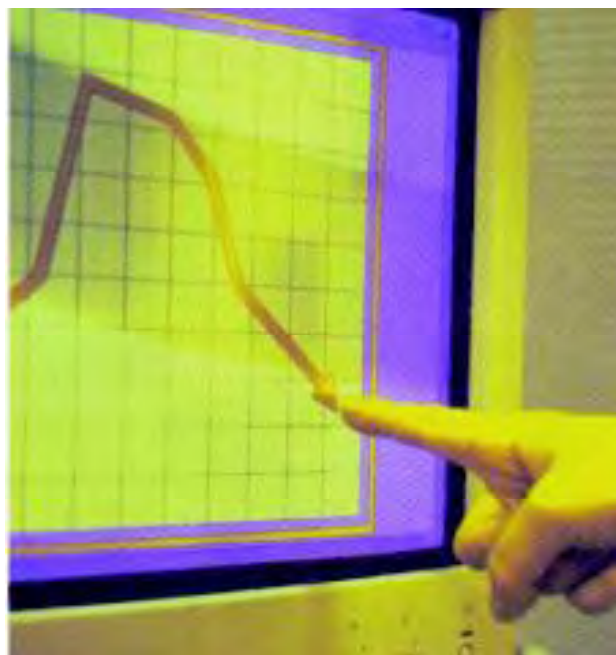


Imagen representativa de la situación global del comercio. (25)

13 Comunicación personal con José Luis Navarrete Gerente de Ventas de la Asoc.Zapatera de tejedores y Exportadores de Calzado S.A.de C.V. Y Salvador Ramírez Ortiz, fabricante de sombrero. (2 de Nov. de 2002)
14 Ibidem.



Imagen que representa el acuerdo empresarial para impulsar adecuadamente las industrias. (26)

el salario mínimo, el aumento de tarifas de servicios públicos de hasta un 40% por año y, por consecuencia, la degradación de los salarios al consumo normal. Al igual que capacitación empresarial para impulsar adecuadamente las industrias y conseguir un progreso notable para subsistir en el mercado.

Sahuayo está luchando para que sus industrias sobrevivan a los cambios económicos y permanezcan en el mercado; está utilizando estrategias para combatir la disminución productiva y hacer un frente común de apoyo mutuo con las empresas del municipio. Busca oportunidades y apoyos económicos por parte del gobierno local o estatal, con el fin de abrirse y prosperar comercialmente, pues las industrias del sombrero y del huarache de este municipio pueden lograrlo con esfuerzo.

La industria sahuayense de calzado tiene la oportunidad de participar en proyectos venideros con ANPIC, que se da la tarea de unificar y promover el desarrollo integral de la proveeduría nacional, y por ello agrupa a industriales, distribuidores y prestadores de servicios cuya actividad se orienta a satisfacer las necesidades de la industria del calzado y marroquinería con productos competitivos en precio y calidad. El evento «ANPIC León», mejor conocido como «La Feria de América», es un evento que se realiza desde 1980. En un área expositiva de 46,000 m² reúne a más de 1,300 expositores procedentes de 20 países de Norte, Centro y Sudamérica, Europa y Asia. Dicho evento es un excelente punto de encuentro entre visitantes y expositores como consecuencia del desarrollo y profesionalismo en la organización de la muestra, distinguiéndola entre las ferias de proveeduría. 15



Imagen representativa de la situación global del comercio. (27)

15 www.ANPIC.com.mx

4.-Necesidad o situación problemática

Sahuayo es un bello municipio michoacano lleno de cultura y tradición, históricamente construido a partir de eslabones de herencia indígena y española. Se caracteriza por su hermosa artesanía, su habilidad comerciante, su carácter religioso y la calidez de su gente. Dentro de las actividades industriales de esta población destacan la fabricación del sombrero y del huarache pues son de suma importancia para el avance económico en esta área; además dan al artesano experiencia y habilidad única que se observa en el trabajo que realiza.

Ninguna de las industrias tiene una difusión adecuada, así que todas las actividades, oportunidades de negocios o la gran variedad de productos que ofrecen al público en general, pasan desapercibidas; razón por la cual los pro-



Sahuayo se destaca por su cultura, tradición y calidez de la gente. (28)



Los productos llaman la atención de la gente que los admira, provocando el interés de compra. (29)

ductores tratan de mostrar sus atributos industriales para captar la atención y despertar el interés por conocer más acerca de estas industrias. Es así que nace la idea de organizar la primera Expo Feria del sombrero y del huarache con el objetivo de dar a conocer la calidad de sus productos, crear nichos de mercado, obtener nuevos clientes y facilitar la distribución y venta del producto; pero este objetivo se entorpece debido a que la inauguración de la Expo Feria se realiza como parte de las fiestas patronales del municipio, la difusión del evento no tiene el alcance necesario para atraer a más público pero sobre todo, la falta de imagen que identifica al evento como una exposición de una Feria Industrial.



Sr. José Luis Navarrete Gómez, Gerente de Ventas de la Asoc. Zapatera de Tejedores y Exportadores de Calzado (30)

Con apoyo del Diseño y la Comunicación Visual se dará solución a la necesidad planteada, creando la imagen que dé identidad al evento; ésta debe ser atractiva, dinámica, ágil y debe representar efectivamente a las dos industrias. Para dar a conocer el evento y por supuesto su imagen, se creará una campaña de difusión de acuerdo a las necesidades de los productores y del evento mismo. Para ello, se entrevistó a las personas relacionadas con la organización del evento: el Director de Promoción Económica del municipio, Sr. Miguel Ángel García Cervantes; Profr. Raúl Amezcua Sánchez, Dir. de Comunicación Social del H. Ayuntamiento 2002-2004; Señora Esperanza Silva Sánchez, dueña de la fábrica Mestiza

(fábrica de calzado más reconocida); Sr. José Luis Navarrete Gómez, Gerente de Ventas de la Asociación Zapatera de Tejedores y Exportadores de Calzado S.A. de C.V. (fábrica de huarache Aztec); Sr J. Jesús Ávila Hernández, Gerente de Operaciones de La Providencia; Sombreros D' Ávila, S.A. de C.V., Sr. Sergio Navarrete Silva, dueño de Sombreros Saturno; Salvador Ramírez Ortiz, Sombreros Bonanza, Sra. Martha Franco, Gerente de Ventas de Fidepal.

También a algunos trabajadores de las mismas empresas, trabajadores de microempresas o de tiendas pequeñas de distribución o venta de sombreros y huaraches. En total fueron treinta entrevistas personalizadas aplicadas verbalmente y contestadas de igual forma.



Personas del H. Ayuntamiento y Productores que participaron en el evento. (31)

Las preguntas que se aplicaron son las siguientes:

- Situación actual de la industria
- Forma de difusión
- Proyectos a corto o largo plazo
- Proceso de Producción
- Formas de apoyo
- Datos de la producción
- Las características del producto
- Público, clientes etc.

Lo que respondieron:

- Situación grave, hay una baja de ventas de la producción
- Cada empresa se encarga de publicitarse, según sus recursos económicos
- La publicidad de las industrias es muy poca



El proceso de producción da valor al producto. (32)



Exposiciones nacionales en las que podría participar el municipio de Sahuayo. (33)

- Los proyectos a corto plazo para difundir las industrias y darlas a conocer son exposiciones locales
- Los proyectos a largo plazo para difundir las industrias y darlas a conocer son la participación en Ferias Nacionales, con miras de exportación. La construcción de una plaza como centro de capacitación y punto de exhibición del producto.
- Los procesos de producción son muy laboriosos y dedicados, cada detalle le da el valor al producto ya que se utiliza la mano de obra de los trabajadores. Se corta y hace el molde, se cose y pega. Posteriormente se le da un terminado por medio de máquinas.
- Cada empresa subsiste con sus propios recursos, aunque se busca un apoyo del gobierno.
- Se ha visto afectada la producción debido a la crisis económica que atraviesa el país, también por la falta de interés y

poco conocimiento de las industrias.

- Los productos son de calidad, porque se participa en exposiciones para mostrar el producto y también porque se llega a exportar.

-Su público es muy amplio: habitantes de la ciudad de Sahuayo y sus alrededores, turistas, extranjeros, ganaderos, campesinos, empresarios, de todas las edades.

Según las entrevistas realizadas, ambas industrias necesitan una mejor difusión para darse a conocer como fabricantes de productos con calidad de exportación, crear diversas fuentes de apoyo como



Huaraches de calidad, elaborados en las fábricas más reconocidas de Sahuayo, en exposición local. (34)

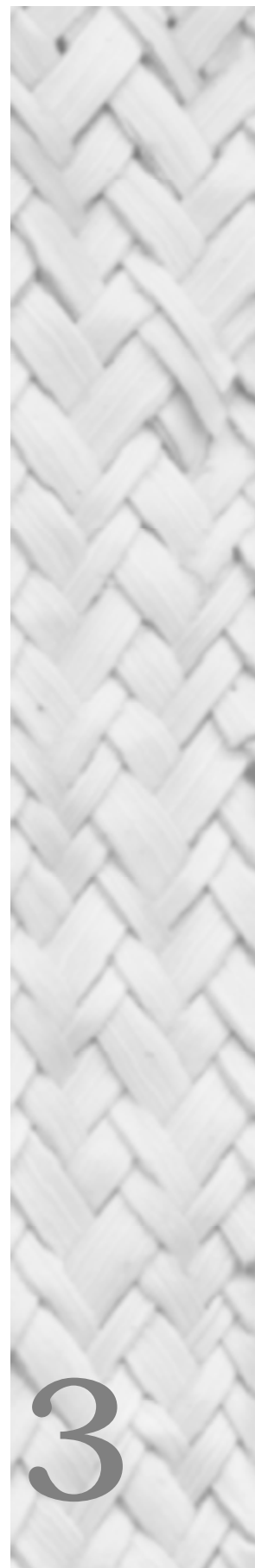


Producto sahuayense con calidad de exportación. (35a y 35b)

ferias, exposiciones, conferencias, talleres etc, buscar patrocinadores que ayuden económicamente en sus eventos o en la misma producción, se requiere resaltar y valorar la artesanía, así como adquirir y, sobre todo, mantener a sus clientes.

Aspirar a proyectos de corto plazo que garanticen el desarrollo y crecimiento industrial para combatir la situación por la cual atraviesan las industrias de Sahuayo.

Capítulo 3



1.-Antecedentes del evento

La principal actividad económica del municipio de Sahuayo está basada en las industrias del sombrero y del huarache; cuenta para su producción con fábricas y talleres para el desempeño de las mismas; establece como objetivo principal la elevación del nivel social y económico de Sahuayo; favorece la industrialización de artículos tejidos con fibras naturales o sintéticas, cuero y piel.

La financiación insuficiente es, no obstante, un continuo problema por el que se ve afectado el desarrollo de dichas industrias; las actividades para darse a conocer van declinando y, como consecuencia, ambas industrias están cayendo en el anonimato y su producción se ve alterada.

Una de las actividades para la promoción y difusión de la industria del sombrero y del huarache son las manifestaciones



Fábrica de huaraches Aztec, en el municipio de Sahuayo. (36)



Exposición de sombreros en la feria local. (37)

periódicas de carácter comercial, pues desempeñan una importante función en el desarrollo y crecimiento de la ciudad; éstas son las ferias o exposiciones de tipo regional o local.

En este caso la mayoría de estos eventos realizados son más tradicionales y a nivel local, ya que todos los productos, tanto sombreros como huaraches, están expuestos y disponibles para la venta inmediata.

Los productores o dueños de fábricas buscan la evolución de fórmulas comerciales mucho más amplias y efectivas, que aseguren la circulación de las mercancías de sus producciones. Así mismo, ven la necesidad de crear una sociedad para impulsar la producción que ellos realizan y elevar la economía.

El evento comercial realizado más reciente en la ciudad de Sahuayo es la

inauguración de la primera Expo Feria del sombrero y del huarache, que se llevó al cabo el 25 de julio del 2002.

2.- Expo Feria del sombrero y del huarache de sahuayo

Se considera que el trabajo y esfuerzo de los sahuayenses por conseguir desarrollo y prosperidad económica en el comercio y la industria, han sido valiosos; sin embargo, no se ha logrado conseguir un crecimiento productivo sostenido en los últimos años. El Presidente Municipal de Sahuayo, José Eduardo Anaya Gómez (2002-2004), hace gala de la visión social, económica y política que actualmente vive el municipio y, pensando en las necesidades de la población, inaugura la primera Feria del sombrero y del Huarache con el objeto de



Inauguración de la Primera Expo Feria del sombrero y huarache, por el Presidente Municipal de Sahuayo. (38)



Personalidades que asistieron a la Expo Feria del 2002, entre ellas la Directora de Ferias y Exposiciones del Estado de Michoacán. (39)

incrementar las ventas de los artículos fabricados artesanalmente en el municipio, cubrir las necesidades básicas y ayudar a la permanencia de las industrias.

El Presidente Municipal busca la mejor manera de colaboración, tanto federal como estatal, para que las industrias salgan beneficiadas, por lo que juntan sus recursos para facilitar el impulso de las industrias y poder seguir con la tradición artesanal del sombrero y del huarache; para constatar el apoyo del estado, que tendrán durante el periodo de gubernatura de Lázaro Cárdenas Batel (2003-2008) se le invitó a la inauguración, y contaron con la presencia de María del Carmen Rodríguez Cid, Directora de Ferias y Exposiciones de Michoacán, en representación del Gobernador del Estado.

a) Finalidad

La situación en la que se encuentran las industrias es preocupante, por lo que los productores ven la necesidad de aventurarse a la expansión y el crecimiento productivo, ya que es un problema muy serio y delicado el desconocimiento de estos productos. Razón por la cual se da a conocer y promociona la artesanía con calidad de exportación, que se produce en el municipio y así poder encontrar nichos de mercado.

La razón por la que se realiza la Expo Feria del sombrero y del huarache en el periodo que abarca los días 25 de Julio al 4 de Agosto del 2002, es la afluencia de visitantes que tiene el municipio, debido a las fiestas del patrón Santiago, razón por la cual acude con facilidad un mayor número de personas a eventos realizados en esas fechas. Dentro de la Expo Feria los



Puesto de Artesanías de la Fiesta del Patrón Santiago.(40)



Algunas de las personas que asistieron a la Expo Feria del sombrero y del huarache. (41)

productos son expuestos a manera de estantes o exhibidores ubicados en la plaza principal del municipio, ya que la plaza es un punto de reunión para muchas familias, habitantes de poblaciones vecinas y turistas, entre otros. "Prueba de ello en los 9 días hubo una afluencia de 250,000 personas en un horario de 10:00 am a 10:00 pm." ¹⁶

Hay que recalcar que la finalidad de la Expo Feria no sólo es dar a conocer los productos y encontrar nuevas oportunidades de mercado, sino que existen otros factores que forman parte de los objetivos, como lo es el inculcar el arte en la realización de los productos, valorar la artesanía y rescatar esa tradición que los artesanos han dejado a lo largo de la historia, para transmitirlo de generación en generación.

¹⁶ Comunicación personal con la secretaria de promoción económica del H. Ayuntamiento 2002-2004 (15 de Noviembre de 2002)

b) organigrama

La idea y organización recae principalmente en la señora Esperanza Silva Sánchez, dueña de la fabrica Mestiza, la cual es representante de la Sociedad de Productores del municipio, los cuales exponen sus productos dentro del evento. Por parte del H. Ayuntamiento la organización y planeación del evento recae principalmente en el Sr. Miguel Ángel García Cervantes, Dir. de Promoción Económica del municipio. Para un mejor apoyo el H. Ayuntamiento distribuye en departamentos a toda la gente que apoyaría dicho evento.

Cada departamento está distribuido de la siguiente forma: en la cabecera el director de promoción económica, Miguel Angel García Cervantes, posteriormente la coordinadora de eventos culturales DIF, Patricia Zamora, Oficialía Mayor, Luis Manuel Prado, Seguridad Pública, Jesús Navarrete, Relaciones Públicas, Tania Paola Cevallos,



Presidente Municipal de Sahuayo, José Eduardo Anaya y algunos organizadores del H. Ayuntamiento. (42)



Sra. Esperanza Silva Sánchez y Sr. Miguel Angel García Cervantes, principales organizadores del evento. (43)

Planeación y desarrollo, Gerardo García. Dependiendo del departamento es la contribución hacia el evento. Se cuenta con la participación de productores como: Artesanías Arias, Productora de calzado Ortiba S.A. DE C.V., Calzado Mestiza, Calzado Artesanal Maya, Corporativo Usa Star S.A. DE C.V., Ortega Hermanos, A.Z.T.E.C. S.A. DE C.V., Artesanías Citlally S.A. DE C.V., Calzado Calzart de México S.A. de C.V., Fábrica de Sombreros Industrial Chávez, entre otros. El organigrama tiene como objetivo formar una estructura viable para desarrollar el evento de acuerdo con las necesidades del mismo, así como darle al público lo mejor en cuanto a servicios, lugar, horarios, etc. Planear y proponer ideas que beneficien la realización, para obtener una mejor aceptación por parte de la gente.

c) forma de financiamiento y operación.

El evento de la Expo Feria es financiado y apoyado en su mayoría por el H. Ayuntamiento, el cual proporciona desde el lugar para montar la exposición hasta los estantes de exhibición de los productos. También contaron con la promoción y difusión del evento en radio, como la Tapatía y la Pantera, que son las estaciones de radio-difusión en donde se anuncian comúnmente algunos comercios o expendios de sombrero y de huarache del municipio; de igual forma se hizo uso de la prensa en donde se publicó en periódicos como el "Tribuna de Sahuayo". La revista TVGuía y la televisión también fueron un medio de comunicación que se utilizó para difundir el evento; se recurrió al canal TV5 para llegar a ciudades circunvecinas, ya que este medio de comunicación es local.



