

Construcción de una Nueva Identidad Visual - Artesanías El Jagüel

Poggetto Delfina

Universidad CAECE Mar del Plata

Trabajo presentado por requerimiento de la asignatura

Desarrollo de un Proyecto I y II

Profesores Lic. en Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual Jorgelina Huder | Diseñador

Industrial Hernan De Filippis | Diseñadora Industrial Valeria Landa

Licenciatura en Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual

Diciembre 2025



Presentado por:

Poggetto Delfina

Índice de contenidos

● Introducción	4
● Investigación	5
○ <i>Sobre la empresa</i>	5
○ <i>Cómo surgió la marca</i>	6
○ <i>Público De la marca</i>	6
○ <i>Principales competidores</i>	7
○ <i>Ferias de artesanías: Miramar</i>	8
○ <i>Estilo Criollo</i>	9
○ <i>Valor diferencial</i>	10
○ <i>Proceso de producción</i>	12
○ <i>Proceso de producción de las bombillas</i>	13
○ <i>Proceso de producción del cuero</i>	13
○ <i>Proceso de producción de los cuchillos</i>	15
○ <i>Formas de llegar a los clientes</i>	16
○ <i>Packaging</i>	17
○ <i>Resultados de la encuesta realizada</i>	17
○ <i>Análisis FODA</i>	21
● Problemática	23
● Objetivos Generales	26
● Objetivos Específicos	26
● Mapa Visual Problemática	27
● Plan de trabajo	28
● Conclusión	42
● Fuentes	43

Introducción

“La artesanía no es solamente un producto; es una manifestación viva de la cultura, una forma de conocimiento transmitido a través de generaciones.” (UNESCO, 2010)

En un país como Argentina, las artesanías constituyen una forma esencial de expresión cultural. Más que simples objetos, funcionan como herramientas de comunicación que cuentan historias y reflejan una identidad profundamente ligada a nuestras tradiciones. Cada pieza artesanal simboliza un vínculo con las raíces que nos definen como argentinos, y cumple un rol fundamental en la preservación del patrimonio cultural. De esta manera, contribuye a construir una identidad compartida que nos une como sociedad.

En este proyecto de graduación se analizará el caso de El Jagüel Artesanías, un emprendimiento local de la ciudad de Miramar. La marca se destaca por el fuerte valor en cuanto a técnicas, materiales y proceso artesanal. A pesar de ello, enfrenta ciertas problemáticas vinculadas a su identidad visual, comunicación y presencia en el mundo digital. Para comprender en profundidad esta situación, se realizó una entrevista a la hija de los dueños del emprendimiento, lo que permitió obtener información detallada sobre los procesos internos y la historia de la marca. Esta instancia fue complementada con una investigación exhaustiva en distintas fuentes digitales, junto con una encuesta dirigida al público objetivo, con el propósito de relevar datos significativos sobre sus hábitos de consumo, la percepción de marca y el conocimiento del rubro.



A partir de este análisis, se plantea como hipótesis, que un buen manejo del diseño puede impulsar este tipo de proyectos, promoviendo su reconocimiento y proyección a futuro. Esta idea se intentará verificar a lo largo del desarrollo del proyecto.

Investigación

Sobre la empresa

El Jagüel Estilo Criollo es un emprendimiento familiar con raíces profundas en la tradición argentina, fundado en el año 2000 en la ciudad de Miramar, provincia de Buenos Aires. Desde entonces, se dedica a la producción y comercialización, tanto mayorista como minorista, de platería, soguería criolla y prendas de vestir para todas las edades.

Su nombre proviene de una palabra utilizada en el campo argentino para referirse a una zona de agua natural donde se abastecen los animales. Esto refuerza la conexión de la marca con la tradición y el estilo criollo.

La elaboración de sus productos se realiza de manera artesanal, respetando técnicas tradicionales. En su taller, el cuero crudo es trabajado cuidadosamente, afeitado a cuchillo y estacionado en bastidores, asegurando así la resistencia, durabilidad y autenticidad de cada pieza.

La misión de El Jagüel es ofrecer productos de excelente calidad, con una atención cercana y personalizada, cumpliendo con los tiempos de entrega acordados. La marca busca

renovarse constantemente, incorporando nuevos productos sin perder la esencia artesanal que la distingue. Del mismo modo, El Jagüel busca transmitir valores de confianza y calidad, reflejados tanto en la selección de materiales como en el cuidado de cada detalle del proceso productivo. Estos valores no solo definen la propuesta de la marca, sino que también sustentan el vínculo duradero que mantiene con su red de clientes mayoristas.

Cómo surgió la marca

El Jagüel empezó como un hobby de una madre de familia. A la que siempre le gustó tejer, trenzar y hacer cosas con las manos. Al principio lo hacía para ella, para la familia o para regalar. Hasta que un día empezaron a crear nuevos productos y decidieron probar suerte en una feria.

La respuesta fue muy buena, la gente se interesaba y preguntaba por más y en cantidad. Así empezaron a sumar productos, a mejorar lo que hacían, y poco a poco fueron creciendo. Lo que arrancó como algo pequeño, se convirtió en una marca familiar que abastece a varios comercios minoristas.

Público de la marca

El Jagüel Artesanías orienta su actividad principalmente al sector mayorista, conformado por revendedores, comerciantes y locales dedicados a la venta de productos regionales y artesanales. Trabajan en alianza con marcas como Mateando, Bien Nuestro, 100% Argentino S.A., Jinetes Talabartería, La Blanqueada S.A. y Humus. La mayoría de sus ventas están direccionadas a este público, que suele adquirir grandes volúmenes de

mercadería para su distribución o reventa. Este tipo de cliente otorga gran importancia a la calidad de los materiales, la resistencia de los productos y la fidelidad a las técnicas artesanales tradicionales. Además, valoran especialmente la continuidad en la oferta y la diversidad de diseños disponibles.

En cuanto al público joven o minorista, hoy en día El Jagüel Artesanías no logra generar una conexión fuerte y atractiva, ya que su enfoque está centrado casi exclusivamente en las ventas mayoristas. Esta orientación ha dejado de lado el fortalecimiento de canales de comunicación y comercialización que resultan clave para captar audiencias más jóvenes, como las redes sociales y la tienda online. Asimismo, su identidad visual poco actualizada dificulta aún más la cercanía con este segmento, limitando su potencial de expansión y renovación de público.

Principales competidores

Dentro del rubro de la producción y comercialización de artesanías criollas y productos tradicionales argentinos, El Jagüel Artesanías comparte el mercado mayorista con varias empresas relevantes. Entre ellas, se destacan Andinos, Tremun Mayorista y Sin Frontera, todas con propuestas consolidadas y amplias redes de distribución.

“Andinos” se distingue por la variedad de su catálogo, que incluye artesanías decorativas, utilitarias e indumentaria de diversas regiones del país y países limítrofes. Su enfoque se centra en la diversidad cultural, el volumen de stock y el alcance nacional.

“Tremun Mayorista” está enfocado en productos tradicionales argentinos como mates, textiles y artículos para asado. Su estrategia se basa en ventas por volumen, envíos a todo el país y una cartera de clientes compuesta principalmente por revendedores.

“Sin Frontera”, por su parte, se especializa en artesanías fabricadas con materiales nobles como alpaca, asta, madera y manta. Su propuesta apunta tanto a negocios físicos como a tiendas online, y ofrece productos personalizables para regalos institucionales.

El Jagüel Artesanías, en comparación, presenta una identidad más definida ligada al estilo criollo tradicional. Su propuesta combina platería, soguería e indumentaria con técnicas manuales heredadas, lo que refuerza un concepto de autenticidad cultural y valor artesanal enfocado en la identidad rural argentina.

Marca	Canales de venta	Público objetivo	Diferencial competitivo
<i>Andinos</i>	Mayoristas físicos, E-commerce	Comerciantes mayoristas	Amplia variedad cultura y stock nacional
<i>Tremun</i>	Mayoristas, web, redes sociales	Revendedores minoristas	Envíos a todo el país y enfoque en volumen
<i>Sin Frontera</i>	Tiendas físicas y online, empresas	Negocios y regalos corporativos	Artesanías en materiales nobles y personalización
<i>El Jaguel</i>	Ferias, Wpp, contacto directo	Público mayorista, tradicionalista	Calidad artesanal con identidad criolla integrada

Ferias de artesanías: Miramar

Las ferias de artesanías en Miramar, Buenos Aires, son mucho más que espacios de venta: son verdaderos puntos de encuentro donde se celebra el trabajo artesanal, se impulsa la economía local y se comparte la identidad cultural de la región. A lo largo del año, vecinos y turistas se acercan a estos espacios para descubrir productos únicos, hechos a mano con mucha dedicación. “Las ferias artesanales son un punto de encuentro crucial tanto para los productores locales como para los turistas, quienes encuentran en ellas una forma de conectar con la cultura regional y llevarse consigo un pedazo de esa identidad” (Rodríguez, 2017, p.

89).

Entre las más destacadas se encuentra la Feria de Artesanos de Miramar, un verdadero clásico de la ciudad. Con más de 40 años de trayectoria, esta feria se ha convertido en un ícono local y en una de las más reconocidas de toda la costa. Se ubica en la Plaza de las Artes, sobre la calle 21 entre 24 y 26, y ofrece una gran variedad de productos artesanales: desde mates y cuchillos hasta títeres, adornos, juegos didácticos, tejidos, joyería, sahumerios e instrumentos musicales.

Cada pieza es elaborada de manera artesanal en materiales como cuero, cerámica, madera, vidrio y metal, lo que garantiza no solo su originalidad, sino también su calidad y autenticidad. Visitar la feria es una forma de apoyar a los artesanos locales. Durante la temporada de verano, el incremento de turistas impulsa significativamente las ventas, ya que muchos visitantes eligen estos productos como recuerdos o como regalos representativos de la región.

Estilo criollo

El estilo criollo es una fuerte característica de todos los productos de Artesanías El Jagüel, se basa tanto en la tradición gauchesca como en la cultura rural argentina. De esta forma, transmite valores de identidad, refleja la historia y costumbres propias del campo. Este estilo rescata oficios, materiales y símbolos fuertemente vinculados al patrimonio nacional.



Unos de los elementos que más se destacan del estilo crillo son materiales naturales y artesanales. Sus piezas como cinturones, fajas, monturas, llaveros, mates y pasapañuelos se caracterizan por estar hechas a base de cuero crudo y curtido. Por su parte, la platería criolla, con grabados trabajados de manera artesanal, se manifiesta en cuchillos, hebillas, bombillas y aros. Por último, el hilo y el tiento se trenzan a mano para poder dar forma a costuras decorativas en diversos objetos, mientras que las maderas nobles se utilizan en la fabricación de mates, cajas y accesorios.



Valor diferencial

Respecto a los diferenciales de Artesanías El Jagüel, este se posiciona en el mercado con una propuesta distintiva, sustentada en valores como la calidad, la confianza, y el respeto por la tradición criolla. Además al ser fabricantes los posiciona como uno de las marcas en el rubro con mejores precios. Estos factores constituyen sus principales diferenciales frente a otras marcas del sector.

A contramano de las dinámicas industriales y los procesos de producción en serie, la marca apuesta por la elaboración artesanal de cada pieza. Este enfoque permite garantizar productos únicos, en los que se destacan la dedicación, el detalle y la impronta del trabajo hecho a mano. Tal característica no solo representa un valor agregado, sino también una exclusividad difícil de replicar por medios automatizados.

La utilización de materias primas nobles



constituye otro de los pilares de la propuesta de valor. Esto refuerza su compromiso con la autenticidad y la calidad artesanal. Cada material es seleccionado con criterios de calidad y durabilidad, pero también con la intención de reflejar la estética y el espíritu del campo argentino, dotando a las piezas de autenticidad y resistencia. Entre los principales materiales utilizados se encuentran el cuero, que es utilizado tanto en terminaciones como en detalles decorativos; la calabaza, cumple un rol esencial en la fabricación de mates tradicionales; y por último la madera de algarrobo, sumamente reconocida por su resistencia, durabilidad y belleza natural. Además, en la composición interna de los productos se utilizan materiales como aluminio y acero inoxidable, que aportan higiene, resistencia al uso diario y una mayor vida útil. Esta combinación entre elementos autóctonos y soluciones funcionales garantiza un equilibrio entre tradición y practicidad, que define la identidad de la marca y le otorga valor agregado a cada una de sus piezas.



A nivel local, muchos de estos materiales provienen de fuentes regionales, lo cual no solo fortalece el circuito productivo de la zona, sino que también posiciona a la marca dentro de un marco de producción más consciente y sostenible. Es por ello que estos elementos no solo configuran la estética de la marca, sino que también reflejan su compromiso con la autenticidad, la funcionalidad y el respeto por las raíces culturales.

El diseño y la confección de los productos están profundamente inspirados en la cultura criolla y en las tradiciones rurales argentinas. Esta identidad no solo atraviesa el lenguaje estético de las piezas, sino que también se convierte en un rasgo distintivo que apela a un público que busca objetos con significado cultural y valor simbólico.

En contraste con las grandes cadenas que comercializan productos estandarizados, Artesanías El Jagüel ofrece la posibilidad de personalizar sus creaciones, adaptándolas a los requerimientos y preferencias de cada cliente. Esta capacidad de respuesta individualizada fortalece el vínculo con el consumidor y refuerza su diferencial competitivo.

Actualmente cuentan con una fábrica propia y es en ella donde ciertos procesos como el aplique de virolas si está automatizado. Pero su intención es no perder el proceso artesanal ni la calidad por eso es que combinan ambos procesos. Además de seleccionar ellos las materias primas como los cueros y chapas para la producción.

Proceso de producción

Hoy El Jagüel Artesanías cuenta con un equipo de 10 personas que trabajan dentro de la fábrica, cada una con un rol clave en los procesos de producción. Detrás de todo, sigue estando el matrimonio que dio origen a este proyecto: no solo son los fundadores, sino también quienes están al frente del día a día.

Juntos definen cómo encarar cada semana: qué productos se van a realizar, qué materiales hacen falta, y qué pedidos deben priorizarse. Su mirada cercana y comprometida es lo que mantiene viva la esencia artesanal de la marca, incluso mientras sigue creciendo.

A pesar del paso del tiempo y del crecimiento, se sigue trabajando con la misma pasión del comienzo, combinando la calidez familiar con una organización seria y responsable. Cada pieza que sale de El Jagüel tiene detrás el trabajo de varias manos, y la decisión compartida de seguir creando.

Proceso de producción de las bombillas

El proceso de las bombillas para mate implica una serie de etapas que combinan funcionalidad, diseño y tradición. El proceso comienza con la selección del material: el acero inoxidable. Luego, se corta



el tubo metálico según la longitud deseada y se modela, recto o curvo, para facilitar su uso. Luego, el filtro es integrado al cuerpo de la bombilla. Este componente cumple la función esencial de retener la yerba durante el consumo. También se trabaja la boquilla, buscando una forma cómoda y estética.

Posteriormente, la bombilla se pule para mejorar su terminación y eliminar imperfecciones. Al ser una marca de productos artesanales, es normal que en esta etapa pueden incluir detalles decorativos como grabados o incrustaciones. Finalmente, se realiza un control de calidad que garantiza la funcionalidad del producto antes de su comercialización.

Este proceso refleja la importancia de la bombilla no solo como objeto básico, sino también como expresión cultural y artesanal.

Proceso de producción del cuero

El proceso productivo de El Jagüel Artesanías se basa en la utilización de materiales de alta calidad, principalmente cuero, calabaza, algarrobo, aluminio y acero inoxidable, lo cual otorga a sus productos una fuerte identidad artesanal. Si bien ellos únicamente se

encargan de la obtención del cuero y el resto del proceso es delegado a profesionales y talleres especializados. A continuación, se detalla el proceso de creación de sus productos:

- **Compra y Preparación del Cuero:** El cuero utilizado por El Jagüel es adquirido a través de proveedores especializados. Este material es sometido a un proceso de curtido y acabado para garantizar su flexibilidad, resistencia y durabilidad. Una vez tratado, el cuero es cortado en piezas que se ajustan a las necesidades del diseño final del producto.
- **Trabajo con Materiales Base:** Dependiendo del tipo de producto, se utilizan materiales como calabaza o madera de algarrobo. La calabaza, que es comúnmente usada para la fabricación de mates, es seca, perforada y tratada para su uso. El algarrobo, por su parte, es utilizado para la elaboración de otros artículos como llaveros y cuchillos, debido a su resistencia y durabilidad.