La revista TVGuía contribuyó en la difusión de la Expo Feria del sombrero y del huarache. (44)



El canal de Televisión TV5 estuvo en la Expo Feria del sombrero y del huarache. (45)

Dicho evento se promocionó no como un evento industrial, sino como parte del programa de las fiestas patronales que se lleva al cabo en esas fechas. La promoción y difusión gráfica (carteles, trípticos, dípticos y volantes) no tenían una imagen propia del evento de la Expo Feria, sino que se dio a conocer con la imagen de las fiestas patronales del municipio; el diseño de esta difusión gráfica está a cargo de Roberto Ávalos, trabajador del H. Ayuntamiento. De esta forma los productores industriales sólo proporcionan los productos a exponer, en esas fechas. El H. Ayuntamiento, por medio del departamento de seguridad pública, facilita para el día del evento gente de seguridad para mantener el orden, ya que en esas fechas la ciudad está muy eufórica y acude gente de muchos lugares, no sólo del municipio.

d) diseño actual

El diseño de la Expo Feria aparece en ocasiones con la imagen de la fiesta patronal, promocionando la historia y tradición de un pueblo; en otros casos sólo es un manejo tipográfico, por lo que no se unifica la información a transmitir. De igual forma las imágenes son muy cambiantes, los colores que se utilizan no son los mismos, los formatos no coinciden con lo deseado y requerido, etc. Esto provoca una mala comunicación con el público en general, ya que la gente se confunde, piensa que dicho evento es parte de la fiesta patronal del municipio y no lo reconoce como una exposición industrial. Algunas de las imágenes que



Para la difusión del evento se utilizó el tríptico.(46)



Para la difusión del evento se utilizó el cartel, aunque la Expo aparecía como parte de las fiestas patronales. (47)

se utilizan para la difusión son los tradicionales tlhualiles, personajes representativos de la fiesta del patrón Santiago. Éste último también es utilizado en los promocionales.

Las medidas que se utilizaron en la propaganda son: tríptico, 25.7 x 21.6cm; volante, 20 x 8.8cm; cartel, 69 x 28.3cm.

3.- ¿Qué se ha hecho en el área de diseño?

Se considera que el diseño gráfico es una herramienta primordial en el desarrollo de nuestra vida cotidiana. Es una forma de comunicación, la cual transforma pensamientos y crea nuevas perspectivas, nuevas formas de solucionar problemas o necesidades gráfico-visuales de una forma creativa y funcional. El diseño está en todas partes: en los negocios, en las calles, en los productos, en los eventos, en la sociedad.

Se requiere de un análisis visual para poder comenzar a diseñar, ver estilos, colores, técnicas, modas etc. Por lo que se presenta a continuación una serie de imágenes que ejemplifican lo que se ha hecho en el área de diseño, relacionado con Expo Ferias o eventos industriales.

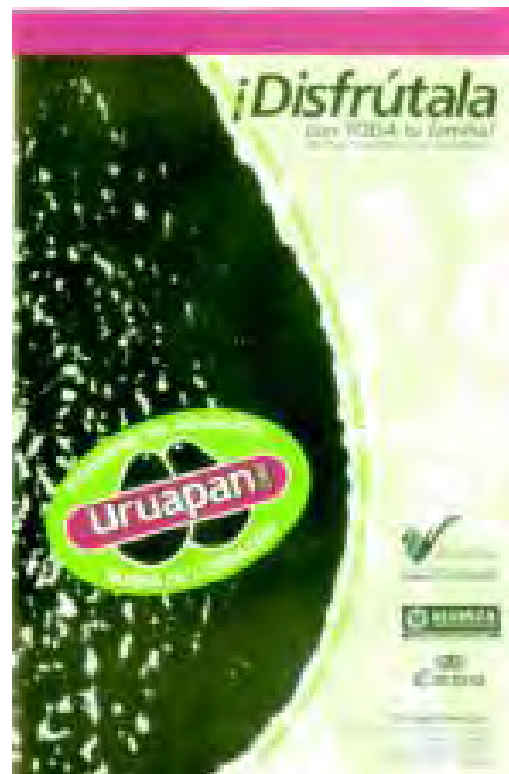


Imagen que representa la diversidad del diseño gráfico y la comunicación visual.(49)

Investigación y análisis de ejemplos de diseño



Tríptico de medidas 9x21cm (48)



Volante de medidas 12x21cm (50)



Tripticos de medidas 9x21cm (51a y 51b)

Imágenes de Ferias y exposiciones de Guadalajara. Van dirigidas a un público específico con el objetivo de lograr la asistencia al evento; son de diferentes áreas, (computación, industrial, empresarial y calzado etc.) y utilizan elementos que se relacionen con el evento como: zapatos, computadoras, mundo, etc. Así mismo, recurren a la fotografía, estilización y el manejo de tipografía . Los colores que manejan depende del giro del evento.



Imagen de página web de la Feria Anpic de Guanajuato. (52)

Imágenes de Ferias y Exposiciones de Uruapan Michoacán. Van dirigidas al público de Uruapan para que asistan al evento, utilizan elementos representativos del lugar como por ejemplo: el aguacate, las bateas, artesanías, Parque Nacional. Hacen de la fotografía, estilización e ilustración un recurso de diseño; los colores que manejan son muy vivos, con colores cálidos (como el rojo, amarillo y naranja etc) para llamar la atención del público; también son elegidos de acuerdo con el motivo. La tipografía es legible, destacando siempre la importancia de cada elemento.



Tripticos de medidas 9x21cm (53a y 53b)



Volantes de la Feria de Sahuayo Michoacán, con medidas de 9x21cm. (54a y 54b)



Tríptico de la Feria de Jiquilpan Michoacán, con medidas de 9x21cm. (55)

Imágenes de Ferias y exposiciones de Sahuayo y Jiquilpan Michoacán. Van dirigidas a gentes de municipios pequeños para que asistan a los eventos. No tienen buen manejo de diseño, utilizan elementos representativos del lugar o la feria como por ejemplo: el sombrero, el lienzo charro, templos, santos, luces de bengala o pirotécnicos, castillos etc. También hacen uso de recursos de diseño como la fotografía y la estilización; los colores que manejan son muy vivos, cálidos o contrastantes con el fin de llamar la atención del público. El uso de la tipografía no es el adecuado, ya que es muy ilegible, no le prestan cuidado a la importancia de cada elemento dentro de la composición, además de utilizar varias tipografías.



Díptico de una exposición de zapatos en Guadalajara, con medidas de 12x12cm. (56)

Imágenes de la Fiesta Patronal de Sahuayo Michoacán y de la Expo Feria del sombrero y del huarache del municipio. Van dirigidas al público en general ya que buscan la asistencia al evento. Utilizan elementos como sus tradiciones, ubicación, escudo, santos, personajes festivos, etcétera. También utilizan la fotografía y la estilización. Aunque el manejo tipográfico no es el adecuado, es legible (pero no impactante) y la composición, al igual que la estética no es la apropiada, ya que se convierten en sólo varios elementos amontonados.

Las imágenes de Ferias y exposiciones de Ziracuaretiro y San Marcos, van dirigidas a un público específico para que asistan al evento, utilizan elementos representativos del lugar como por ejemplo, las



El cartel de la Expo Feria del sombrero y el huarache Sahuayo 2003, y muestra del gafete de identificación. (58)

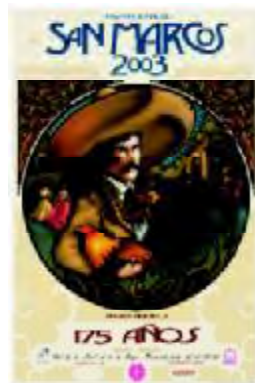


Cartel de la Feria de Ziracuaretiro, con medidas de 40x46cm. (57)

zazamoras, vacas, toros, charros. Hacen uso de la ilustración y estilización, los colores que manejan son muy vivos, con el objetivo de llamar la atención del público, y son elegidos de acuerdo al motivo del evento. La tipografía es muy legible y el manejo de la composición es adecuado.

Las imágenes de exposiciones en México van dirigidas a un público específico, con el objetivo de fomentar la asistencia al evento; utilizan elementos que representan el tipo de exposición que se realizará. Hacen manejo de la estilización y la tipografía para transmitir el mensaje.

Las imágenes de la Feria de Octubre de Guadalajara y de la feria patronal en Arenas de San Juan van dirigidas a un público específico para lograr que la gente asista al evento, utilizan elementos representativos de la exposición, hacen manejo de la fotografía, ilustración, estilización y tipografía para transmitir el mensaje. Los colores que manejan son muy llamativos, pero utilizan muchos elementos. Eso provoca que el diseño del cartel se muestre un poco confuso y dificulte la lectura.



Carteles de la Feria de San Marcos, los cuales miden 43cmx54cm (60a, 60b)



Arriba: Imagen de la Expo Diseño en México. (59a, 59b)
Abajo: Cartel de las Fiestas de Octubre en Guadalajara. (59c)

Las imágenes de la Feria de Durango y la Feria de tipo Carnaval en Brasil van dirigidas a un público específico, para que asista al evento. Utilizan elementos representativos de la exposición, así como hacen uso del manejo de la estilización y tipografía para transmitir su mensaje. Los colores son muy llamativos, representando la alegría y fiesta del carnaval.



Imagen de la Feria de Durango, la cual fue aplicada para su difusión. (61)

Conclusiones del análisis de las imágenes

El diseño de los ejemplos anteriores transmite los mensajes utilizando los recursos gráficos de acuerdo al tipo de evento, tomando en cuenta las tradiciones, costumbres y colores representativos de cada lugar en específico. La mayoría de los ejemplos utiliza los colores amarillo, verde y azul; en menor porcentaje se utilizan las gamas de rojos y violetas. Los formatos más utilizados son, para folletos y volantes, de 9x21cm; para carteles, de 44x63 y 43x54cm.

Las tipografías que manejan en su mayoría son palo seco (sin patines) lo que hace ver al encabezado principal del cartel,



Ejemplo de los errores más comunes que se encontraron en el análisis. (62)



Imágenes de la Feria y Carnaval de Brasil. (63a y 63b)

volante o folleto más legible en su lectura. Los errores más comunes en estas muestras son: la utilización de muchos elementos, ya que hace ver el espacio muy pequeño y saturado. También la diversidad de tipografías y el inadecuado manejo de la composición, pues pierde impacto y unificación.

Se hizo un pequeño estudio sobre las imágenes de la Feria de Sahuayo del año

1999 y 2002. Se le preguntó a 25 personas de diferentes puntos de la ciudad de Sahuayo qué opinaban de la imagen, si les gustaba o no, si asistieron al evento, y en caso de que no participaron, se les preguntó si asistirían y por qué. Todo esto con el fin de darnos una pequeña idea de lo que pide y piensa el público al cual se dirigió la publicidad de la Feria. El 68% dijo que les gustaba la imagen del año 1999 porque les daba la idea de una feria típica del lugar, que se realiza en la noche, además de ser más impactante por los colores que utilizaron. Mientras tanto, al 32% les gustó más la imagen de 2002, porque le da un toque de actualidad y



La opinión de la gente es muy importante, ya que es el público meta al que se quiere impactar. (65)

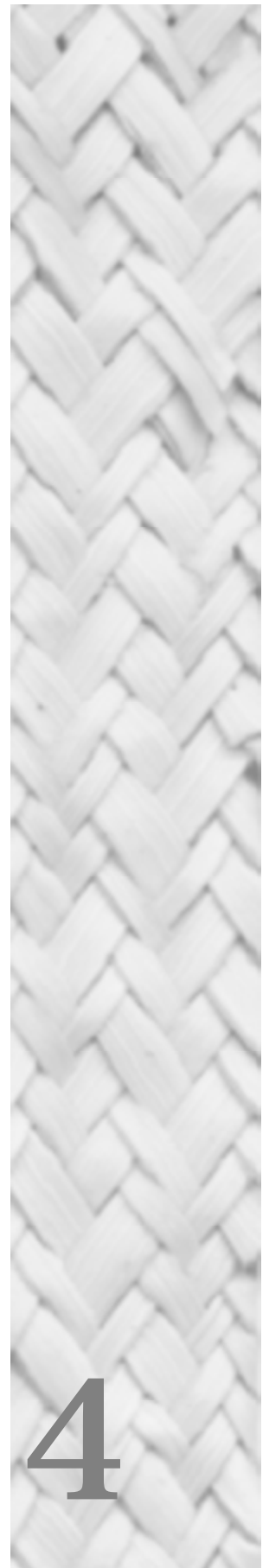


Se entrevistó a la gente para que diera su opinión acerca de la Feria de Sahuayo. (64)

progreso, lo leían más fácilmente y también por el contenido. El 100% asistió a la feria en el año 1999 y sólo el 40% asistió a la de 2002, ya que la feria se realizó en otro lugar, con otro sistema de organización, cobraron la entrada y todos los eventos dentro de las instalaciones.

El análisis muestra que la gente ve la imagen del folleto, volante o cartel que promociona al evento y a primera vista le gusta o no le gusta, y se da una idea de cómo será el evento, después lee la información y se convence de asistir o no.

Capítulo 4



1.-Diseño y comunicación visual



El diseño gráfico es una herramienta muy valiosa para comunicar correctamente los mensajes o ideas. (66)

El diseño y la comunicación visual es una disciplina que ayuda a resolver problemas de comunicación. La función del diseñador es transmitir un mensaje o una idea. Este tiene la capacidad de enviar el mensaje de forma gráfica, con imágenes o tan solo el uso adecuado de texto; también puede decidir los elementos que utilizará, como textos, ilustraciones, caricatura, fotografía, según lo que requiera el mensaje.

El diseñador tiene en sus manos el cambio de conciencia, la perspectiva y forma de pensar de las masas, ya que por medio de su diseño, crea un efecto en las personas respecto de la música, televisión, sociedad, política, cultura, tecnología etc,

lo que da origen a la alfabetización visual, es decir, ahora los diseños se ven, no se leen. Además puede especificar las técnicas de reproducción y de impresión, también los materiales necesarios para la reproducción exitosa.

Las soluciones a problemas específicos dependen de la época, del público al que se dirige el mensaje y del problema en sí.



La comunicación entre las personas es indispensable. (67)

2.-Áreas del diseño gráfico

Las principales áreas que constituyen el campo de acción del diseñador son Diseño de Imagen Corporativa, Diseño Gráfico en Cine y Televisión, Diseño de envase y embalaje, Diseño Editorial, Señalización, Diseño publicitario, Multimedia y Páginas Web. Estas áreas constituyen para el diseñador la base para desempeñar su trabajo de una manera adecuada, con un amplio panorama dentro de su campo de acción.



Ejemplo de diseño publicitario y diseño editorial.(69a y 69b)



Ejemplo de diseño corporativo. (68)

3.-El diseñador y la Imagen Corporativa

La Imagen Corporativa es llamada también Identidad Corporativa, conociendo así al conjunto de elementos formales que representan a una entidad, la imagen gráfica por la que será reconocida, y que por otra parte refleja una serie de cualidades o recursos que dicha entidad posee y requiere hacer conocer a la opinión pública como característica propia. ¹⁷

Existen elementos gráficos que componen una Imagen Gráfica. Se conocen como símbolos, logotipos, logosímbolos. *Los símbolos* son la parte gráfica, que puede ser imágenes figurativas o abstractas, según la necesidad. La responsabilidad del

¹⁷ Técnicas de Pintura y Diseño, Ediciones Génesis, S.A. 1992, Pág 33

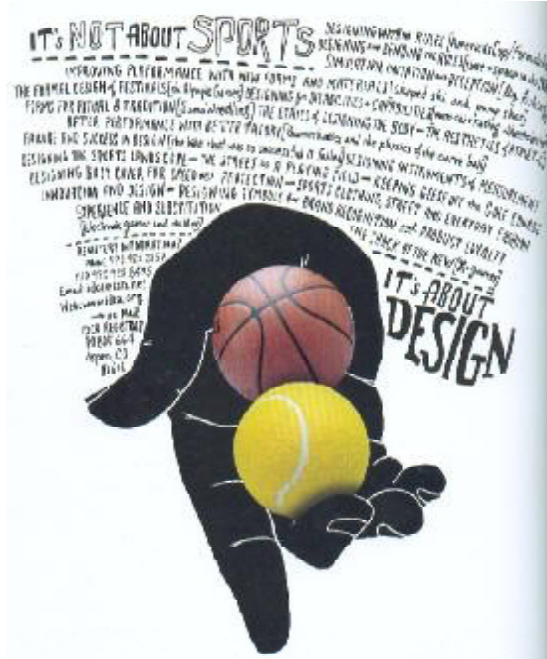
símbolo es muy grande ya que se dice todo por medio de gráficos sintetizados. *El Logotipo* está compuesto por las letras del nombre de la empresa, producto o evento; en el diseño de un logotipo la tipografía puede sufrir alteraciones, para darle un toque de personalidad que haga distinguir el logotipo del resto de los demás. Y *el logosímbolo* es la fusión del símbolo con el logotipo.



Ejemplo de logotipo (70a, 70b) y logosímbolo (70c,70d)

4.-El diseñador y la publicidad

La publicidad desempeña un papel muy importante dentro del campo de acción del diseñador, ya que el bombardeo de mensajes cada día es mayor, y la publicidad se hace necesaria para llegar al público específico, de una manera adecuada, pues el objetivo tanto del diseñador como de la publicidad es comunicar. La publicidad es llamada como tal, por tener la intención de persuadir, la existencia de un patrocinador y la transmisión a través de los medios masivos de información. 18 El diseño de publicidad tiene como limitantes el presupuesto con el que se cuenta, los medios en los que puede aparecer el mensaje, tamaño, color, impresión etc. La publicidad se relaciona estrechamente con el anuncio; éste se refiere al mensaje



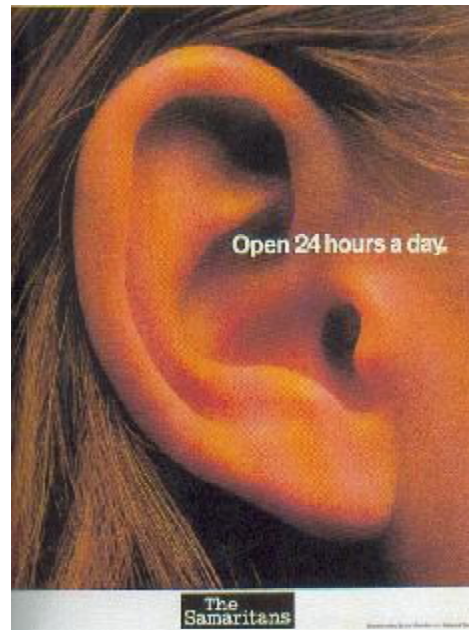
Ejemplo de publicidad, como medio de información. (71)

18 Publicidad, O'Guinn C. Thomas (et al), International Thomson Editores, México. 1999, Pág. 30.

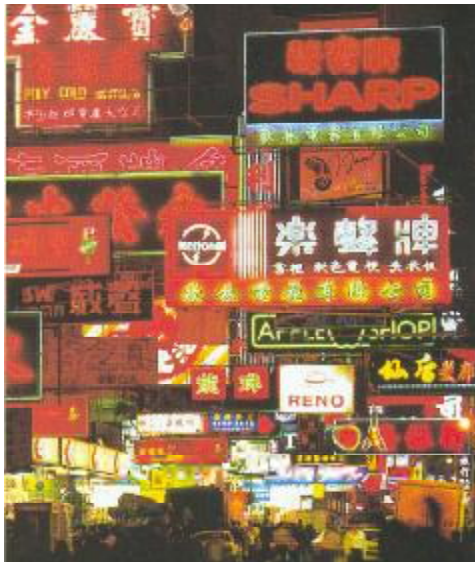
específico que se transmite al público con el fin de persuadirlo. También le concierne el término de campaña publicitaria, que corresponde a una serie de anuncios coordinados y otros esfuerzos de promoción que transmiten un solo tema o idea. 19

Los fundamentos teóricos de la publicidad ayudan al diseñador a realizar su difusión de una forma correcta puesto que la investigación, en conjunto con la Psicología, son instrumentos del soporte teórico que fundamenta el contenido y la forma del mensaje.

Uno de los principales estudios



La publicidad se relaciona estrechamente con el anuncio. (73)



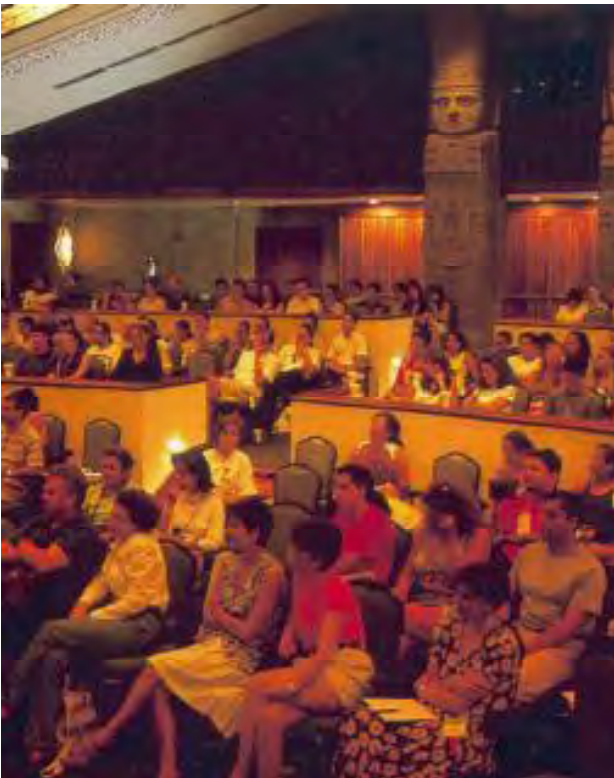
La publicidad llama la atención del espectador. (72)

psicológicos de la publicidad (se le conoce con las siglas AIDA) tiene como objetivo llamar la atención, despertar interés, generar un deseo y conducir a la acción de compra. Los estudios publicitarios se enfocan básicamente en la gente consumidora; para eso analizan su comportamiento. En la publicidad es indispensable investigar, para posteriormente saber qué decir. Aquí se determina el contenido del mensaje, cómo decirlo para que el receptor lo capte con facilidad, dónde y cuándo decirlo, que equivale a la elección del medio, frecuencia, lugar, hora, según el tipo de campaña.

19 Publicidad, O'Guinn C. Thomas (et al), International Thomson Editores, México. 1999, pág.8

A) Comportamiento del consumidor

Se basa en la toma de decisión de la compra y lo que rodea a ésta. Los factores que influyen en la mente del comprador son muy variados, ya que difiere el interés hacia un producto, de acuerdo con la perspectiva del consumidor, la necesidad de un producto en especial, el mercado y la idiosincrasia del mismo.



Existen diferentes tipos de públicos, así como productos.(74)



Hay diferentes reacciones en cada consumidor (75)

B) Segmentación del mercado

Se refiere al desglose de mercados, es decir un conjunto de consumidores que tengan rasgos específicos y similares, (o iguales) en la realización de la compra, con el fin de que sea manejable el proceso de la difusión. Aquí interviene el comportamiento de los usuarios leales al producto o marca, los buscadores de variedad y los nuevos consumidores. "Existe segmentación demográfica, se refiere a las características básicas como la edad, sexo, raza, estado civil, ingresos, educación y ocupación. Segmentación geodemográfica, señala los vecindarios, la ciudad o país." 20

C) Tipos de publicidad

Los tipos de publicidad se basan principalmente en las metas del anunciante. Si el propósito es estimular la demanda primaria, entonces se promociona un producto en general, sin importar marcas, con el fin de educar a los compradores potenciales en cuanto a los valores de esa categoría de producto. Dicha estimulación suele encajar en la publicidad de las industrias.

Por el contrario, si el propósito es estimular la demanda selectiva, entonces se promociona una marca específica, resaltando las diferencias respecto de otras marcas. Existe también otro tipo de publicidad, la llamada publicidad de respuesta directa, la cual solicita al receptor una acción de compra inmediata y la de respuesta retardada; busca el reconocimiento de marca. Por último se encuentra la publicidad empresarial, que promueve a toda una compañía.



Ejemplo de tipo de publicidad. (76)



Ejemplo de tipo de publicidad. (77)

D) Medios de información

1.-Publicidad en Televisión

En televisión lo más usual es el spot o comercial, transmitido por medio de una película que dura aproximadamente entre 10 y 60 segundos. Un anuncio transmitido en este medio es lo más recomendable para llegar a millones de personas, con el fin de anunciar productos de consumo masivo. El *spot* (espacio televisivo que se vende para comerciales) implica la creación de un *story board* o *viñetas* (serie de recuadros que equivale a una toma) en las que aparecen los dibujos que se acercan a la realización del comercial, utilización de música y sonidos especiales. La televisión requiere la responsabilidad de varias personas, puesto que su fin es la comunicación eficaz; por tanto, suele tener costos elevados.



Ejemplo de cartel (Cartel de Rafael Lopez Castro.) (78)

2.-Publicidad en la radio

Otra opción para transmitir mensajes, es por medio de una emisora de radio, la cual se le conoce como “el teatro de la mente”, expresión que alude al poder de la publicidad en radio para crear imágenes vividas y poderosas en la mente del receptor.” 21

En la radio no se cuenta con imágenes, por lo que se tiene más cuidado en las “imágenes sonoras”, las voces de los locutores, pues son los que abren fronteras a la información.

Se considera un medio de comunicación masiva, que ofrece flexibilidad y rapidez en la transmisión de mensajes, además de ser más barato que la televisión. La elección de este medio depende del tipo de producto, del presupuesto, del público meta o audiencia y la frecuencia con que el mensaje es transmitido.

3.- Publicidad Gráfica

a) Periódico

Es el medio más accesible, pues ofrece al anunciante diversas ventajas: bajos precios en el espacio publicitario, diversidad en los formatos, la selectividad de público, la credibilidad, el alcance, la distribución rápida, pero sobre todo la constancia y lealtad del público lector.

b) Cartel

Es la forma de publicidad más antigua. Los carteles son la herramienta de promoción más barata de la actualidad y están considerados como publicidad de tránsito, pues son anuncios al exterior, colocados a la intemperie. Presentan la ventaja de tener mayor campo visual y permanencia, pero su desventaja es la fugacidad, debido a la forma en que se



Ejemplo de publicidad en periódico (79)

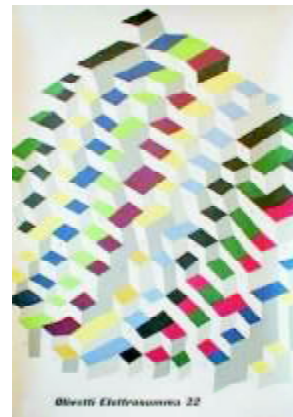
expone. Son un medio de comunicación impreso, no encuadernado y colocado en lugares estratégicos; son un grito pegado en la pared.

Una de las características del cartel es la sencillez, pero sin dejar de captar la atención del público. En un instante, y sin necesidad de que el público se detenga a observarlo, el mensaje debe llegar a la mente. Las medidas del cartel se ajustan al tamaño máximo del pliego en que se imprime. "Es muy usual dibujar los originales en cartulinas de 1.02m X 0.75m." 22

Lo importante, en el caso del cartel, es obtener el mayor campo visual o dimensión, a fin de poder adosarlo a una



Ejemplo de publicidad gráfica en el cartel. (80a, 80b)



Ejemplo de publicidad gráfica en el cartel.(81a, 81b)

pared. Al cartel se le da un enfoque social; se emplea comúnmente para la publicidad de eventos sociales, culturales, políticos; tiene una utilidad eminente en el ámbito comercial.

Las variantes del cartel son:

.La cartulina, que tiene la encomienda de dar información detallada, diseñada para ser observada con detalle. Dentro de esta variante se consideran las banderolas, diseñada para interiores; el banderín, que lleva el escudo o logotipo que los representa; el estandarte, el cual es la mezcla de los anteriores, con la diferencia que no se adosa a la pared.

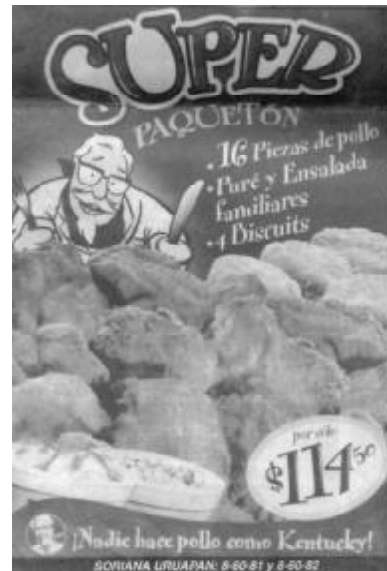
.La pared o barda es utilizada para anunciar o informar acerca de un evento o producto. Es de bajo costo, se pinta o rotula, por lo general lo que aparece es texto sencillo que logre comunicar.

.La manta es un medio impreso en tela, ya

sea que se pinte o imprima en serigrafía; es de bajo costo, por lo que es utilizada con mayor frecuencia en campañas publicitarias, también para difundir eventos tanto sociales, culturales y políticos. La tela debe resistir las condiciones del medio ambiente ya que la manta es colocada en exteriores a la vista de todos, en un punto estratégico. El mensaje debe ser muy claro, sencillo y corto, para que logre el objetivo. El anuncio espectacular, considerado de mayor eficacia, debido al ángulo de visión y dimensiones que maneja. Su objetivo es llamar la atención del público y transmitirle un mensaje en pocos segundos. Su variedad en tamaño hace que resalte del entorno y que un gran número de personas lo distingan a gran distancia.



Ejemplo de publicidad gráfica (82)



Ejemplo de publicidad gráfica (83)

El estándar modular de papeles para anuncios de espectaculares es el siguiente:

23

- Para anuncios de 39 secciones, módulos de 1.20X1m
- Para anuncios de 27 secciones, módulos de 1.20X1m
- Para anuncios de 15 secciones, módulos de 1.34X1.03m
- Para anuncios de 12 secciones, módulos de 1.25X0.80m
- Para anuncios de 9 secciones, módulos de 1.00X1.33m
- Para anuncios de 2 secciones, módulos de 1.20X0.95m

c) revista

Es el medio de comunicación impreso de alta calidad y circulación masiva, considerado también como un producto comercial, o medio de venta permanente. El público al que dirige su mensaje está segmentado; sus costos son elevados, la periodicidad, el contenido y el formato varían según el tipo de revista.

d) artículos promocionales

Son de uso personal, otros de consumo o prestan servicios durante un periodo determinado. Tienen la característica de ser publicidad directa, es decir, poseen una comunicación directa con las personas o público, ya que transmiten información impresa o grabada sobre un producto, una marca o servicio. Algunos de ellos son: calendarios, agendas,



Ejemplo de publicidad en revistas. (84)



Ejemplo de publicidad en folletos. (85)

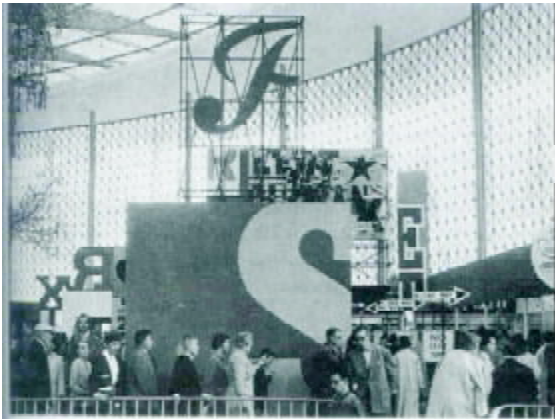
carpetas, bolsas, bolígrafos, llaveros, tazas, calcomanías, playeras, pines, ceniceros, tarjetas postales, etc.

e) volantes

Son considerados publicidad impresa poco efectiva, ya que no trascienden en el público: se lo proporcionan y lo tira; además, su distribución es poco efectiva. Son utilizados para anunciar ofertas de productos o servicios; sus costos son bajos.

f) folletos

Son considerados material de apoyo a los esfuerzos de venta, ya que tienen la característica de proporcionar información de apoyo, respaldo o con fines educativos. Ayudan a conocer lugares, eventos, compañías etc, resaltando las características que los hacen diferentes, con la finalidad de atraer futuros clientes.



Ejemplo de lugares donde se exhibe productos.(86)

g) *flyer*

Es un medio de publicidad gráfica de alto impacto, sirve para exhibir o publicitar un producto o marca, utiliza materiales resistentes, puede ser portátil y muy ligero, emplea soportes o autosoportes. Se considera que el *flyer* provee movilidad en gráficos de diferentes tamaños a muy bajos costos.

E) Medios de apoyo para la difusión comercial-industrial

Los medios de apoyo se utilizan para reforzar la transmisión del mensaje. En el caso de la publicidad industrial se emplea la promoción de ventas; en ésta se usan técnicas incentivas dirigidas al público, con el propósito de que valoren más el producto y generar así un incremento en

las ventas. Otro recurso son las promociones de negocios en las que destacan las Ferias Comerciales, reuniones en las que se exhiben varios productos relacionados de muchos fabricantes y se muestran al consumidor. "Las ferias comerciales llegan a ser de importancia para una pequeña empresa que no puede permitirse el pago de publicidad" ²⁴

Por medio de ellas los fabricantes adquieren nuevos clientes y aseguran el contacto con otras empresas. La promoción dentro de las ferias comerciales está apoyada en la creación de "carteleros en movimiento", que son todos los recuerdos que se proporciona gratuitamente al visitante y que, generalmente, son patrocinados.



Lugar donde encuentras publicidad comercial (87)

²⁴ Publicidad, O'Guinn C. Thomas (et al), International Thomson Editores, México. 1999, Pág. 510.

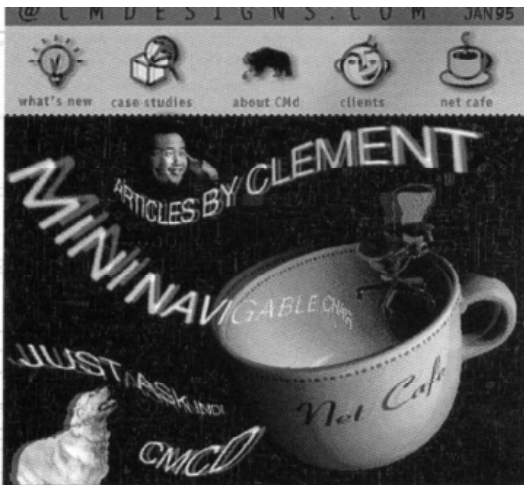
DIFUSIÓN DE FERIAS COMERCIALES:

La difusión de una Feria Comercial es muy importante, ya que de ella depende el despertar el interés del consumidor por un producto en específico, provocando el aumento o descenso de las ventas. La difusión sienta sus bases en el diseño publicitario, ya que ayuda a crear una campaña promocional para llamar la atención del consumidor, haciendo énfasis en el producto o productos del evento. Dicha campaña está formada por una serie de anuncios con un concepto específico, el cual se define a partir de la solución de preguntas como: ¿Qué voy a decir?, ¿Cómo lo voy a decir?, ¿Dónde y cuándo? Se debe seleccionar los medios en que va a salir la publicidad, como el radio, prensa, televisión, Internet, etc.



Ejemplo de recursos para dar difusión y promoción a productos, empresas o servicios. (89)

Se elige la frecuencia con que saldrán los anuncios, el lugar, el tipo de programa, la página en caso de publicitarse en periódico o revista, la ciudad, el país, etc. También se elige el horario de transmisión; esto se determina de acuerdo con el tipo de audiencia o público al cual va a dirigirse la campaña.



Ejemplo de recursos para publicitar algún producto. (88)

El diseñador de la publicidad hace uso de la publicidad gráfica como el cartel, manta, barda, espectacular, volantes, folletos, entre otros, con el fin de dar a conocer el evento de una forma introductoria; esta publicidad que se realiza antes de que se lleve a cabo el evento, debe ser de gran intensidad para causar un mayor impacto. El día del evento la publicidad está presente en los flyers, puntos de venta, stand, artículos promocionales etc.



Los colores nos transmiten mensajes. (90 a, 90b)

F) Psicología del color

El color es muy importante para el diseñador, ya que las personas experimentan reacciones físicas y mentales ante determinados colores, debido a que la memoria del ser humano forma significados de acuerdo con sus experiencias y gustos. Las preferencias del color varían constantemente para cada persona y público consumidor; se rigen por medio de la moda, las temporadas, edad, sexo, religión, el aspecto cultural, económico y político. Por esto, es indispensable para el diseñador estar enterado de todas estas variaciones, para poder aplicarlas a el diseño, según la necesidad del problema gráfico-visual.