- **Adhesión del Cuero a los Materiales Base:** Una vez que el cuero y el material base (calabaza o algarrobo) están listos, el siguiente paso consiste en adherir el cuero a la superficie del objeto mediante el uso de adhesivos de alta calidad. Este



proceso asegura que el cuero quede firmemente unido al material base, garantizando que no se despegue con el uso. En algunos casos, este proceso de adhesión se complementa con costuras, lo que proporciona mayor estabilidad y estética al producto final.

- **Personalización y Detalles:** Una vez que la base del producto ha sido formada y el cuero aplicado, se realiza la personalización del mismo. Esto puede incluir grabados a mano o con láser, dependiendo de la complejidad del diseño. Esta etapa es clave para

agregar los detalles únicos que caracterizan a cada pieza, como nombres, logotipos o elementos decorativos que representan la identidad de la marca.

Este proceso productivo destaca la fusión de técnicas tradicionales con un alto nivel de detalle y personalización, lo que permite a El Jagüel ofrecer productos auténticos y de gran valor artesanal.



Proceso de Producción de los cuchillos

A continuación, se presenta una descripción general del proceso artesanal de fabricación de cuchillos, basada en información disponible públicamente. En específico, se utilizó una página de web de un sitio de Tandil, donde detallan el proceso de fabricación artesanal de cuchillos en la zona, incluyendo la selección de materiales y las técnicas utilizadas.

La fabricación de cuchillos artesanales es un proceso que combina técnicas tradicionales, destreza manual y una profunda valoración por los materiales. Cada pieza es única y se elabora cuidadosamente desde su diseño hasta los detalles finales, con un fuerte componente cultural y estético.



El proceso inicia con la selección del acero, que puede variar según el tipo de cuchillo y su uso previsto. El material se calienta y forja hasta obtener la forma deseada de la hoja,

etapa que requiere precisión para asegurar el equilibrio, el filo y la resistencia. Luego, se realiza el tratamiento térmico, que fortalece el metal y mejora su durabilidad.

Luego, se confecciona el mango, que puede elaborarse en madera, asta, hueso u otros materiales. Este se ajusta y ensambla a la hoja, cuidando tanto la ergonomía como la estética general del cuchillo.

Una característica distintiva de este trabajo artesanal, es la incorporación de grabados e incrustaciones en la hoja o el mango. Estos detalles decorativos no solo realzan el valor visual de la pieza, sino que también pueden expresar la identidad del artesano o la cultura local.

Finalmente, el cuchillo se afila, pule y somete a una revisión exhaustiva que garantice su calidad funcional y estética. Este proceso da como resultado una pieza que refleja el oficio y la dedicación de quien la produce.

Formas de llegar a los clientes

La participación en ferias sigue siendo una parte clave para el crecimiento de El Jagüel Artesanías. A través de estos espacios, logra cierta conexión directa con un público diverso, que valora lo artesanal y lo hecho a mano. Aunque hoy en día muchos de los clientes son empresas o minoristas que buscan revender sus productos, el contacto sigue siendo cercano y mayormente personal.

La mayoría se comunica por teléfono o WhatsApp, muchas veces por recomendación directa. El boca a boca sigue siendo una herramienta poderosa: quienes conocen sus

productos los recomiendan, y eso genera nuevas ventas, incluso sin presencia activa en redes sociales o medios digitales.

Tienen una página web que funciona más como catálogo que como canal de venta, ya que las consultas y pedidos suelen llegar por mensajería directa. Algunos clientes incluso viajan hasta Miramar para comprar en persona, en su casa-taller, lo que refuerza la cercanía y la confianza que buscan construir con cada cliente.

Packaging

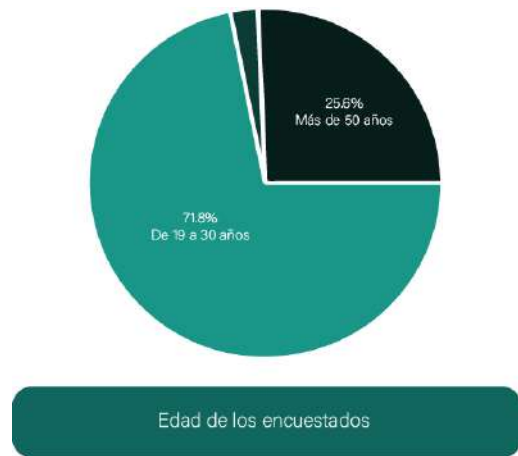
Actualmente, El Jagüel Artesanías no cuenta con un sistema de packaging definido. Los productos destinados a mayoristas se embalan cuidadosamente para su protección, mientras que los pedidos individuales se entregan en bolsas de papel madera, sin ningún tipo de identificación visual de la marca.

Si bien esta modalidad responde a una forma práctica de trabajo, también es un punto que reconocemos como una oportunidad de mejora. Incorporar una presentación más personalizada y coherente con la identidad de El Jagüel es uno de los pasos pendientes, especialmente pensando en fortalecer la imagen de marca y generar una experiencia más completa para quienes eligen sus productos.

Resultados de la encuesta realizada

Se llevó a cabo una encuesta con el objetivo de conocer el nivel de conocimiento que tiene la gente sobre la marca “El Jagüel” y su rubro. Para ello se encuestó a un total de 39 personas, pertenecientes a diferentes rangos etarios.

Para comenzar con el análisis, se consultó la edad de los encuestados con el fin de contextualizar las respuestas y segmentar el público en relación con el consumo y la valoración de productos artesanales. Según los resultados obtenidos, la mayoría de los encuestados (71.8%) tiene entre 19 y 30 años, mientras que un 25.6% tiene más de 50 años. Solo un pequeño porcentaje pertenece al grupo de 31 a 50 años, y no se registraron respuestas de personas menores de 18 años. Esta información permite identificar posibles patrones de comportamiento según el grupo etario, así como determinar si la marca El Jagüel Artesanías está siendo reconocida o valorada por el público al que desea dirigirse. Además, conocer el rango de edad facilita la toma de decisiones posteriores en cuanto al diseño visual, los canales de comunicación y el tipo de mensaje más adecuado para establecer un vínculo efectivo con su audiencia.

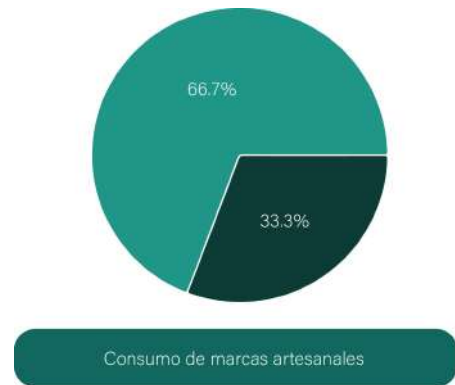


Un aspecto relevante que surgió a partir de la encuesta es que, al estar conformada mayoritariamente por personas jóvenes, se evidencia que este grupo etario no se identifica como un consumidor habitual de artesanías. Sin embargo, manifiesta una valoración positiva hacia este tipo de productos, especialmente por el trabajo manual y el esfuerzo que representan, que no se refiere únicamente a la dedicación física, sino también al conocimiento técnico, la transmisión de saberes tradicionales, la paciencia en los procesos y el tiempo invertido en cada pieza única. A pesar de ello, estos atributos no resultan determinantes al momento de realizar una compra, ya que no son percibidos como un diferencial lo suficientemente fuerte frente a otras alternativas disponibles en el mercado.

También, podemos agregar que la mayoría de los encuestados manifestó no conocer

marcas artesanales. Solo un 23% declaró tener conocimiento de algunas, aunque de manera muy general y dispersa, incluyendo ejemplos que van desde helados hasta calzado. En los casos en que las marcas son reconocidas, suelen ser consumidas; de lo contrario, no forman parte de la mente del público.

En cuanto al consumo de marcas artesanales, de las personas encuestadas solo el 33.3% manifestó haber consumido alguna de las marcas mencionadas. Mientras que el 66.7% respondió que no lo hacen. Lo que refleja un conocimiento limitado de las marcas por parte del grupo de personas encuestado.

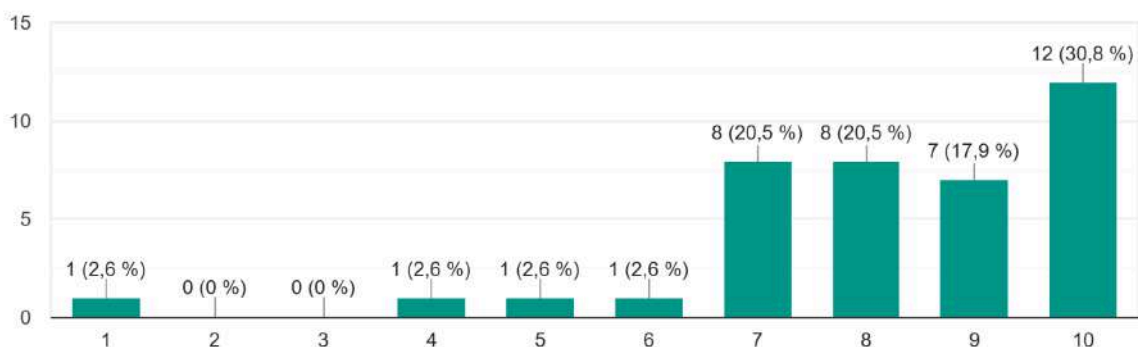


Con respecto a la importancia que le dan los encuestados a la comunicación de la marca en redes sociales, los resultados indican que una amplia mayoría considera muy importante la comunicación de una marca en redes sociales. En concreto el 89.7% de los encuestados calificó la importancia de un puntaje de 7 o más (siendo 10 la más elegida) con un 30.8% de las respuestas.

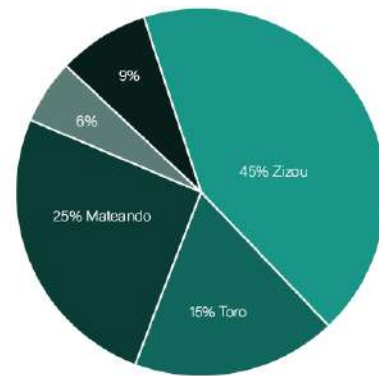
En la pregunta sobre donde realizan habitualmente sus compras, entre las 38 respuestas recibidas se observa una clara preferencia por compras físicas. El 81.6% de los encuestados indicó que realiza sus compras en tiendas físicas. Mientras que el 18.4% opta habitualmente por comprar por internet.

¿Qué tanta importancia le das a la comunicación de una marca en redes sociales?

39 respuestas



Haciendo referencia al reconocimiento de la marca, el 100% de los encuestados afirmó no conocer la marca El Jagüel Artesanías. Para relevar información sobre la competencia minorista, se incluyó una pregunta específica en la encuesta. Dentro del segmento de los mates artesanales orientados al público joven, los resultados indicaron que las marcas más



Marcas de mates artesanales más reconocidas por el público encuestado (orientado al segmento joven)

reconocidas y consumidas son “Zizou”, “Mateando” y “Toro Mates”, posicionándose como la principal competencia minorista actual de El Jagüel Artesanías.

Según los datos recolectados, el 80% de los encuestados manifestó conocer y haber consumido productos de al menos una de estas marcas, destacándolas como las más representativas del rubro. Este alto nivel de reconocimiento se debe, en gran parte, a sus estrategias de comunicación y al enfoque visual que proponen.

“Zizou” se identifica por su propuesta de diseño minimalista y moderno, con mates de cerámica, madera o acero, a menudo personalizables. Su fuerte presencia en redes sociales como Instagram y TikTok refuerza su vínculo con un público visualmente exigente y conectado.

“Mateando” combina lo tradicional con una estética relajada y cercana. Ofrece productos relacionados al ritual del mate, como mates, cuchillos, llaveros y fernetos, apelando al sentido cultural y al humor argentino como puente para generar comunidad.

“Toro Mates”, por su parte, apuesta por un estilo urbano y práctico, ofreciendo mates térmicos, bombillas innovadoras y kits funcionales. Está orientada a un público activo, moderno y con estilo, que valora tanto el diseño como la practicidad.

Estas marcas se destacan no solo por la calidad o variedad de sus productos, sino por

haber logrado construir una identidad visual sólida y una comunicación efectiva hacia el público joven, lo que les permite generar reconocimiento, fidelización y comunidad en redes sociales y canales digitales.

En conclusión, la totalidad de los encuestados afirmó no conocer la marca 'El Jagüel'. La mayoría pertenece al segmento joven, que manifestó valorar el trabajo artesanal, aunque no lo identifica como un factor decisivo de compra. Asimismo, las marcas más reconocidas dentro del rubro de mates artesanales fueron 'Zizou', 'Mateando' y 'Toro Mates', destacadas por su presencia en redes sociales y su vinculación con un estilo visual atractivo para ese público.

Análisis FODA- Tabla 1

<i>Análisis FODA</i>	<i>Fortalezas</i>	<i>Debilidades</i>
<i>Análisis Interno</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Piezas hechas a mano, respetando los materiales auténticos y las tradiciones. ● Propuesta con identidad: pone en valor las costumbres criollas y la identidad argentina. ● Diversidad de productos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Identidad visual no definida. ● Problemas en la experiencia de compra tanto en la tienda física como en el sitio web. ● No poseen una estrategia de comunicación clara. ● La forma en la que exhiben sus productos no es atractiva. ● No atraen al público joven

	<i>Oportunidades</i>	<i>Amenazas</i>
<i>Análisis externo</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejorar su página web y tienda online para poder incrementar sus ventas y alcance. ● Desarrollar una estrategia de comunicación para fortalecer su imagen y conectar más con el público. ● Crear una marca exclusiva de mates para atraer a un nuevo público. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Otras marcas artesanales más avanzadas en el mundo digital pueden ganar un mejor posicionamiento en el mercado. ● La preferencia por productos más económicos y producidos en serie podría disminuir la demanda en las artesanías. ● El cambio en los precios de los materiales afecta la rentabilidad.

El FODA realizado permite ver que El Jagüel Artesanías posee una base sólida gracias a la calidad de sus materiales y a su fuerte identidad artesanal. Sin embargo, también enfrenta dificultades que limitan su crecimiento, como una identidad visual poco definida y una escasa conexión con audiencias más jóvenes.

A pesar de estos desafíos, existen muchas oportunidades para potenciar la marca, como el interés creciente por lo artesanal, la tendencia hacia productos personalizados y la posibilidad de crear una nueva marca pensada para un público más joven y digitalizado. Si se toman decisiones estratégicas en torno a estos puntos, El Jagüel puede fortalecerse y lograr una presencia más coherente, moderna y competitiva en el mercado.

Por lo tanto, se concluye que, mediante decisiones estratégicas bien orientadas, El Jagüel Artesanías tiene el potencial de crecer, modernizar su imagen y consolidarse como una propuesta artesanal relevante, competitiva y alineada con las nuevas tendencias de consumo.