G) Tipografía

El diseñador se rige por una serie de principios; uno de ellos es el uso de letras, ya que la tipografía es un lenguaje textual por el cual se manda mensajes. En la tipografía se debe cuidar el espacio entre palabras y entre líneas, también el peso de la letra o grosor, porque la masa visual de la letra en conjunto con los otros, nos da la legibilidad necesaria para que pueda ser leído el mensaje.

El diseñador debe dar un toque personal a la letra para diferenciarla de las restantes y lograr un manejo tipográfico único.

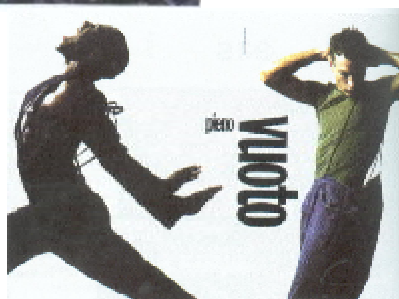


El uso de la tipografía es indispensable. (91)

H) Imagen

Las imágenes son todas aquellas representaciones visuales y mentales que las personas retienen cuando se les transmite un mensaje; pueden ser reales o no, ya que son manejadas de forma personal, dando una interpretación de acuerdo con sus experiencias.

Las imágenes tienen que ver con la moda y la cultura, debido a la gran influencia que tienen sobre de las personas. Es por eso que el diseñador gráfico, comunica o transmite mensajes por medio de ellas, por ser un medio de lectura rápida, también las usa para identificar una marca, compañía o evento, para adquirir personalidad, crédito y reconocimiento. Las imágenes pueden ser:



Ejemplo de publicidad haciendo uso de la fotografía. (92)



Ejemplo de publicidad haciendo uso de la ilustración. (93)

Fotografía:

Utilizada frecuentemente en anuncios y carteles ya que se puede fácilmente brindar efectos con la luz, lo que resulta muy atractivo para el producto y el público. La imagen será percibida lo más acercada a la realidad y, por medio de una buena composición, los elementos utilizados y el entorno, puede dar resultados excelentes.

Ilustración: La ilustración puede considerarse como un arte visual, ya que utiliza complementos de diseño como la ornamentación y expresa sentimientos u opiniones en un espacio determinado. Puede ser un recurso gráfico para transmitir nuestro mensaje con un objetivo determinado.

5.-Sistemas de impresión

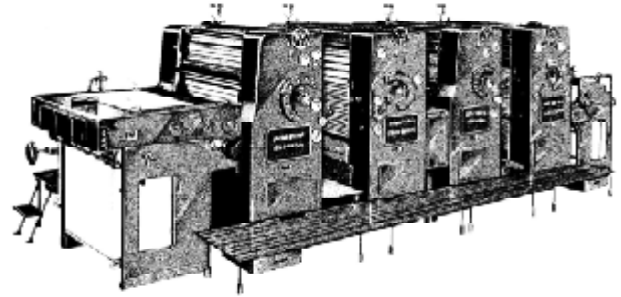
Preprensa

Antes de mandar imprimir un trabajo a la imprenta, se debe realizar un original mecánico de impresión, el cual no debe tener ningún error; si lo tuviera, al mandarse reproducir se imprimirían todos los errores causándonos errores desastrosos y dinero al corregirlos.

En el original mecánico de impresión se marcan las instrucciones que requiera el diseño creado, el cual se presenta en blanco y negro. Si cumple las expectativas del cliente se manda a la imprenta a reproducirlo. Los sistemas de impresión más usuales son:



El original mecánico es muy importante para una buena reproducción (94).



Ejemplo de la máquina offset (95)

a) Offset

La impresión se basa en el principio de la litografía (impresión indirecta con piedra), pero en vez de imprimir la hoja o sustrato poniéndola en contacto con una piedra, la impresión se realiza por medio del contacto entre sí, de tres cilindros. Sustenta el principio de repulsión del agua y la grasa. El primer cilindro lleva la plancha, que es humedecida y entintada; el segundo, de goma, recibe la impresión y traslada la hoja al tercer cilindro que es el de presión.

b) Huecograbado

Es la impresión en la que la imagen se graba sobre la plancha o cilindro, por medios fotográficos o electrónicos. El procedimiento de impresión es el siguiente: El área a imprimir está grabada en una placa de metal que se cubre con tinta y posteriormente se limpia, quedando los huecos llenos de tinta, luego se transfiere la imagen al papel. Este sistema es ampliamente utilizado por los periódicos ilustrados, empaques, catálogos, folletos y revistas de gran difusión y grandes tiradas.

c) Flexografía

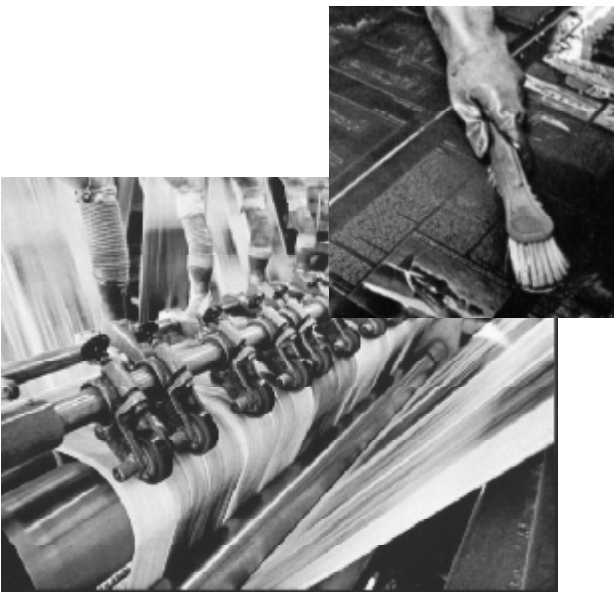
Es el sistema de impresión que utiliza tintas fluidas de secado muy rápido; imprime sobre una bobina de papel sin fin que se mueve muy rápido. Es un proceso de absorción de tintas que lo hace antieconómico.

d) Serigrafía

Es una variante de la impresión con plantillas; la diferencia con otras formas de impresión es que no se basa en el contacto del papel con una superficie que lleva la imagen, sino que la tinta pasa a través de una trama donde se montó la plantilla.



El papel y el terminado es muy importante para el diseñador. (97)



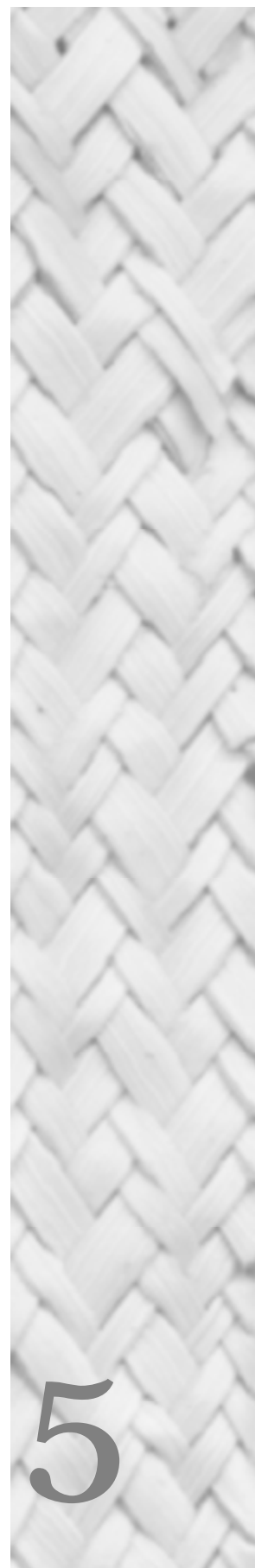
El tipo de impresión y el papel ayudan a tener un resultado favorable en nuestros diseños. (96a,96b)

Papel y acabados

El papel es un elemento muy importante para el diseñador, ya que es el sustrato en el cual se trabaja para ser visto por el espectador. Para seleccionar un papel se considera la estética, el color, peso, suavidad, textura, resistencia, absorbencia, el costo, pero sobre todo el proceso de impresión adecuado.

Los acabados son los servicios que ofrece el impresor, además de la impresión como son: el cortado, perforado, plastificado, barnizado, el pegado, troquelado, encuadernado y metalizado, según se requiera.

Capítulo 5



1.-Proceso de diseño

Para darle continuidad a la parte de investigación del proyecto y poder comenzar a trabajar en cuestión de diseño, propuse un análisis breve, para darme cuenta hacia dónde me iba a dirigir. Éste incluía:

Datos referentes

El municipio de Sahuayo, que se localiza al noroeste del Estado de Michoacán, limita al norte con Venustiano Carranza, al este con Villamar, al sur con Jiquilpan y al noreste con Régules; en la actualidad cuenta con una población aproximada de 130,000 habitantes. Su principal actividad económica son las industrias del sombrero y del huarache, que producen para abastecer las ferias regionales o nacionales e, incluso, mercados de países vecinos.



Vista panorámica del municipio de Sahuayo. (98)

Necesidad o situación problemática

La fabricación del sombrero y del huarache es de suma importancia para el avance económico en esta área; pero ninguna de las industrias tiene una difusión adecuada, así que todas las actividades, oportunidades de negocios o la gran variedad de productos que ofrecen al público en general, pasan desapercibidos; razón por la cual los productores tratan de mostrar sus atributos industriales para captar la atención y despertar el interés por conocer más acerca de estas industrias. Nace la idea de organizar la primera Expo Feria del sombrero y del huarache; dicho evento se ha venido realizando como parte de las fiestas patronales del municipio, por lo que la difusión del evento no es la adecuada, la falta de imagen que identifica al evento como una exposición de una Feria Industrial-comercial.

¿Por qué Expo Feria?

Se le da dicho nombre ya que el término Expo se utiliza para referirse a una serie de conferencias, pláticas, exhibiciones, demostraciones y espectáculos donde el público puede participar y ponerse al tanto de la situación del producto ante el mercado. Y el término de Feria se utiliza hablando comercialmente para referirse a los encuentros periódicos o esporádicos entre compradores y vendedores para mostrar las más diversas mercancías.



Público que asistió a la Expo Feria (99)

Objetivo

Apoyar a las industrias por medio de la imagen para la Expo Feria con el fin de dar identidad al evento. Difundir dicha imagen para que el público en general la reconozca como tal.

Perfil/público meta

Su público es muy amplio: habitantes de la ciudad de Sahuayo y sus alrededores, turistas nacionales, turistas extranjeros, ganaderos, campesinos, empresarios etc, de todas las edades (según las entrevistas realizadas a las personas relacionadas con la organización del evento).

Es todo tipo de gente, de todas clases sociales, gente que le gusta divertirse, trabajar, informarse y asistir a eventos culturales en un ambiente familiar, gente que le gusta admirar las artesanías

michoacanas y seguir con las tradiciones, es decir un público en general, ya que no se puede seccionarse y dirigirse solamente a los empresarios o bien a los fabricantes, pues no se lograría el objetivo de la Expo Feria, que es darse a conocer y difundirse ampliamente ya que sólo tendría conocimiento una parte de la sociedad consumidora. En cambio, si se dirige el mensaje a todo tipo de público, abarcaremos a los habitantes de Sahuayo que son consumidores por tradición, la gente que viene de los alrededores (inclusive del extranjero) que compra este tipo de productos por ser artesanías de calidad, algunos otros para venderlos o simplemente por un gusto o necesidad, los ganaderos y campesinos debido a que, por las



Público que asistió a un evento nocturno organizado por la Expo Feria (100)

condiciones de sus trabajos, es muy usual que utilicen el sombrero y/o huarache, siendo clientes altamente significativos.

Por otra parte, es muy importante que los empresarios estén enterados que en el municipio de Sahuayo se fabrica sombrero y huarache de calidad, para así inducir a nuevas oportunidades dentro del mercado.

Recursos humanos

Es muy importante para la realización de la imagen del evento y su difusión, conocer las necesidades de los fabricantes, ya que ellos son los expositores del evento. También es indispensable tener contacto con la gente de organización.

En cuanto al área visual, se necesitará a un diseñador capacitado para comunicar adecuadamente el mensaje.

Recursos materiales

Ya que se cuenta con poco recurso económico, se considera que para la realización de la solución de dicho proyecto se contará con la participación de las personas que integran el organigrama actual, integrado por la representante de la Sociedad de Productores del municipio, encargada de coordinar a las diferentes fabricas productoras que exponen en dicho evento; por parte del H. Ayuntamiento, para la organización y planeación, se

trabajaría con el Director de Promoción Económica, quien coordina a su vez otras áreas.

Finalmente, se propone buscar patrocinadores que apoyen la realización de la Expo Feria del sombrero y del huarache de Sahuayo, con el fin de respaldar la exposición de productos de calidad.

Recursos de diseño

Para conseguir un buen manejo de aplicaciones para la solución del proyecto, el diseñador debe hacer uso de algunas áreas de diseño, tales como Diseño de Imagen Corporativa (con el propósito de dar una buena imagen al evento y del mismo modo adquirir identidad, logrando resaltar las características propias de las



Lugar donde venden sombrero y huarache, en la ciudad de Sahuayo. (101)

industrias); Diseño Publicitario (pues es necesario crear una estrategia de publicidad para transmitir el mensaje al público, utilizando algunos medios de comunicación como el periódico, revista, radio, televisión); Diseño Editorial (importante para saber distribuir adecuadamente la información del evento en diversos formatos para tener ya sea un folleto, un volante o un tríptico etc); la Fotografía (para darle realismo e impacto a las imágenes); la Ilustración (ya que es un buen recurso para representar las imágenes con un estilo propio); Y también hacer uso de la Teoría del Color (pues es necesario utilizar los colores adecuados para transmitir el mensaje y lograr llamar la atención del público).

Enfoque conceptual

Mi mensaje o transmisión de información al público en general es la promoción de un evento Industrial-comercial: La Expo Feria del sombrero y del huarache de Sahuayo Michoacán, donde se exhiben, promueven y venden únicamente sombreros y huaraches; con la finalidad de conseguir su asistencia los días del evento (25 de julio al 4 de agosto).

Enfoque expresivo

La trasmisión del mensaje debe ser amigable, y el mensaje en sí debe ser creíble, sincero, claro, directo, impactante, continuo y propositivo para que el receptor lo capte como una invitación a un evento de calidad donde se exponen productos de calidad y muestre interés en asistir. El



Fabricantes de huarache que participaron en la Expo Feria (102)



Vendedores de huarache que luchan por mejorar la situación de la industria. (103)

mensaje dirigido al público debe hablarse en su lenguaje para que el receptor capte el mensaje con facilidad con el objetivo de conseguir primero que nada su atención, posteriormente despertar el interés, generar un deseo y conducir a la acción de compra. El enfoque puede ser apoyado por la psicología del color y el manejo de las imágenes, que pueden ser fotografías o ilustraciones, según sea el caso o aplicación.

Enfoque funcional

Los aspectos técnicos no pueden dejarse a la ligera, ya que todo el diseño debe ser aplicado correctamente y mandado a imprimir para que pueda llegar al público. De acuerdo con el número de impresiones para algunas aplicaciones (como el cartel, los folletos, etc) es recomendable la impresión en offset debido al tiraje, número de tintas (cuatricromía) y la calidad de impresión que se obtiene.



Evento nocturno organizado por la Expo Feria del sombrero y el huarache 2003 (104)

a) primeros pasos del proyecto

Una vez que se concluyó la parte de investigación, se optó por dar solución al proyecto y conseguir el objetivo planteado. Para esto se dividió en pasos el proceso de diseño:

- *Creación de la imagen del evento
- *Estrategia de medios
- *Evaluación

La creación de la imagen para la Expo Feria del sombrero y el huarache, es indispensable para darle identidad al evento, con la finalidad que la reconozcan como tal. Por ello debe reflejar fielmente una exposición de artesanías de calidad, que es precisamente la personalidad del evento. Las artesanías que se exponen son exclusivamente sombrero y huarache, además de que los materiales que utilizan para su fabricación, en su mayoría son fibras naturales.

Se debe lograr que la imagen sea comprensible, funcional, atractiva al público y que realmente represente todo lo que envuelve o involucra al evento como: una exposición de calidad, demostración de materiales, evento joven, materia prima, producto, artesanía, etc. (Dichos elementos ayudan a

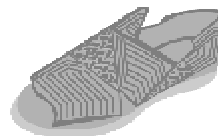
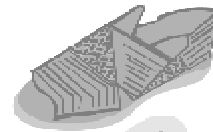
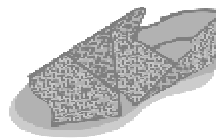
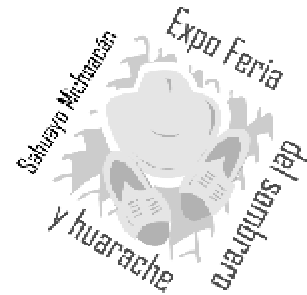
reflejar el concepto del evento). Posterior a la imagen, se pretende analizar qué medios son favorables para la difusión del evento, creando así una campaña estratégica para captar la atención del público y lograr que asistan. Dentro del proceso para la realización del evento se considera una etapa de evaluación, donde se obtendrá valores cuantitativos que ayudarán a saber si se logró el objetivo del evento, ayudado por la estrategia.

b) bocetos preliminares

Ya que el proceso de diseño estaba planteado, se tenía el conocimiento del objetivo a seguir, además de saber el concepto a manejar, se generó una lluvia de ideas, la cual tenía el objetivo de representarlas a nivel boceto, por medio de figuras, formas, imágenes, para connotar la personalidad del evento.

Los elementos que deben aparecer en el diseño de la imagen son el sombrero y el huarache, ya que representan piezas importantes en el mismo; los demás, pueden ser meramente decorativos.

Se buscó consolidar las ideas, buscando composiciones de imágenes y tipografía para que fuera agradable, sencillo y fácil de comprender.



Se hizo pruebas tanto de color como de composición, formatos, para analizar todas las ideas y recurrir a la selección de las mejores, por su funcionalidad, estética, y necesidades que requiera el evento.

Posteriormente se escogió tres propuestas de diseño. En la primera se maneja una textura simulando el huarache, en la segunda se utiliza los dos elementos para que sea más representativo, en la tercera se ocupó el par de huaraches, dándole énfasis al sombrero.



c) diseño final

De las tres posibilidades que se tenía, se optó por hacer una mezcla, tratando de dar una mejor solución, así que se sugirió utilizar como elementos el huarache y sombrero, dándole unidad, impacto e importancia a los dos por igual. Además se utilizó una textura para dar énfasis a los materiales que utilizan para su fabricación y una tipografía para referirse al nombre del evento.