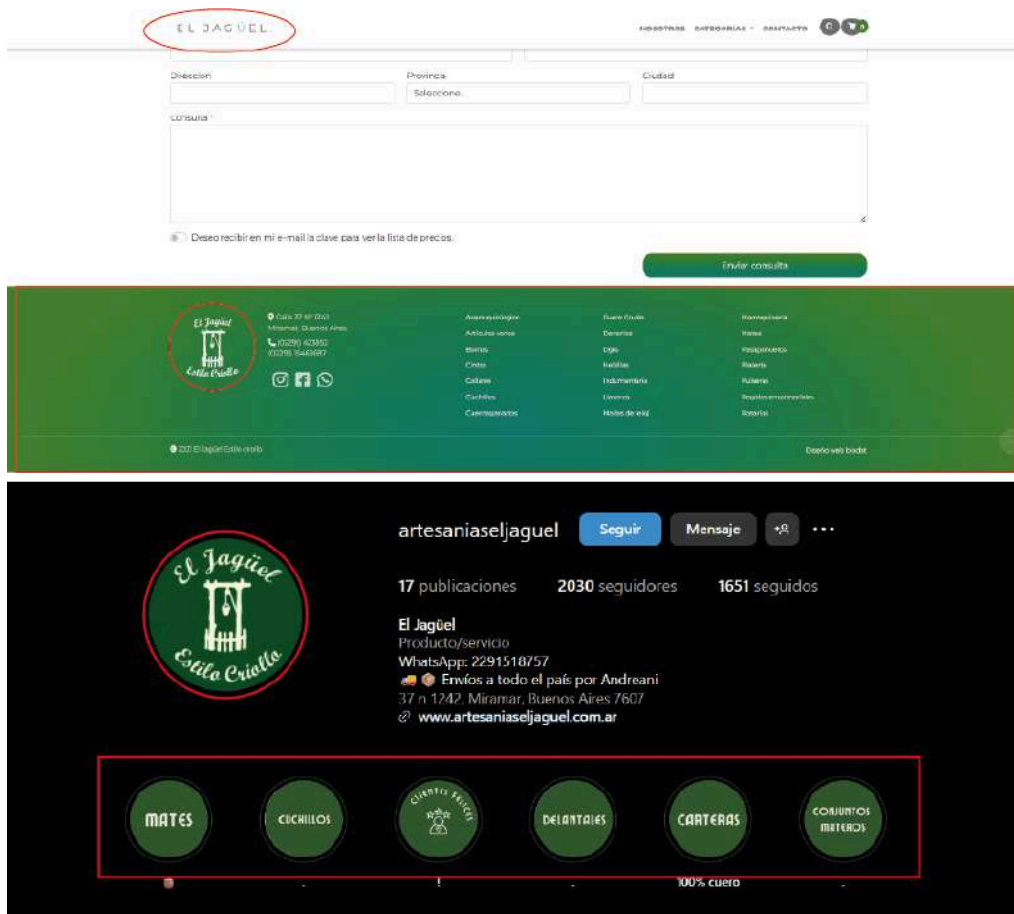
Problemática

El Jagüel carece de identidad visual coherente, lo que dificulta su posicionamiento y reconocimiento en el mercado. La identidad visual es el conjunto de elementos gráficos que representan visualmente a una marca, como el logo, los colores, las tipografías, las formas y las ilustraciones. Cuando estos elementos no están bien definidos o no se usan de forma unificada, se pierde fuerza comunicativa y se vuelve más difícil transmitir los valores y la esencia de la marca.

Análisis

El Jagüel Artesanías se ha consolidado como un emprendimiento de fuerte valor cultural, cuyo diferencial radica en la calidad de sus procesos artesanales, el uso de materiales tradicionales y técnicas autóctonas que remiten al espíritu de la cultura criolla. Sin embargo, a pesar de esta riqueza simbólica y productiva, la marca enfrenta una problemática significativa que limita su crecimiento y proyección a futuro: la falta de una identidad visual sólida.

En lo que respecta a su identidad visual, se manifiesta la ausencia de un sistema gráfico robusto, funcional y coherente, lo que genera múltiples obstáculos en la forma en que la marca se presenta y es percibida por su audiencia.



Se observa que en el desarrollo de la página web se emplean dos logotipos diferentes, con características muy distintas entre sí. Uno se emplea en el principio de la página y el otro en el pie de página junto a los datos de contacto. Esta coexistencia de marcas dentro de un mismo canal puede generar confusiones ya que las personas que visitan la web no saben con claridad cuál es la imagen oficial de la marca. Asimismo, se advierte una variación en la paleta cromática: mientras que en el sitio web predomina un tono de verde acompañado por un fondo con efecto degradado, en el perfil de Instagram se utiliza un verde más oscuro, plano y sin degradado. Incluso en esta red social solo aparece uno de los dos logos que se ven en la web. Estas diferencias hacen que la marca no tenga una imagen clara y unificada, lo que puede dificultar que el público la identifique fácilmente.

Actualmente, la marca presenta una diversidad de elementos visuales —como logotipos distintos, paletas cromáticas variadas y estilos gráficos dispares— tanto en sus

productos como en sus plataformas digitales. Esta multiplicidad de lenguajes visuales fragmenta la identidad de marca y dificulta la creación de una imagen reconocible y profesional. Además, el logotipo actual resulta sobrecargado en detalles, lo que afecta su legibilidad y versatilidad, especialmente en formatos digitales o de escala reducida. “La identidad visual de una marca no solo debe ser coherente, sino también resonar con las aspiraciones de su público objetivo. Una imagen confusa puede generar desconfianza, mientras que una consistente fortalece la conexión emocional con los consumidores” (Smith, 2018, p. 45).

Esta falta de cohesión visual no solo genera confusión en el público, sino que también debilita la presencia de la marca en medios contemporáneos, como redes sociales, tiendas virtuales y canales de difusión digital, donde la claridad y la consistencia son claves para captar y fidelizar a los usuarios. A su vez, limita su capacidad de destacarse frente a la competencia y dificulta la consolidación de una identidad fuerte y memorable que comunique de manera eficaz los valores diferenciales del emprendimiento.

En consecuencia, esta situación compromete el posicionamiento de El Jagüel Artesanías en el mercado actual, reduciendo su alcance y afectando su conexión emocional con los consumidores. Para una marca que se apoya en la autenticidad, la tradición y el trabajo manual, contar con una identidad visual bien definida y alineada con sus valores es fundamental para sostener su crecimiento y proyectarse a futuro con solidez.

En definitiva, la falta de una identidad visual coherente limita la capacidad de El Jagüel Artesanías para comunicar sus valores de confianza, calidad y tradición. Esta carencia repercute negativamente en su reconocimiento, en la construcción de una imagen unificada y en su vínculo con el público, lo que evidencia la necesidad de revisar y fortalecer su estrategia visual.

Objetivo General

Consolidar la identidad visual de la marca Artesanías El Jagüel como reflejo de su autenticidad artesanal.

Objetivos Específicos

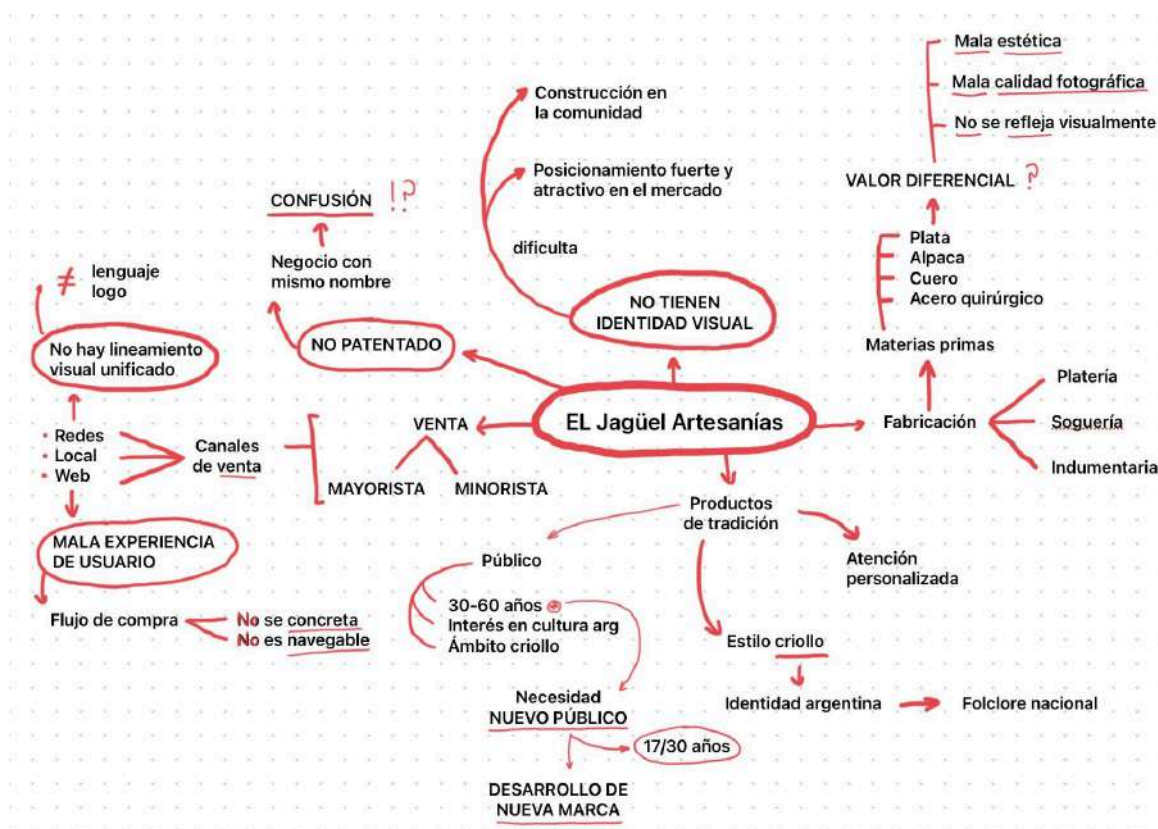
El rediseño de la identidad visual de El Jagüel Artesanías tiene como finalidad consolidar la imagen del emprendimiento, optimizar su comunicación en todos los puntos de contacto y lograr una conexión más efectiva tanto con su público actual —mayoristas y revendedores— como con nuevas audiencias, mediante una propuesta visual clara, coherente y atractiva. Para lograrlo, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Asegurar consistencia visual
- Lograr coherencia visual en todos los puntos de contacto de la marca.
- Captar el interés de un público joven, fortaleciendo el vínculo con la marca.
- Fortalecer la comunicación del proceso productivo y el valor del trabajo artesanal.
- Consolidar el posicionamiento de la marca en el mercado.
- Reforzar la conexión e identificación con el público objetivo