Del mismo modo se bocetó las *ideas para plasmar el cartel*, pero se desechó algunas, ya que no representaban, reflejaban o distinguían al evento. Se buscó imágenes que plasmaran una realidad. La imagen ayudó para realizar las demás aplicaciones, ya que se siguió la misma idea para unificar ya sea con texturas, colores, composiciones etc. Dichas aplicaciones se muestran dentro del manual.



Bocetos del cartel.

El diseño final del cartel cumplía con la finalidad del mismo, que era proyectar el evento de una manera eficaz y despertar la inquietud e interés por asistir. Se creó dos carteles: el primero está enfocado a la promoción de la imagen del evento para que el público la reconozca como tal; el segundo da promoción al evento en sí, mostrando imágenes de lo que podrá encontrar en él.



Diseño final del cartel.

De igual manera, para la *propuesta de las lonas* se desarrolló varias ideas, ya que se quería lograr un mayor impacto e informar a través de este medio. Se trabajó con texturas para el fondo y se desarrolló una tipografía para "Sahuayo 2004," además de plasmar la imagen del evento, los patrocinadores, un slogan (frase que hace recordar el evento) y los datos básicos, como la fecha.



Bocetos del diseño de la lona.

Para el *anuncio espectacular*, se basó la idea en el cartel, pensando en un diseño unificado, para que el público, al verlo, sepa que es parte del mismo evento.



Bocetos del diseño del anuncio espectacular.



Diseño final del anuncio espectacular.



Bocetos del diseño de la portada de la revista.



Del mismo modo se bocetó las *ideas para plasmar el anuncio en revista, diseño para el programa, tarjeta postal, anuncio de prensa, gafete, volante y los artículos promocionales*. Todos con un análisis específico para crear la idea más original, pero funcional de acuerdo con cada medio. Se desechó algunas ideas, para llegar a la que mejor se adaptara a las necesidades del evento.

En el caso de la revista, se trabajó la idea pensando que aparecería como portada de la misma, así sabríamos qué datos tendrían que aparecer. Se trabajó con la imagen y el slogan, utilizando los colores ya establecidos.

Para el diseño del programa se verificó primero las actividades que se realizarían cada día, para poder diseñarlo acorde con las demás aplicaciones, utilizando texturas y plasmando la imagen del evento. Pero en este caso se cuidó mucho la tipografía y la legibilidad, ya que de este medio la finalidad es que sea leído.

Sucedió de igual manera para el diseño del anuncio de prensa. Se siguió el mismo estilo de diseño, con texturas y placas muy dinámicas, pero cuidando la legibilidad, ya que es muy importante que se pueda leer con facilidad, porque se pretende con este medio invitar a la gente a que participe y asista al evento.



Bocetos para el diseño del programa.



Bocetos para el diseño del anuncio de prensa.

Para el diseño de la tarjeta postal se trató de hacer algo muy sencillo, pero que impactara y llamara la atención del público, con la finalidad de conservarla. Dichas tarjetas se utilizarían para repartirlas como obsequio a las personas que consuman y participen dentro del evento.

En cambio, el gafete cumple otra finalidad: éste será útil para distinguir a los expositores del evento, y es a lo que se va a dar énfasis dentro del diseño.



Bocetos para el diseño de la tarjeta postal.



Bocetos para el diseño del gafete.



Para bocetar las ideas del volante, se pensó en que es un medio muy personalizado y también muy cuestionado, ya que el volante te lo entregan, lo ves y lo tiras. Pensando en sus pros y contras, se trabajó en ello, tratando de manejar un volante dinámico, fuera de lo convencional y eliminando el texto aburrido que siempre cuesta trabajo leer.

En el caso del diseño para difundir el evento por medio de pantalla de televisión, se pensó en la lectura. Busqué un diseño informativo sin dejar de ser agradable y dinámico, con la finalidad de transmitir al público el interés de asistir al evento.



Bocetos para el diseño del volante.



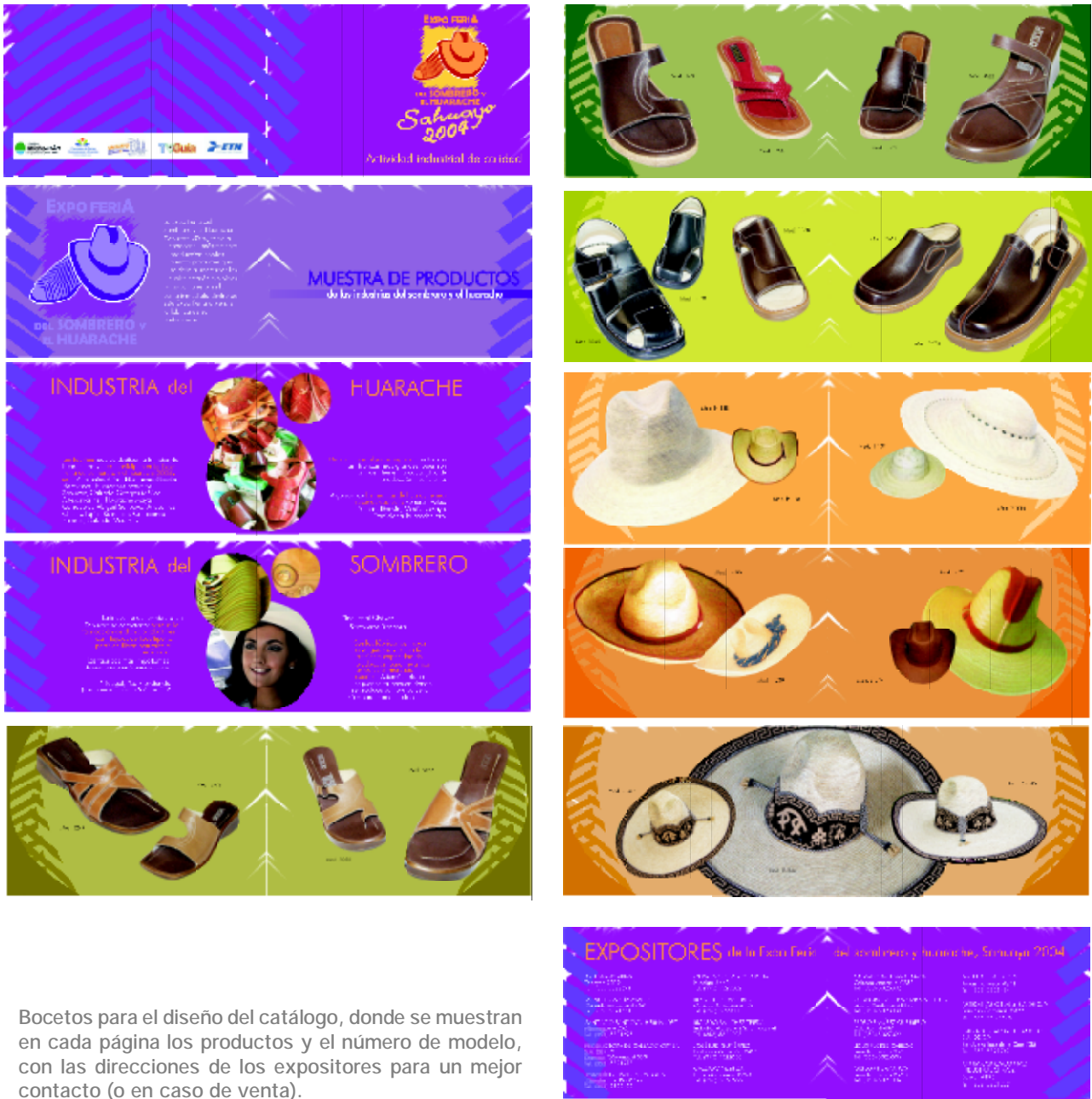
Bocetos para el diseño del anuncio en pantalla de Televisión.

Se pensó diseñar un folleto informativo, en donde la gente se diera cuenta de la situación de las industrias del sombrero y del huarache, pero esta idea no funcionó (era más importante mostrar al público cosas positivas que negativas), por lo que se mejoró la idea: en lugar de un folleto, se tendría un catálogo donde se mostraría el producto que saldrá al mercado.

Los aspectos de diseño a considerar son la legibilidad, impacto, funcionalidad, estética y unificación de diseño con texturas y colores.



Bocetos para el diseño del folleto



Bocetos para el diseño del catálogo, donde se muestran en cada página los productos y el número de modelo, con las direcciones de los expositores para un mejor contacto (o en caso de venta).

2.-Manual de identidad para la Expo Feria del sombrero y el huarache de Sahuayo, Michoacán.



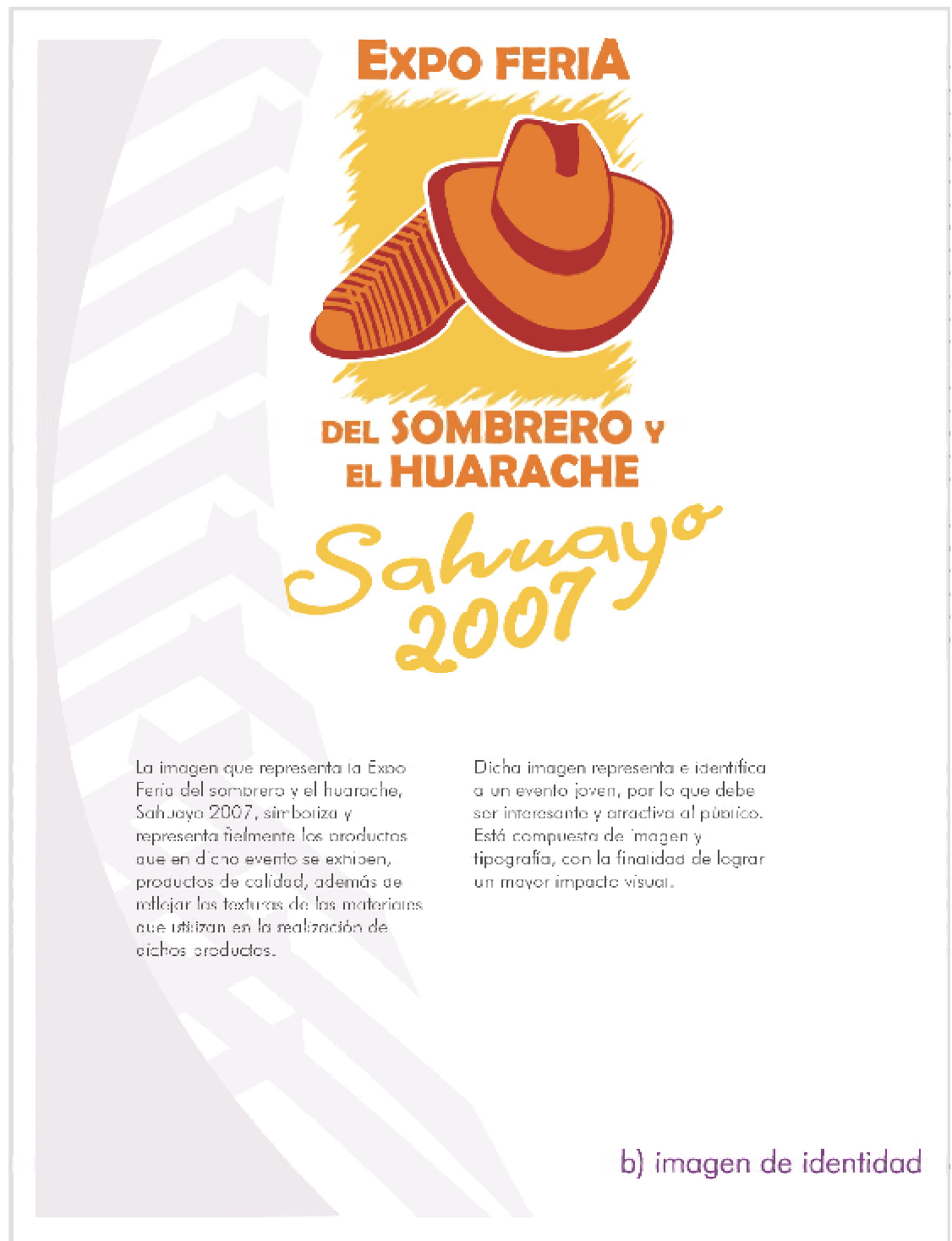
Primera Parte: Fundamentos

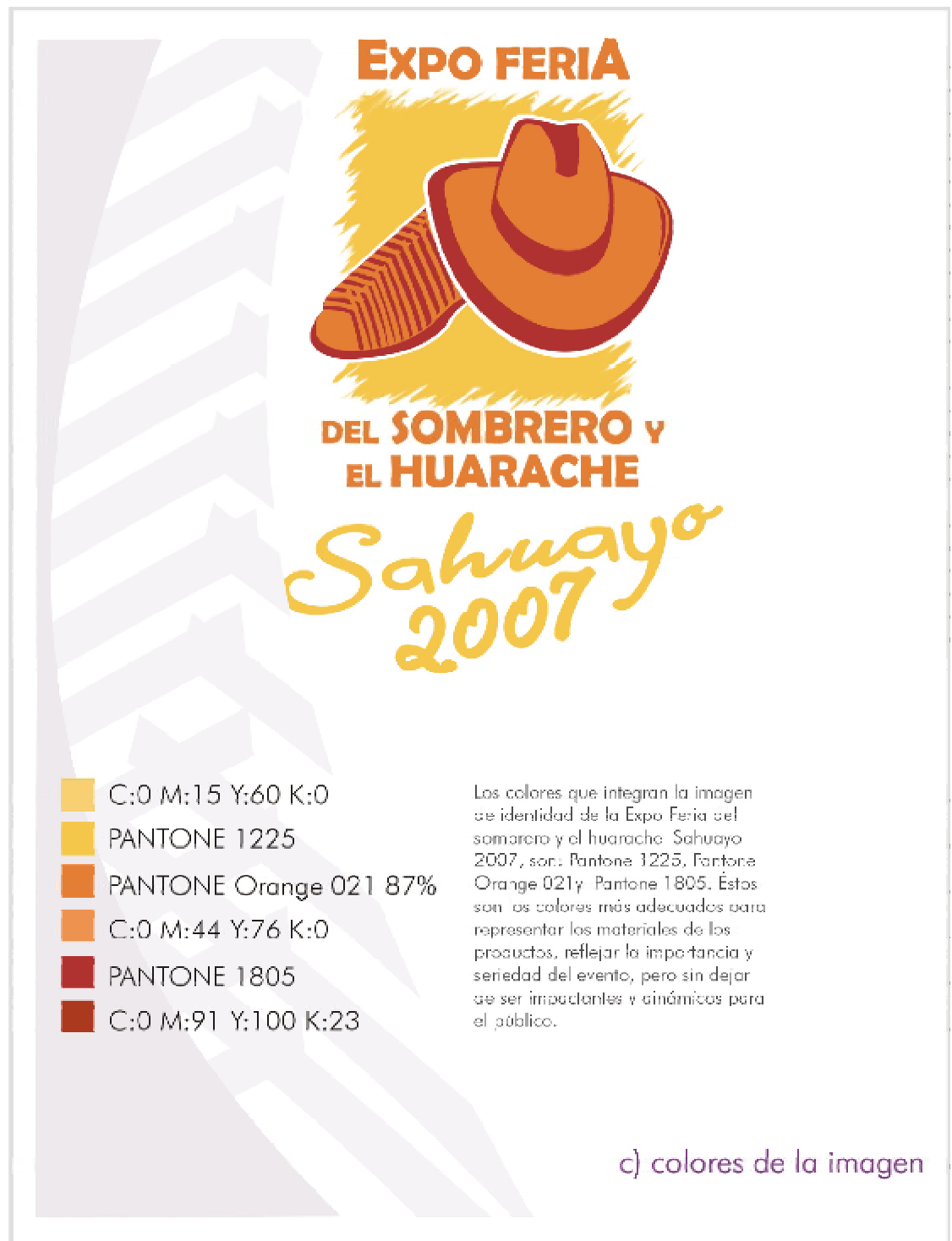



La Expo Feria del sombrero y el huarache, Sahuayo 2007 es un evento industrial-comercial que se lleva al cabo del 25 de Julio al 4 de Agosto, con la finalidad de promocionar y difundir dichas industrias, pues ambas desempeñan una importante función en el desarrollo y crecimiento de la ciudad. Es indispensable que dicho

evento se haga representar por medio de una imagen que identifique y englobe sus características, para un mejor reconocimiento. Por ello se propone un manual en donde aparece la utilización correcta de la imagen, además de todas las posibilidades de uso y aplicaciones.

a) introducción








EXPO FERIA

DEL SOMBRERO Y EL HUARACHE

- NEGRO 40%
- NEGRO 60%
- PROCESS BLACK
- C:0 M:0 Y:0 K:40
- C:0 M:0 Y:0 K:60
- C:0 M:0 Y:0 K:100

En el caso de impresión a bajo costo o que simplemente se requiera, la imagen de la Expo Feria del Sombrero y el Huarache Sabuayo 2007, podrá ser impresa en grises.

d) variantes de color



EXPO FERIA

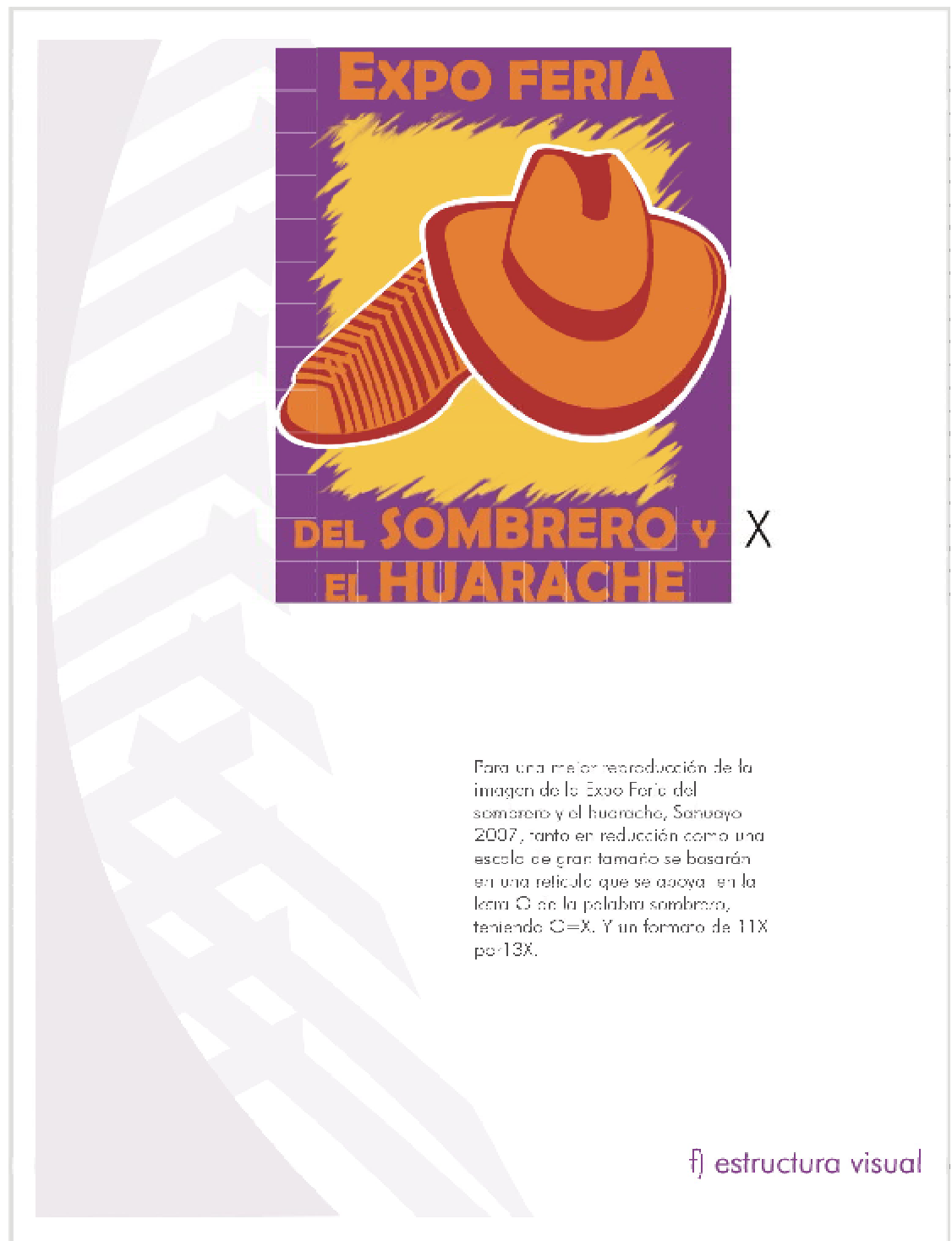
DEL SOMBRERO Y EL HUARACHE

■ PANTONE 2593 50%
■ PANTONE 2593 100%
■ C:40 M:50 Y:0 K:0
■ C:79 M:100 Y:0 K:0

En el caso de impresión a bajo costo o que simplemente se requiera, la imagen de la Expo Feria del sombrero y el huarache, Sahucayo 2007, podrá ser impresa a una sola tinta, utilizando porcentajes de la misma.

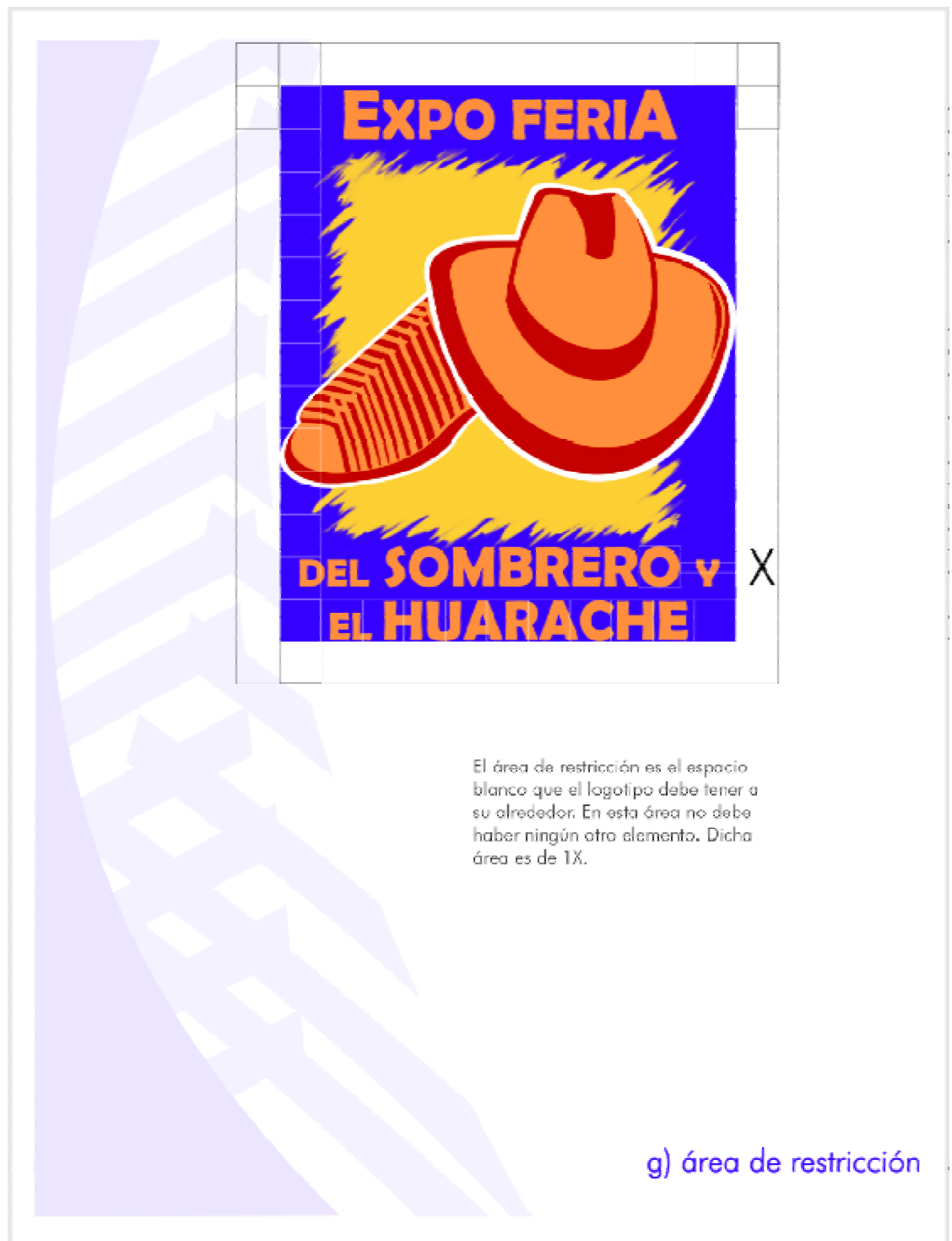
variantes de color





Para una mejor reproducción de la imagen de la Expo Feria del sombrero y el huarache, Sanuayo 2007, tanto en reducción como en un escala de gran tamaño se basarán en una retícula que se apoyará en la letra O de la palabra sombrero, teniendo $O=X$. Y un formato de 11X por 13X.

f) estructura visual





EXPO FERIA

DEL SOMBRERO Y EL HUARACHE

Sahuayo 2007

La tipografía para la “Expo Feria del sombrero y el huarache”, es la Berlin Sans, pero siempre será utilizada con la misma composición. Se escogió dicha tipografía para reflejar la importancia y seriedad del evento. La tipografía Sahuayo 2007 fue creada para darle dinamismo y contraste a la imagen. Esta

tipografía sólo se utilizará en las aplicaciones del logotipo. Para la utilización de tipografía en algunas otras aplicaciones como postales, programa, volante, etc; se podrá utilizar la tipografía Futura LtBt.

Berlin Sans FB

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 WXYZ abcdefghijklmnopqrst
 uvwxyz 1234567890! " # \$ % & / () = ? ! " * []

Futura LtBt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 VWXYZ abcdefghijklmnopqr
 stuvwxyz 1234567890! " # \$ % & / () = ? ! " * []

h) tipografía institucional y auxiliar





EXPO FERIA



DEL SOMBRERO y EL HUARACHE

5 cm

EXPO FERIA



DEL SOMBRERO y EL HUARACHE

3 cm

EXPO FERIA



DEL SOMBRERO y EL HUARACHE

1.5 cm


Para que se respete adecuadamente las proporciones de la imagen de la Expo Feria del sombrero y el huarache y no se distorsionen sus formas, es necesario saber que la reducción mínima es de 1.5 cm,

apoyándose en la estructura visual y área de restricción. De igual forma, se va escalando para una medida mayor con el fin que se conserve la imagen como se creó.

j) tamaños autorizados



Segunda Parte:Aplicaciones



43X56cm

Con la finalidad de promocionar y difundir adecuadamente la Expo Feria del sombrero y el huarache de Sahuayo, se propone dos tipos de carteles, con un tiraje que suma entre ambos 3,000 ejemplares con una medida de 43X56cm, en impresión offset sobre papel couché.

a) cartel

Sahuayo 2007

EXPO FERIA
DEL SOMBRERO Y EL HUARACHE

Actividad industrial de calidad
25 de Julio al 4 de Agosto
Sahuayo.Michoacán.México

Habrá un gran número de productos en exhibición, desfiles, demostraciones, exposiciones, venta, shows y muchas cosas más... En la Plaza Principal.

Logos: **Unión Michoacán** (un gobierno para todos), **Comisión de Fiestas, Exposiciones y Eventos MICHOACÁN**, **TV Guía**, **SAHUAYO** (1995)

E.O. Lucía Cabrera, Querétaro

43X56cm

cartel

3X1,60m

4,80X3,20m

Se propone mandar hacer 5 lonas impresas, en selección de color, con una medida de 1,60X3m, y 3 anuncios espectaculares impresos, con una vista y una estructura de 4,80X3,20m, para obtener impacto visual.

b) lona y anuncio espectacular

21.5X28cm

Se propone publicidad en la revista TV Guía de Occidente S.A. de C.V., ya que año con año ha ofrecido su espacio para informar al público del evento. También se propone un programa donde muestre las actividades que se llevarán al cabo. La impresión será en offset, sobre papel couché delgado, con barniz UV.

9X21 cm

c) revista y programa

14.5X10.5cm



19.6X5.8cm

Se propone utilizar la tarjeta postal como medio de difusión del evento, además de considerarla como un medio coleccionable. Impresa en offser, con una medida de 14.5X10.5cm, impresa por ambos lados. También se propone anunciarse en la prensa por medio de espacios en determinados periódicos. La impresión es en escala de grises.

d) tarjeta postal y anuncio en periódico

9X6.5cm

13X20cm

Se propone mandar hacer un gafete para los expositores, con el objetivo de que el público que asista, los identifique. Éstos serán impresos a chorro de tinta, debido al número de impresiones. También se propone imprimir un millar de volantes a una sola tinta, en papel bond, pensando que la vida de un volante es recusada.

EXPO FERIA
DEL SOMBRERO Y EL HUARACHE
Sahuayo 2007

EXPOSITOR:
Huaraches Aztec de Sahuayo

EXPO FERIA
DEL SOMBRERO Y EL HUARACHE
Sahuayo 2007

Asiste y forma parte de la actividad industrial de calidad y admira un gran número de productos en exhibición. Además habrá desfiles, demostraciones, exposiciones, venta, shows y muchas cosas más...

Del 25 de Julio al 4 de Agosto en la Plaza Principal.

¡Te esperamos, no faltes!

e) gafete y volante



Llavero

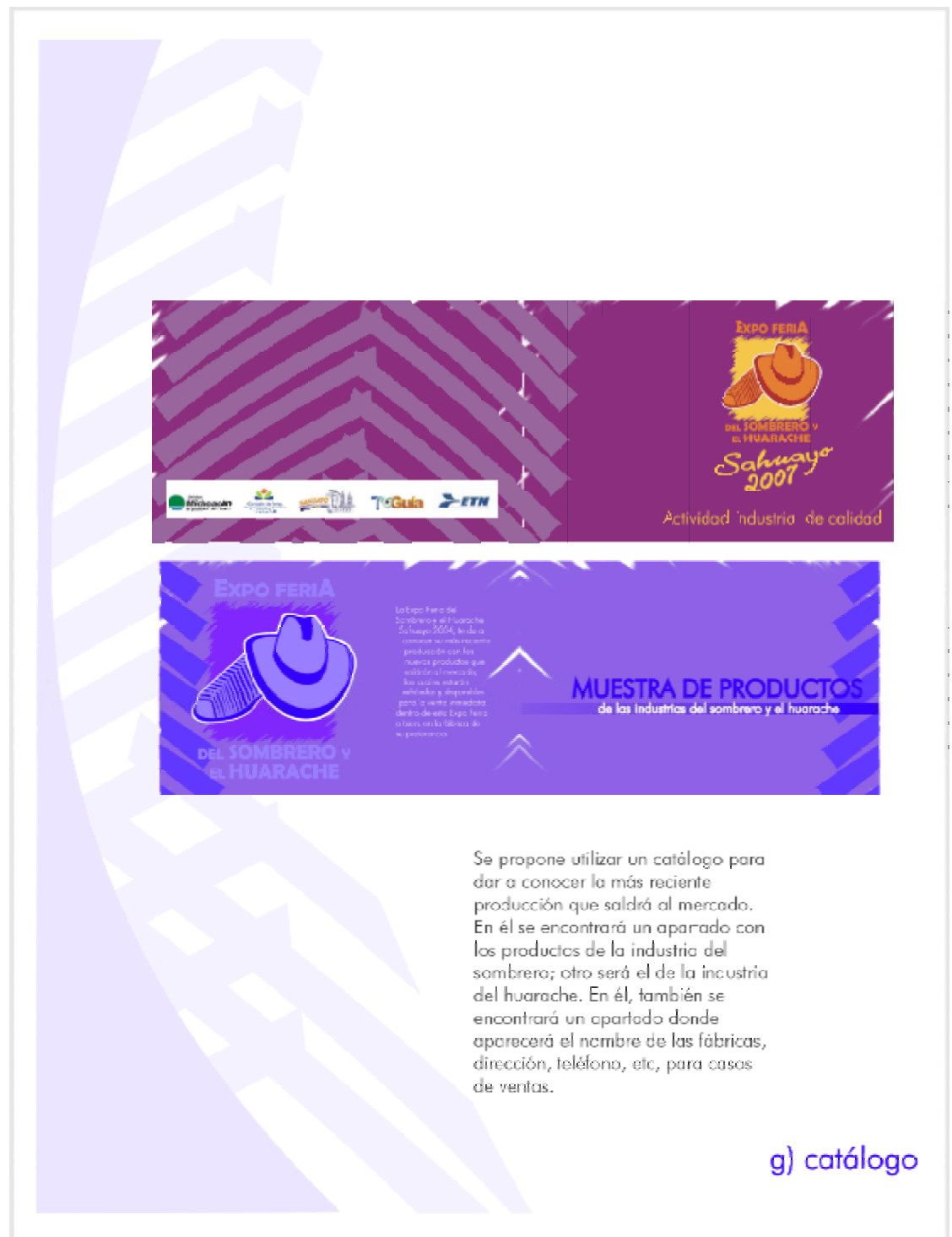
laza

Playeras

Se propone utilizar artículos promocionales para transmitir el mensaje a público de una manera original, para que se identifique con el evento y quiera conservar algo que, además, le sirva para su uso diario.

f) artículos promocionales





g) catálogo





8:00pm Actividad industrial de calidad



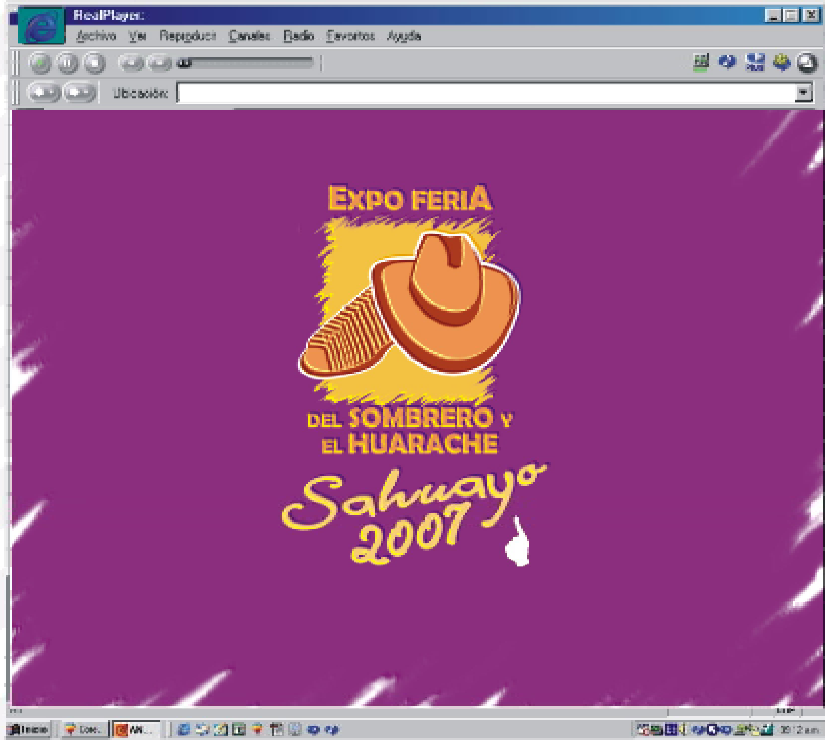
8:00pm

Asiste y forma parte de la
Actividad Industrial de Calidad;
 también admira un gran número
 de productos en exhibición.

Te esperamos!
 25 de Julio al 4 de Agosto
 LUGAR: PLAZA PRINCIPAL.