Estos objetivos buscan no solo crear la imagen de la nueva marca, sino también acompañar su crecimiento de forma estratégica, fortaleciendo su identidad cultural y su competitividad en un entorno cada vez más visual y digital. Al mismo tiempo, permiten consolidar y actualizar la identidad visual de *El Jagüel Artesanías*, dotándola de coherencia,

funcionalidad y mayor reconocimiento, para potenciar su posicionamiento en el mercado actual y asegurar una comunicación más clara, efectiva y emocional con sus diferentes públicos.

Mapa visual de la problemática



Plan de trabajo

Etapa 1

Identidad Visual

Piezas entregables

Manual de Marca

Catálogo de productos

Sistema de Campaña Progresiva

Folleto Informativo

Submarca

Brochure Submarca

Piezas de apoyo (Stickers, etiquetas, flyers)

Etapa 2

Packaging - piezas comerciales - Escenarios POP

Piezas entregables

Sistema de Packaging

Merchandising

Sistema de Campaña Progresiva

Sistema POP

Sistema de 3 avisos publicitarios

Etapa 3

Redes sociales, Papelería, Diseño

Piezas entregables

Redes sociales

Papelería institucional

Diseño Uxui

Señalética

Spot Publicitario

Etapa 1

Identidad Visual

Manual de marca: Se diseñó y organizó el manual de identidad visual, definiendo los lineamientos de uso del logotipo, la paleta cromática, las tipografías, tramas, texturas y estilo fotográfico. Este documento permitió consolidar la coherencia del sistema gráfico y establecer pautas claras de aplicación. Durante las devoluciones se destacaron la solidez visual y la consistencia general del diseño, sugiriendo únicamente ajustes en la jerarquía interna de la información.

Objetivos del Manual de Marca

Unificar la identidad visual, asegurar que el logo, colores y tipografías se usen de forma correcta, mantener una comunicación coherente con los valores de la marca: tradición, encuentro y calidad, y facilitar el trabajo de quienes produzcan piezas gráficas.

Resultados Esperados

Una marca clara, ordenada y reconocible.
Piezas visuales coherentes en todos los medios.
Menos errores al aplicar la identidad.
Un posicionamiento más sólido y profesional.



Cátalogo de productos: Se avanzó en el diseño editorial del catálogo, logrando una composición coherente con la identidad de marca. En la instancia de corrección, se colocó mayor énfasis a los datos característicos de cada producto, como materialidad, color, y descripción del mismo.

Objetivos del Catálogo de Productos

Presentar la línea completa de productos de manera clara y ordenada.
Facilitar la elección del cliente mostrando variantes, materiales y beneficios.
Fortalecer la percepción de calidad y tradición de la marca.
Unificar la comunicación visual de la oferta de productos.

Resultados Esperados

Clientes mejor informados y más seguros al elegir.
Incremento en consultas y ventas.
Una presentación profesional que refuerza el valor de la marca.
Mayor organización interna del inventario y la oferta.



Campaña: La campaña se diseñó de manera progresiva para transmitir los valores de la marca y reforzar el vínculo con el público, mediante un sistema integral de piezas: etiqueta (primer contacto visual con el producto), flyers (difusión en puntos estratégicos), PDF explicativo (lineamientos conceptuales y visuales), afiches urbanos (alto impacto), redes sociales (llegada a públicos jóvenes) y tarjetas (refuerzo de cercanía y recordación).



Objetivos de la Campaña del Día del Padre

Reforzar el vínculo emocional entre la marca y las familias.
 Posicionar a El Jagüel como el regalo perfecto para celebrar tradición y momentos compartidos.
 Incrementar la visibilidad y el interés en los productos especiales para la fecha.

Resultados Esperados

Mayor conexión emocional con el público.
 Aumento en ventas y en la elección de El Jagüel como regalo.
 Mayor reconocimiento de marca en fechas especiales.

Flyers y etiquetas: Se siguió con el diseño de flyers y etiquetas para lograr cubrir todas las áreas comunicativas del proyecto.

Objetivos de los Flyers y Etiquetas

Comunicar de forma rápida y atractiva la identidad de El Jagüel.
 Facilitar información clave sobre cada producto.
 Reforzar la recordación de marca en el punto de venta.

Resultados Esperados

Mayor reconocimiento inmediato del producto.
 Identidad visual más coherente y profesional.
 Mejor experiencia del usuario al identificar y elegir los mates El Jagüel.



Brochure: Se avanzó con el diseño del brochure innovador, eligiendo un formato disruptivo y asegurando proporcionar toda la información de manera correcta para facilitar su interpretación.

Objetivos del Brochure

Explicar de manera simple y visual el proceso correcto para curar un mate.
 Acompañar al usuario después de la compra, reforzando la experiencia de marca.
 Transmitir los valores de tradición, cuidado y durabilidad propios de FIERRO.

Resultados Esperados

Usuarios mejor informados y mates que duran más tiempo.
 Mayor confianza y cercanía entre el cliente y la marca.
 Percepción de FIERRO como marca responsable, detallista y orientada al usuario.



Tríptico: El folleto se diseñó con el propósito de comunicar quiénes son, cuál es el valor diferencial de El Jagüel y qué tipo de productos ofrecen.

Objetivos del Folleto

Presentar de forma rápida quién es El Jagüel y su esencia como marca.
 Comunicar su valor diferencial: tradición, artesanía y calidad.
 Mostrar de manera ordenada los tipos de productos que ofrecen.

Resultados Esperados

Mayor comprensión de la identidad y propuesta de la marca.
 Fortalecimiento del vínculo con potenciales clientes.
 Facilitar la decisión de compra al mostrar claramente la oferta de productos.



Etapa 2

Packaging - Piezas comerciales - POP

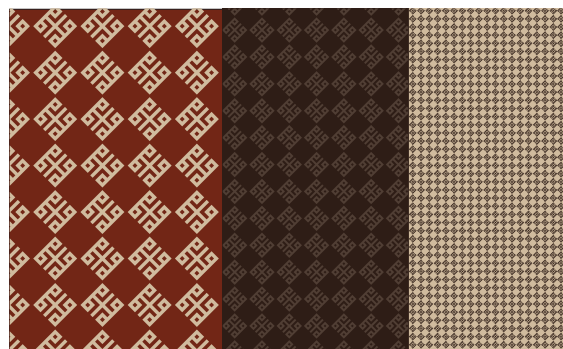
Durante este período se completó la Etapa 2, correspondiente a la aplicación del sistema visual desarrollado en la Etapa 1 a nuevos soportes funcionales, promocionales y digitales.

Esta instancia permitió consolidar la identidad visual de Artesanías El Jagüel, fortaleciendo su presencia tanto en los espacios físicos como en los medios digitales, y confirmando la versatilidad del sistema gráfico para adaptarse a distintos formatos y materiales.

Sistema de packaging: Desarrollo del packaging: generar un sistema de tres packagings que reflejen la identidad criolla y artesanal de la marca, sean funcionales y tengan un doble uso (exhibición). A su vez se focalizó el proyecto en transmitir el concepto de la marca “Tradición que se renueva” simulando la renovación de la forma de apertura de los 3 packs.



Se empleó una misma textura base, aplicada en distintas densidades, para mantener coherencia visual y reforzar la identidad artesanal y rústica de la marca. A su vez, se incorporaron hilos y materiales como tela de arpillera para acentuar su esencia rústica y hecha a mano.



Objetivos del Sistema de Packaging

Unificar mate, cuchillo y cinturón bajo un mismo lenguaje visual.
Crear envases que además funcionen como exhibidores, optimizando venta y exposición.
Reflejar el valor artesanal y la esencia de la marca mediante materiales, texturas y apertura común.
Mejorar la experiencia del usuario con un packaging práctico, transportable y coherente.

Resultados Esperados

Mayor reconocimiento y coherencia visual entre los productos de la marca.
Exhibición más ordenada, atractiva y funcional en puntos de venta.
Refuerzo de la identidad artesanal y diferencial de El Jagüel.
Incremento en la percepción de calidad y en el interés del consumidor.



Objetos de merch: Se desarrollaron objetos de merchandising con el fin de degustar compartiendo la tradición, no solo desde la parte gráfica sino también desde la materialidad. Se llevaron a cabo: Portamate, plato de madera grabado, totebag con separador y pañuelo criollo con textura. a cada uno se le diseñó también una etiqueta.



Objetivos

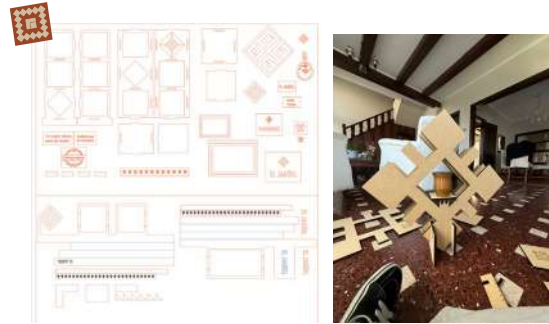
Extender la identidad de El Jagüel a través de objetos de merchandising que transmitan la tradición tanto en lo gráfico como en lo material.
Crear piezas útiles y coherentes con el universo artesanal de la marca.
Reforzar la conexión emocional con el público mediante objetos que acompañen el ritual del mate.

Resultados Esperados

Mayor presencia de marca en la vida cotidiana del usuario.
Productos que fortalecen el concepto de tradición compartida y el valor artesanal.
Colección de objetos consistente: portamate, plato de madera grabado, totebag con separador y pañuelo criollo con textura, cada uno con su etiqueta propia, reforzando unidad y profesionalismo.



Sistema Pop: Se avanzó con el diseño de los exhibidores, enfocándose únicamente en tres productos: mate, cuchillo y bombilla. Además, se desarrollaron dos piezas más a escala con el fin de utilizarlas como stands en ferias. Primero, todas las piezas se llevaron a 2D para calcular cortes y encastrés; luego se armaron y se pintaron para reforzar la alusión a la madera.



Objetivos

Representar la esencia artesanal y la historia de la marca mediante exhibidores coherentes en forma, materiales y estética.
 Unificar la identidad visual a través de patrones criollos, texturas rústicas y elementos que evoquen tradición.
 Diseñar un sistema modular y funcional que pueda adaptarse a distintos contextos de exhibición.

Resultados Esperados

Exhibidores que transmiten una identidad visual sólida, contemporánea y fiel a las raíces criollas de El Jagüel.
 Mayor claridad y orden en la presentación de productos, reforzando el valor del oficio artesanal.
 Un sistema versátil que mejora la experiencia del usuario y potencia la presencia de la marca en ferias, puntos de venta y eventos.



Sist. 3 avisos: El sistema de tres avisos publicitarios se desarrolló para que cada aviso actúa como pieza independiente pero complementaria, reforzando la identidad de la marca y destacando la tradición y cuidado en la elaboración de los productos.



Objetivos

Comunicar de forma directa el valor de El Jagüel.
 Reforzar la identidad visual y conceptual de la marca a través de tres piezas coherentes entre sí.
 Destacar la tradición, la dedicación y el cuidado presentes en la elaboración de cada producto.

Resultados esperados

Mayor reconocimiento de la marca
 Transmisión efectiva del mensaje central: la tradición como eje diferenciador.
 Generación de interés y conexión emocional

Sistema progresivo de campaña: Se avanzó con el diseño de la campaña “El jagüel en la Rural”. Se planteó un sistema visual coherente al de la marca pero representativo de esta campaña para que sea mas contundente el mensaje. Se diseñaron piezas físicas y digitales para cubrir todos los canales de comunicación

Objetivos

Comunicar la tradición criolla y los valores artesanales de El Jagüel dentro del contexto de La Rural.
Generar expectativa, interacción y participación del público mediante una campaña progresiva.
Unificar la presencia de la marca a través de stand, piezas gráficas, flyers, etiquetas y contenidos digitales.
Ampliar el alcance y la visibilidad

Resultados esperados

Mayor reconocimiento de marca dentro de un evento masivo y culturalmente afín como La Rural.
Una experiencia coherente y memorable gracias a un sistema visual y espacial unificado.
Incremento de la interacción del público
Fortalecimiento de la identidad de El Jagüel



Etapa 3

Redes sociales, Papelería, Diseño UxUi, Señalética

Durante este período se avanzó en la Etapa 3, correspondiente al desarrollo del diseño para redes sociales, la papelería institucional, Diseño web y Mobile, y spot publicitario. Esta última instancia permitió reforzar aún más la comunicación de la marca en distintas áreas, ya sea corporativa, publicitaria o digital. Se le dio a la marca el lugar para comunicar quién es donde sea.

Redes sociales: Se prevé trabajar sobre una serie de placas realizadas en el primer cuatrimestre, adaptándolas al sistema visual consolidado. Y se planteó y diseñó una organización del feed. El objetivo es construir un conjunto de piezas organizado y funcional para publicaciones, portadas y contenidos promocionales.



Producto en uso

Frase que los destaque



Publicación corporativa

Objetivos

El diseño de redes sociales busca unificar la presencia digital de El Jagüel, adaptando las placas ya realizadas al sistema visual consolidado de la marca. Se plantea organizar el feed para lograr una comunicación clara, coherente y atractiva, con piezas funcionales para publicaciones, portadas y contenidos promocionales. El objetivo central es fortalecer la identidad visual y mejorar la experiencia del usuario en cada punto de contacto digital.

Resultados esperados

Se espera obtener un feed ordenado, consistente y visualmente sólido, donde cada pieza mantenga la estética artesanal de la marca. La adaptación del contenido permitirá una comunicación más eficiente, mayor reconocimiento visual y una navegación más clara para el público. En conjunto, el sistema reforzará la profesionalización de la marca y su presencia en redes sociales.



Señalética: Se presentó tres modelos base de señal que funcionarán como guía para el desarrollo del sistema completo. Se plantearon para identificar las distintas áreas de trabajo (como Área de Cuero, Área de Metales y otras) con el objetivo de delimitar espacios y mejorar la orientación general.

En segundo lugar, se desarrollaron señales específicas para cada maquinaria, las advertencias correspondientes para su uso seguro.

Para salir de la forma tradicional, se decidió utilizar la silueta del logotipo como forma base para contener la información, logrando así un sistema más coherente, distintivo y alineado con la identidad visual de la marca.



Objetivos

El plan de señalética se desarrolló con el objetivo de ordenar y organizar los espacios del taller, facilitando la identificación de cada sector de trabajo y mejorando la circulación interna. Además, se buscó incrementar la seguridad, incorporando señales de advertencia y uso obligatorio para proteger a los trabajadores. El sistema apunta a unificar la comunicación visual mediante pictogramas y materiales coherentes con la identidad artesanal de la marca.

Resultados esperados

Como resultado, se espera un taller más claro, funcional y seguro, donde cada área —pulido de mates, armado de pedidos, tratado de virolas, armado de cuchillos, corte de cuero y grabado láser— esté correctamente identificada. La incorporación de advertencias visuales ayudará a prevenir accidentes y estandarizar buenas prácticas. En conjunto, el sistema de señalética aportará orden, eficiencia y profesionalismo, fortaleciendo la experiencia y el bienestar de quienes trabajan en El Jagüel.