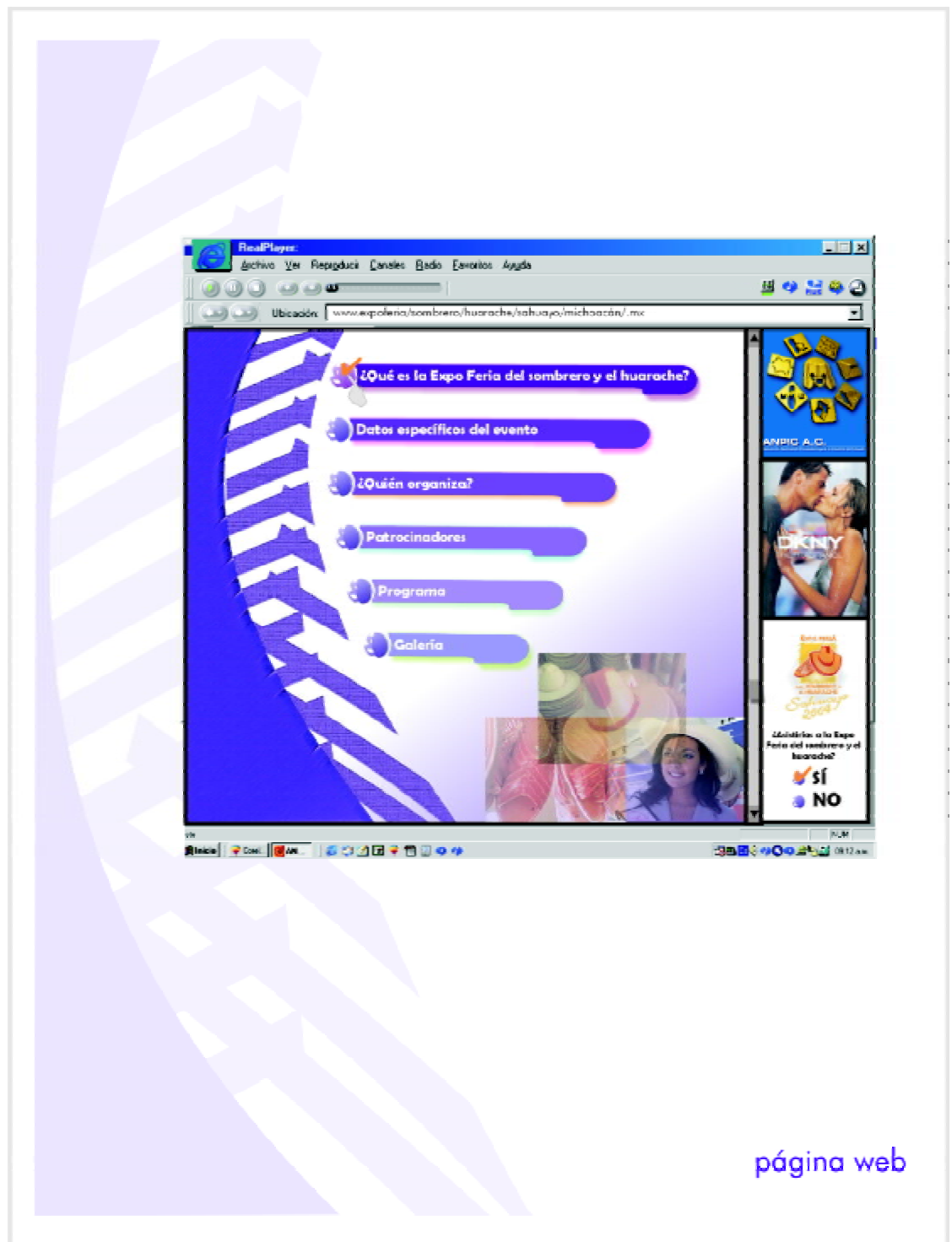
Se propone utilizar el medio audiovisual para difundir el evento. Será a través de publicidad por medio de pantallas, que continuamente aparecerán en el canal local, logrando una difusión prolongada y permanente, aprovechando la cobertura del mismo.

h) pantalla de televisión



Se propone utilizar una página web, con el objetivo de mantener informada a la gente acerca de dicho evento de una manera dinámica, alcanzar un público más amplio de nacional con la finalidad de que los usuarios puedan estar informados de la realización de evento y se vayan familiarizando con el mismo y con su imagen.

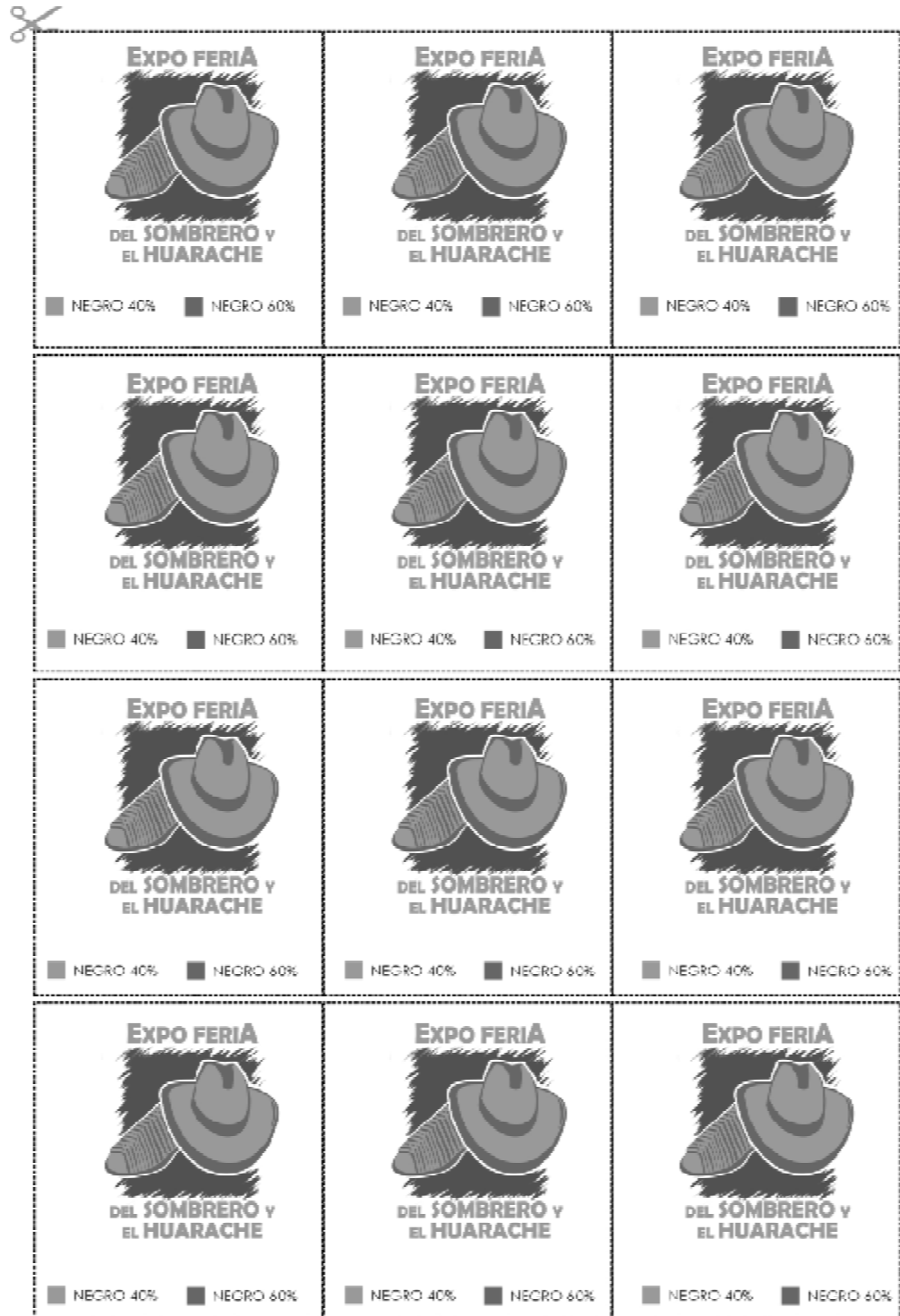
i) página web



página web

Tercera Parte: Reproducciones





3.-Estrategia de medios

Una vez que se tenía la imagen de la Expo Feria y se propuso los medios más adecuados de acuerdo con las necesidades del evento, se creó una estrategia de difusión para que el mensaje llegara al público meta. Ésta es explicada a continuación:

Se propone mandar a hacer 5 Lonas impresas, en selección de color, con una medida de 1.60X3m. El costo por lona sería de: \$1,000.00 + IVA.

La colocación de éstas sería en: Boulevard Lázaro Cárdenas Sur, (carretera a Morelia pasando por Jiquilpan, primer puente) Boulevard Lázaro Cárdenas Norte, (carretera a Guadalajara, rumbo a Venustiano Carranza) Plaza Principal, (punto principal de la ciudad) Calzada Revolución Esq. Nicolas Bravo, (crucero a Cojumatlán) entre las calles Amado Nervo y Zaragoza (rumbo de la iglesia del Patrón Santiago).



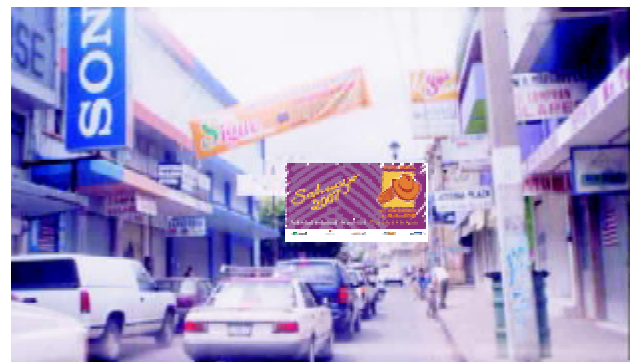
Implementación de la propuesta de diseño (105)

El objetivo de las lonas es informar y crear interés por asistir al evento dentro de las fechas señaladas, tomando en cuenta puntos estratégicos de la ciudad, lugares de interés ya sea social o religioso.

Se propone anuncios en Periódico. La Publicidad es de ¼ de tabloide, o bien espacios específicamente destinados por el periódico. El costo es de \$200 + IVA por espacio, aproximadamente, cada semana.

Los periódicos en donde se publicaría serían: Periódico La Verdad, Tribuna y Fase-3, ya que su alcance informativo es conveniente para la difusión de la Expo Feria, abarcan: Sahuayo, Jiquilpan y Región Ciénega de Chapala.

Su objetivo es mantener informado e invitar al público lector a que asista al evento.



Implementación de la propuesta de diseño (106)



Implementación de la propuesta de diseño (107)

Se propone 3,000 Carteles con una Medida de 43X56cm, en impresión Offset sobre papel couché, con un costo aproximado de \$7,500 + IVA.

Su colocación sería en las calles principales de la ciudad como lo son: Avenida Constitución, Calle Federico Higareda, Insurgentes, Matamoros, Zaragoza, Amado Nervo, Allende, Galeana, Tepeyac, Niños Héroe, Victoria, Madero, Miguel Hidalgo, Javier Mina, Cuauhtémoc, Aldama. (Primeros cuadros de la Ciudad) Presidencia Municipal, Casa de la Cultura, Plaza Principal (Portales) Fábricas Industriales participantes, Comercios importantes como: cafés, Telcel, Farmacias, Plaza Arciniega, Agencias de viaje como Nava Castro y Central de autobuses. Y en otras Ciudades como la ciudad de Jiquilpan, Venustiano Carranza, Villamar,

Cojumatlán, Zamora, Morelia; esto por medio del Ayuntamiento, Casa de la Cultura, o bien agencias de viajes.

El objetivo del cartel es ser un grito pegado en la pared. Este medio es la proyección del evento; en él se informará qué habrá en el evento, la fecha y el lugar con la finalidad de crear la inquietud e interés por asistir. Además es un medio eficaz por sus características físicas, de contenido y distribución.

Se propone anuncios en la Radio, a manera de spot informativos locutor-actor de 40" en Radio La Tapatía (música banda, norteño, ranchero) 103.7 FM y Estéreo Vida (música pop) 106.7 FM

Alcance de la Tapatía: Sahuayo, Jiquilpan, Venustiano Carranza, Cojumatlán, Ciénega de Chapala y localidades rurales de los alrededores. Y Estéreo Vida tiene el alcance anterior, agregando Jalisco y Zamora.

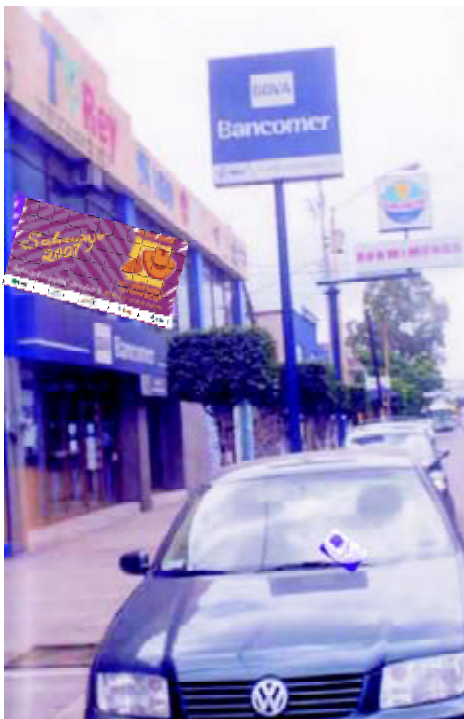
\$ 30" 66.00 de 7:00am a 4:00pm
 \$ 40" 72.00 de 7:00am a 4:00pm
 \$ 30" 43.00 de 4:00pm a 8:00pm
 \$ 40" 47.00 de 4:00pm a 8:00pm

El objetivo es mantener cautivo al público con la información. Público joven, de 18 años en adelante, y adultos de 20 a 45 años, de un nivel socioeconómico A,B,C.

Se propone un Programa: 1 millar, en impresión offset, sobre papel couché delgado, con barniz uv. El costo es de \$1,000 + IVA, por ambos lados.

Su objetivo es mantener a las personas que asisten a dicho evento informadas de los horarios de los eventos colaterales.

Se propone publicidad en Pantalla de TV y Revista, en TV Rey y TV Guía de Occidente S.A. de C. V. Su alcance es una cobertura hasta Jalisco con Tizapán.



Implementación de la propuesta de diseño (101)



Implementación de la propuesta de diseño (102)

El costo es del 20% de la publicidad en dos ediciones de la revista y una semana de promocionales; lo demás es patrocinio de Reynaldo Godínez, Director General y María Dolores Ramírez, Publicidad y Ventas.

El objetivo es la difusión constante y aprovechar cobertura ya que en el caso de la revista, todos los días de la semana serán leídas repetidamente por sus compradores y por sus lectores secundarios.

Se propone Volantes: 1 millar, en offset, 1 tinta, papel bond \$500 + IVA. El objetivo es ser repartidos el Viernes 23, Sábado 24 y Domingo de apertura, ya que será benéfico para la difusión del evento, porque esos días hay mucha afluencia de gente en el municipio debido al comercio, además, es fin de semana, llegan turistas, estudiantes (periodo de vacaciones), etc. En ellos se manejaría la información necesaria.

Se propone 3 Anuncios Espectaculares ubicados en Boulevard Lázaro Cárdenas Norte, salida a Guadalajara; Boulevard Lázaro Cárdenas Sur, salida a Morelia; Presidencia Municipal, Boulevard Lázaro Cárdenas Esq. Avenida Constitución. Con un costo de \$6,800 cada anuncio, con una vista de 4.80X3.20m (con estructura). El Permiso y Patrocinio corre por cuenta del H. Ayuntamiento. Su objetivo es obtener Impacto Visual, informar e invitar a todo aquel que transite por dicha carretera.

Se propone Perifoneo como forma de difusión, con un alcance de Sahuayo Norte Sur y Centro, a un costo de \$60.00 + IVA la hora. Su objetivo es: mantener informada a la gente de Sahuayo acerca de dicho evento, que todos puedan estar informados o enterados, hasta las zonas más alejadas. Además de ser constantes en la información de eventos diarios.

Se propone una Página web. Con un alcance nacional-internacional. Su objetivo es mantener informada a la gente acerca de dicho evento de una manera dinámica y fácil de entender por todos. Alcanzar un público más amplio del nacional con la finalidad de que todos puedan estar informados o enterados de la realización del evento y que se vayan familiarizando con el mismo y con su imagen. Además de ser constantes en la información. La página web consta de una portada o página de bienvenida, que sería la princi-

pal; una vez hecho el ingreso se despliega el menú, donde estará el temario para que acceder al mismo y encontrar la información que cada quien necesite. Tendrá espacio para publicidad y encuesta que ayuda a verificar cuánta gente entra en la página, a cuánta le interesa el tema y cuántas van a asistir.

Se propone Artículos Promocionales: (cantidades de acuerdo con Promoción Económica del H. Ayuntamiento, por la cifra de afluencia de la Expo Feria anterior 250,000 personas en horario de 10:00 am a 10:00pm y también por el número de habitantes de Sahuayo, 130,000)

El objetivo de los artículos promocionales se busca de manera muy especial, la originalidad para transmitir el mensaje y que el público se identifique con el evento y quiera conservar algo que, además, les sirva para su uso diario.

Taza #200
\$20.00 c/u
Serigrafía

Llavero #200
\$30.00 c/u
serigrafía

Playera #500
\$ 45.00 c/u
Serigrafía

Gafete #50
\$200 impresión chorro de tinta, enmicado y broche.

Catálogo #20
\$300.00 impresión chorro de tinta, papel opalina

Postal #500
\$900.00
Papel Couche grueso 90gr

Cabe mencionar que en algunas impresiones, a partir de 100 ejemplares, tienen el 10, 20, ó 30% de descuento, según sea el caso.

Tomando en cuenta que actualmente la Expo Feria del sombrero y el huarache tiene patrocinios fijos como lo son: American Graphiss Shop, TV Rey de Occidente S.A. De C. V., Comisión de Ferias, Exposiciones y Eventos de Michoacán, Secretaría de Turismo, H. Ayuntamiento Municipal, Zamora PYMEXPORTA (centro de enlace al exterior), específicamente este patrocinio es muy importante ya que es una oficina de gobierno descentralizada, con enlace regional, que sostiene como objetivos identificar y desarrollar la oferta exportable de la región, consolidar y diversificar empresas en mercados internacionales, impulsar nuevas empresas exportadoras, fomentar y apoyar la cultura exportadora de la región.