Dos capas para simbolizar la renovación

Atrás madera - tradición
Adelante gráfica - moderno

Forma irregular y recta como los patrones y el isologo de la marca

10 cm

Uso **OBLIGATORIO** de lentes de protección

26 cm

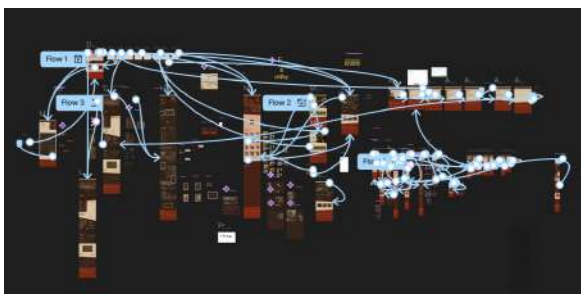
Diseño Web y Mobile: Se diseñó el sitio web de Artesanías El Jagüel, aplicando los lineamientos del sistema gráfico y el estilo visual definidos previamente. La propuesta busca transmitir la esencia artesanal y auténtica de la marca mediante una interfaz clara, moderna y adaptable. Al no haber suficiente tiempo para diseñarla por completo, se diseñó el camino feliz para concretar la compra de un mate.

Objetivo

El rediseño de la página web de El Jagüel tiene como objetivo modernizar la experiencia digital, mejorar la navegación y reforzar la identidad visual artesanal de la marca. Se busca ofrecer una estructura más clara, accesible y funcional, que permita al usuario conocer la historia, los valores y los productos de manera intuitiva. Además, se pretende optimizar la presentación del catálogo, facilitar el contacto y potenciar la imagen profesional de la marca en el entorno digital.

Resultados esperados

Como resultado, se espera una web más ordenada, atractiva y alineada con el sistema visual de la marca, que transmita coherentemente su esencia criolla y artesanal. El nuevo diseño permitirá una navegación fluida, mayor comprensión de los productos y una experiencia más inmersiva. Esto fortalecerá la presencia digital de El Jagüel, incrementará el reconocimiento de marca y generará un vínculo más sólido con el público.



Spot Publicitario: Se diseñó el spot con la idea de que cada mate une a personas distintas, en lugares distintos, pero con un mismo ritual: compartir. No importa dónde estés ni con quién, el mate te conecta con tus raíces, con la historia y con lo que realmente importa: el momento compartido. Se desarrolló, un guión técnico, literario y un storyboard.



Objetivos del spot publicitario

- Mostrar el mate de El Jagüel como símbolo de unión y tradición compartida.
- Transmitir emoción a través de escenas cotidianas de uso real.
- Reforzar la identidad artesanal y cultural de la marca desde un enfoque humano.
- Generar identificación en distintos públicos, especialmente jóvenes.

Resultados esperados

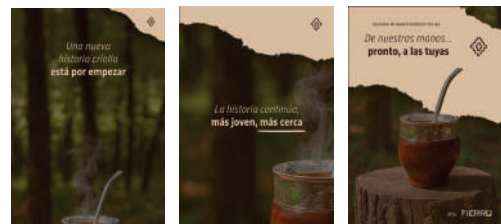
- Mayor conexión emocional con la marca y sus valores tradicionales.
- Refuerzo del reconocimiento de El Jagüel como referente del mate artesanal.
- Asociación inmediata entre producto y experiencia de compartir.
- Un mensaje audiovisual claro y memorable que potencie la campaña general.

PLANO	AVULACIÓN	ENACE	SÓNIDO / DIÁLOGO	STORYBOARD
Plano general	AVULACIÓN 1	ENACE 1	SÓNIDO 1	Storyboard 1
Plano medio	AVULACIÓN 2	ENACE 2	SÓNIDO 2	Storyboard 2
Plano cercano	AVULACIÓN 3	ENACE 3	SÓNIDO 3	Storyboard 3
Plano muy cercano	AVULACIÓN 4	ENACE 4	SÓNIDO 4	Storyboard 4
Plano detalle	AVULACIÓN 5	ENACE 5	SÓNIDO 5	Storyboard 5
Plano extremo	AVULACIÓN 6	ENACE 6	SÓNIDO 6	Storyboard 6

Guion literario

El mate es un ritual que une a personas distintas, en lugares distintos, pero con un mismo propósito: compartir. No importa dónde estés ni con quién, el mate te conecta con tus raíces, con la historia y con lo que realmente importa: el momento compartido.

Sist. 3 avisos: Se siguió con el diseño de una campaña para lanzar la marca Fierro. Se utilizó la retórica visual de Sinecdoque, comunicar el todo mostrando solo una parte, para así generar intriga y progresión a medida que van pasando los avisos.



Objetivo

Busca introducir y posicionar a Fierro, la nueva sub-marca de mates de El Jagüel, destacando su identidad joven y su vínculo con la tradición. Se propone generar reconocimiento, despertar curiosidad y construir una conexión emocional con el público objetivo, preparando el terreno para su llegada al mercado.

Resultados esperados

Se espera lograr una presentación sólida y coherente de la submarca, reforzando su diferencial frente a la competencia y consolidando su narrativa visual. Los avisos deben contribuir a aumentar la visibilidad, estimular el interés por la marca y favorecer una primera etapa de recordación, estableciendo una base sólida para futuras acciones de comunicación.

Papelería corporativa: Se desarrollaron la hoja membretada, las etiquetas, tarjeteas de agradecimiento y la carpeta, conformando una primera aproximación al sistema aplicado en soportes impresos formales. Estas piezas mantienen coherencia con los lineamientos visuales de la marca.

Objetivos

Unificar la identidad visual de la marca en todas las piezas impresas.
Transmitir profesionalismo y coherencia de marca.
Reforzar el reconocimiento y la personalidad de la submarca.

Resultados esperados

Mayor recordación y percepción profesional.
Comunicación más clara y uniforme.
Experiencia del cliente más cuidada en cada contacto con la marca.



Conclusión

Como se mencionó al inicio del proyecto, el objetivo fue comprender el uso estratégico del diseño para potenciar a El Jagüel, promoviendo el reconocimiento de la marca y su proyección a futuro. Continuando lo que plantea Gui Bonsiepe, el diseño no funciona únicamente en lo estético, sino también como una herramienta estratégica que permite generar valor a una marca, diferenciarla y comunicar de manera más clara su identidad.

El diseño gráfico es una herramienta esencial para fortalecer el posicionamiento y consolidar la identidad de la marca en el mercado. El principal desafío consiste en desarrollar una nueva identidad visual que sea coherente, distintiva y capaz de posicionarse en un nuevo segmento, estableciendo a la vez una comunicación visual sólida y propia. Este estudio propone abordar dicho desafío desde una perspectiva de diseño estratégico, con el fin de generar soluciones innovadoras que aseguren una identidad fuerte, diferenciada y efectiva en todos los canales de comunicación de la marca.

Fuentes

<https://www.lafabricacuero.com.ar/soguera-criolla-artesantias-cuero-crudo>

<https://www.marmolejorfebres.com/storewp/bienvenida/>

“La Tecnología Artesanal de la Cuchillería Criolla realizada en Plata, Latón o Alpaca.”

Arquitecto Eduardo Bianchetti

<https://elchasquicultural.com/artesania-criolla-herencia-de-una-historia-gaucha/>

Manualidades criollas, el cuero crudo paso a paso”. Autor Manuel Bugallo. Editorial

Andrómeda. Resumen

<https://argentinaxplora.com/actividad/artesano/artespl.htm>

“40° Aniversario de la “Feria Artesanal de Miramar”

<https://mga.gov.ar/40-aniversario-feria-artesanal-de-miramar>

“Ferias Locales”

<https://miramar.tur.ar/index.php/miramar-productivo>

<https://andinos.com.ar/mayorista-de-artesantias>

<https://tremunmayorista.com.ar>

<https://www.sinfrontera-ls.com/>

Libro: Smith, J. (2018). *Brand identity and consumer behavior*. Editorial Branding Press.

Libro: Rodríguez, M. (2017). *Artisan fairs and local economies*. Cultura Viva Ediciones.

https://cuchillosdetandil.com/fabricacion-y-produccion/?utm_source=chatgpt.com

Fabricación y Producción: Tradición Artesanal y Excelencia Argentina.