Éstos son logrados gracias al apoyo del Gobierno Federal, Estatal y Municipal, a través de diferentes servicios: Asesoría técnica en comercio exterior; Curso de capacitación y consultoría especializada; Promoción de productos en medios electrónicos, ferias y misiones comerciales en el extranjero; Vinculación con instituciones públicas y privadas de crédito y factoraje. Además se cuenta con la participación de Industrias Resistol Guadalajara. De esta manera, con mayor facilidad se aprobaría el proyecto para implementar la nueva propuesta.

4.-Evaluación

Por medio de la Mercadotecnia podremos:

- Monitorear el presente y pronosticar el futuro
- Tener una visión de la estructura del ambiente (Variables controlables e incontrolables)
- Conocer el ambiente inmediato de la industria
(Usuarios del producto, canales de distribución, intermediarios del mercado, proveedores, competidores, etc.)

Se realizará dos tipos de evaluación:

Exploratoria: Es la exposición directa del experto. En este caso, es el punto de vista del organizador de acuerdo con la observación de conductas.

5.-Presupuesto

Descriptiva: Es la evaluación tipo encuesta o cuestionario, la cual se realizará a las personas que asistan a la Expo Feria.

Preguntas:

1.-¿Cómo te enteraste del evento?
A) prensa B) cartel C) radio D) familia y amigos E) otros:-----

2.-¿edad y ocupación?-----

3.-¿Qué te gustó del evento?-----

4.-¿Qué no te gustó del evento?-----

5.-¿Volverías a asistir el próximo año?
A) Sí B) NO ¿Por qué?-----

5 Lonas	\$ 5,000
3 A. Periódico	\$ 600
3,000 Carteles	\$ 7,500
10 Spot de Radio	\$ 600
1millar/Programas	\$ 1,000
2 Ediciones en Revista y	
9 Anuncios de TV	\$ 3,200
1 millar de Volantes	\$,500
3 Espectaculares	\$20,400
11hrs de Perifoneo	\$ 660
200 Tazas	\$ 4,000-
10%= 3,600	
200 Llaveros	\$ 6,000-
20%= 4,800	
500 Playeras	\$22,500-
30%= 15,750	
50 Gafete	\$ 200
20 Catálogos	\$ 1,200
500 Postales	\$ 900

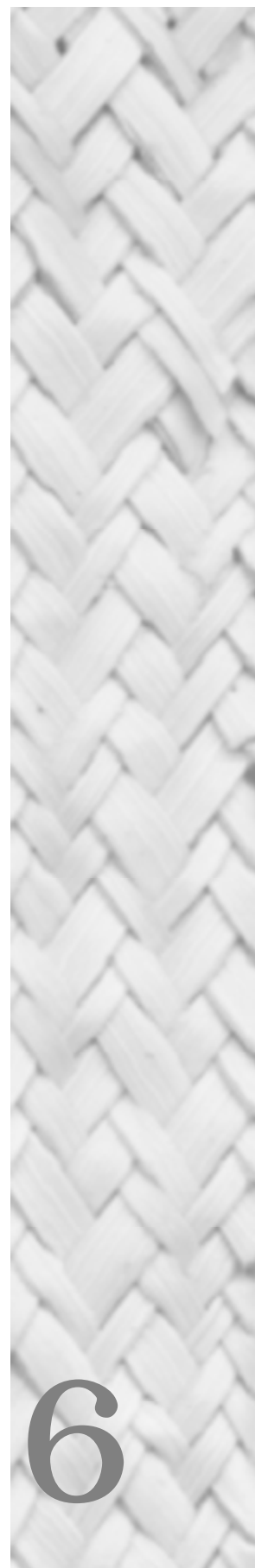
TOTAL \$74,260

Tomando en cuenta que la cantidad de \$32,500.00 (gasto de los artículos promocionales), se recuperaría, ya que éstos van a ser vendidos durante los días del evento. Y a su vez serviría para tener una caja chica para los gastos de desarrollo de la Expo Feria del sombrero y el huarache del siguiente año. Las cifras dadas son aproximadas, debido a los descuentos por número de ejemplares y patrocinios obtenidos.



Público evaluando el producto que se exhibe. (103)

Capítulo 6



Conclusión

Una vez presentado el proyecto en su totalidad y regresando a los orígenes del mismo, vemos que el objetivo planteado fue apoyar a las industrias del sombrero y el huarache, con la identidad para la Expo Feria, y al mismo tiempo difundirla para que la reconozcan como tal.

Considero que con mi propuesta de diseño y comunicación visual, doy solución a las necesidades planteadas y rescato la esencia de dichas industrias, influyendo sobre la opinión pública, suprimiendo o neutralizando el anonimato de las mismas, por falta de información y conocimiento, además de ayudar a encontrar nuevos nichos de mercado con la asesoría de gente especializada en el enlace al exterior, mantener a los clientes ya existentes y, al mismo tiempo, cristalizar la opinión de valorar la artesanía para impulsar el desarrollo y crecimiento de las industrias mencionadas.

Además, con dicha propuesta, el público logrará saber que la Expo Feria del sombrero y el huarache es un evento industrial-comercial en el que podrán adquirir ese tipo de productos, enfatizando lo indispensable de la separación de las fiestas patronales del municipio, ya que las industrias necesitan empuje, apoyo, seriedad, su propio espacio y una respuesta rápida para resolver sus necesidades.

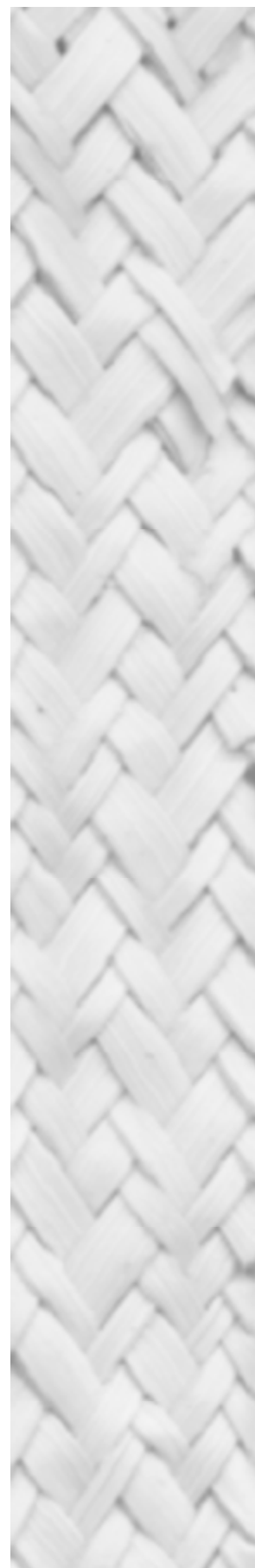
Reitero que la propuesta de solución que presento es una opción real, funcional y viable, ya que se pensó tanto en la situación problemática que atraviesan las industrias, como en los recursos económicos, la gente de organización y la Sociedad de Productores del municipio, para poder dar forma y financiamiento al proyecto.

A partir de lo anterior, se propuso los medios más convenientes para la difusión de la Expo Feria, tomando en cuenta varios aspectos, como la publicidad más efectiva; además, se consideró al público (su conducta y costumbres), el impacto que se pretende al utilizar los medios elegidos, la magnitud del evento, el alcance, el presupuesto, los patrocinadores y las personas que hacen posible la realización del evento, entre otros.

También dentro de mi propuesta manejo una forma de evaluación para verificar si la propuesta es funcional y, en caso de no serlo del todo, mejorarla, para brindarle al público lo mejor y que la Expo Feria del sombrero y el huarache mejore año con año.

Y por lo que a mí respecta, estoy muy satisfecha por el resultado obtenido, ya que han sido meses de mucho esfuerzo, sacrificios, trabajo y entrega intensos, que culminan en un sentimiento de gratitud y felicidad.

Anexos



a) Diálogos de spot de radio y perifoneo.

Spot de radio (locutor- actor) 40seg

Chiquillos y chiquillas,
Mexicanos y mexicanas.

Quiero felicitar a nuestros artesanos de la industria del sombrero y el huarache de Sahuayo, Michoacán; por su lucha constante para impulsar adecuadamente las industrias y conseguir un progreso notable en el campo económico.

Por eso, yo los exhorto a que asistan a la Expo Feria del sombrero y el huarache Sahuayo 2004, del 25 de julio al 4 de Agosto.

Ya que es una actividad industrial de calidad.

¡Y todos juntos apoyemos a nuestras industrias mexicanas.!

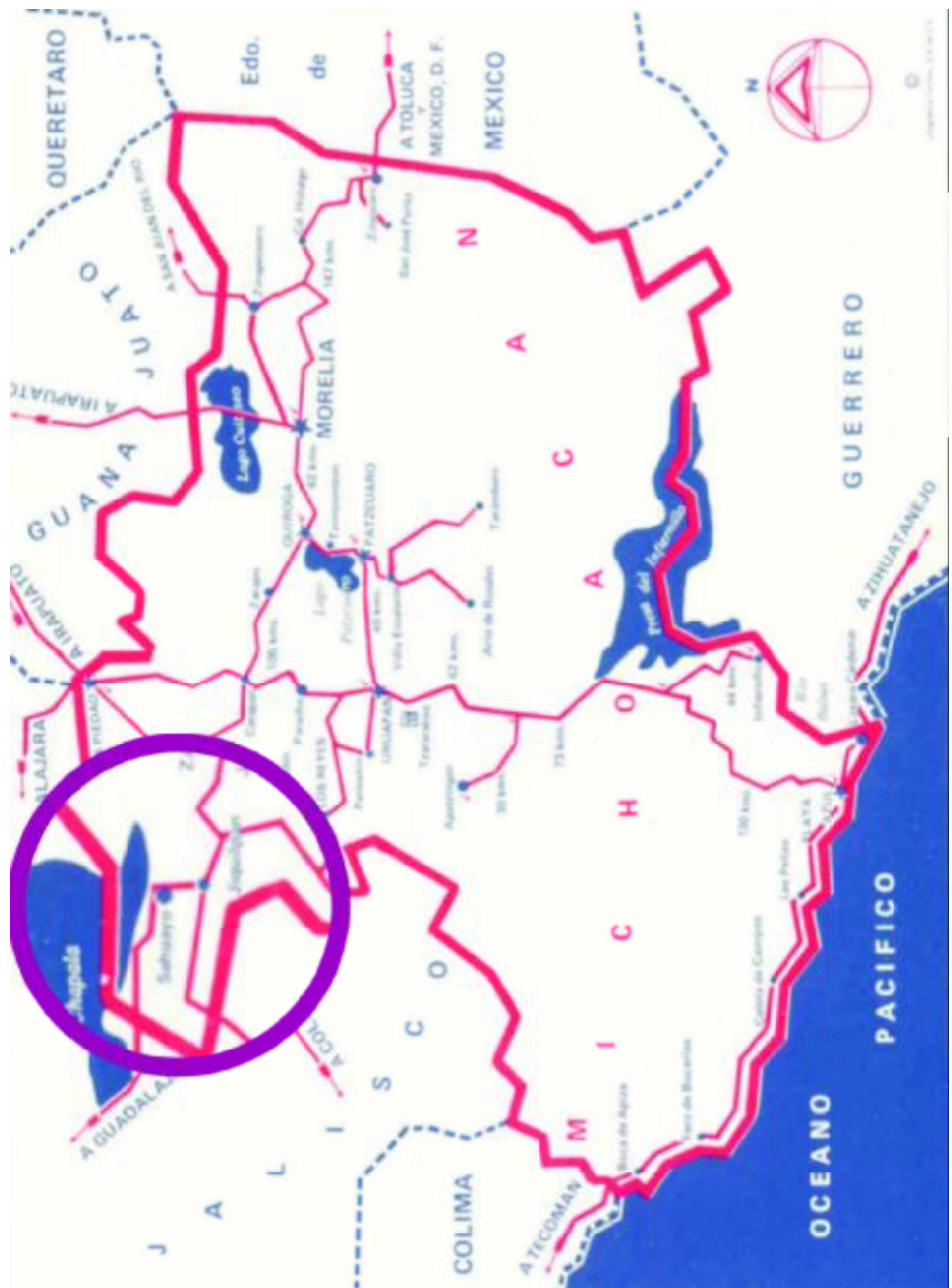
Perifoneo (dos voces) 30seg

La Expo Feria del sombrero y el huarache, Sahuayo 2004 y el Honorable Ayuntamiento te invitan a disfrutar el día de hoy domingo 25 de la apertura de la Expo Feria y de la participación de la Casa Pedro Domecq, con el show de caballos a partir de las 8:00 de la noche en la plaza principal. Y mañana no te pierdas el desfile y coronación de la reina.

¡ven con tu familia y forma parte de la actividad industrial! Ayuntamiento de Sahuayo, haciendo lo mejor.

Nota: Propuestas que serán analizadas y aprobadas por la Sociedad de Productores del Municipio.

c) Mapa de ubicación del municipio de Sahuayo, Michoacán.



d) Índice de imágenes

(1,2,5,12,15,17,18,19,20,21,24,28,29,30,34,35a,35b,36,37,64,98,99,100,101,102)

Fotografía por Lucía Cárdenas Quezada.

(3,10,16,23,32,49,82,83)

Fotografía por María Cecilia Cárdenas Quezada.

(4)

Material proporcionado por Secretaría de Turismo del Estado.

(6,7,8a,8b,9,11,13,31,38,39,40,41,42,43,45,46,47,48,58)

Material Proporcionado por H. Ayuntamiento Sahuayo 2002-2004.

(14)

Fotografía en www.google.com.mx/sombreros.

(22,52)

www.anpic.com.mx

(25,26,67,75)

Fotografía en la Revista Mundo Ejecutivo, Núm. 254 Año XXI, junio 2000.

(27,33,59b,87)

Fotografía en www.google.com.mx/expo

(44)

Portada de la Revista TV Guía No. 55 Julio 2002. TV Rey Occidente S.A. de C.V.

(50,51a,51b)

Material proporcionado por el H. Ayuntamiento de Uruapan.

(53a)

Material proporcionado por Expo Eventos S.A. De C.V. León Guanajuato.

(53b)

Material proporcionado por el primer Foro Tecnológico y Empresarial de Michoacán .

(54a)

Material proporcionado por el H. Ayuntamiento de Sahuayo, 1999.

(54b)

Material proporcionado por el H. Ayuntamiento de Sahuayo, 2002.

(55)

Material proporcionado por el H. Ayuntamiento de Jiquilpan 2002.

(56)

Material proporcionado por Galería del Calzado Guadalajara (Fideicomiso de Turismo de la zona Metropolitana de Guadalajara).

(57,62)

Fotografía en www.google.com.mx/ferias

(59a)

Material proporcionado por Expo Diseño. México 2003.

(59c)

Fotografía en www.google.com.mx/fiestas de octubre.

(60a,60b)

Fotografía en www.google.com.mx/feria en San Marcos.

(61)

Fotografía en www.google.com.mx/feria Durango

(63a,63b)

Fotografía en www.google.com.mx/ferias y carnaval Brasil.

(65,66,84,93)

Imagen en la revista Origina Especial de diseño, Año 6, Número Especial Invierno 1998, pág. Portada, 73,56.

(68)

Imagen tomada del libro del diseñador Luis Almeida

(69a,73,77)

Imagen en Best of Graphis Advertising I, Singapore 1993, Pág. 67,53.

(69b,88,91,92)

Imagen en la revista Matiz, Número 8, 1997, Pág.24,43,61.

(70a,70b)

[www.google.com.mx/Herb Lubalin](http://www.google.com.mx/Herb%20Lubalin)

(70c,70d,85,86)

[www.google.com.mx/Chermayeff & Geismar Associates](http://www.google.com.mx/Chermayeff%20&%20Geismar%20Associates)

(71,74,90a,90b)

Imagen en la revista a! Diseño, Año 6, Número 36, 1998, Pág.14,51,53.

(72)

Imagen de Foto & Video, Volumen II, Editores RBA, España, 1992, Pág. 297.

(76)

Publicidad en la revista Cuartoscuro, Año VII, Núm.47, Marzo-Abril 2001.

(78,81b)

Imagen tomada del libro Diseño Gráfico de Rafael Lopez Castro

(79)

Publicidad en periódico la Voz de Michoacán, edición 2002.

(80a)

[www.google.com.mx/Alex Steinweiss](http://www.google.com.mx/Alex%20Steinweiss)

(80b)

[www.google.com.mx/Saul Bass](http://www.google.com.mx/Saul%20Bass)

(81a)

[www.google.com.mx/Giovanni Pintori](http://www.google.com.mx/Giovanni%20Pintori)

(89)

[www.google.com.mx/James K. Fogleman](http://www.google.com.mx/James%20K.%20Fogleman)

(94,95,96a,96b,97)

Imagen en El Diseño de la Noticia/Cómo conocer a la prensa, Barcelona, 1992.

Bibliografía

Enciclopedias

- Enciclopedia Larousse Juvenil, tomo 4, Editorial Vergara, Tercera edición, enero 1978, España, Pág. 765
- Enciclopedia Diccionario Larousse , tomo 7, Editorial Vergara, España, Pág.3561

Monografías

- Monografía hecha por el Cronista de la Ciudad, Luis Arceo Preciado. "Trascendencia Histórica de Sahuayo." Pág.7
- Monografía hecha por el H. Ayuntamiento Constitucional de Sahuayo 1999-2001 –de villa a ciudad- Pág.6

Revistas

- Rafael Fernández de Castro, Análisis migratorio, Proceso Semanario de Información y Análisis No. 1356, 27 de Octubre del 2002, Pág. 28

Libros

- Beltrán y Cruces Raúl Ernesto, Publicidad en medios impresos, Editorial Trillas, Impreso en México 1991, Pag. 86, 108
- Manuel Gasch; Director, Joaquín Gómez Burón; Redactor, Rafael Gómez Rivera. Técnicas de Pintura y Diseño, Ediciones Génesis, S.A. 1992. Editor, Pag 33
- O'Guinn C. Thomas (et-al), Publicidad, International Thomson Editores, Impreso en México 1999, Pag. 8, 30

Sitios web

- www.ANPIC.com.mx
- www.google.mx./industrias/ferias/.com
- webmaster Michoacán.gob.mx. Historia de Sahuayo/ Simbolismos/ Medio Físico/ Fiestas/ de Sahuayo