



FACULTAD DE HUMANIDADES

Escuela Académico Profesional
De Artes & Diseño Gráfico Empresarial

TESIS

**POSICIONAMIENTO DE LOS ARTESANOS DE
MÓRROPE. MANUAL DE IDENTIDAD
CORPORATIVA GRÁFICA.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
Artes & Diseño Gráfico Empresarial**

Autores:

Bach. Cajusol Bravo Christian Omar.
Bach. Monteza Tantachuco Cristian Eduardo.

Pimentel, Diciembre del 2015.

RESUMEN

La artesanía es una actividad que cada día ayuda a conectarse con su ciudad, con su país y también con el mundo; cada Región, departamento, ciudad, etc, que se encuentra dentro del territorio peruano, tiene algo que difundir, por pertenecer a un país multicultural, como en la Ciudad de Mórrope, donde existen artesanos que practican actividades ancestrales, como la elaboración de tejidos a base de algodón nativo, mate burilado y cerámica; pero el gran problema es que turistas locales y extranjeros no conocen que en la Ciudad de Mórrope se realizan estas actividades, entonces: ¿Qué podemos hacer para poder informar que en Mórrope se elaboran estas actividades y productos?. Partiendo desde esa problemática nos trazamos el objetivo de generar una propuesta del Manual de Identidad Corporativa a los artesanos de la Ciudad de Mórrope para posicionarlos dentro del mercado Artesanal de la Región Lambayeque.

Con una investigación de tipo Mixta; pero adoptando el formato de Investigación Cuantitativa, con diseño de investigación TRANVERSAL NO EXPERIMENTAL, teniendo un proceso exploratoria – descriptiva y propositiva, apoyándonos de entrevistas y encuestas que se realizarán a la población de la Región Lambayeque, artesanos de Mórrope y expertos en la materia de artesanía e identidad corporativa.

La Información depositada por los investigados fue analizada y transformada a Identidad Corporativa de los artesanos de la Ciudad de Mórrope, demostrando que el uso correcto de los elementos que le componen, como el color, iconografía, cultura, lengua, etc, logra que primero los artesanos se sientan identificados y posteriormente sean recordados dentro de la mente de sus consumidores.

La presente investigación aporta a profesionales del diseño a resolver problemas que tienen que ver con expresar identidad, ya sea a una sociedad, organización, producto o servicio, y tomar como ejemplo este caso para temas también culturales. Al final la propuesta: Manual de Identidad Corporativa Gráfica generada es muy interesante, debido a que genera una línea que reúne a tres actividades representativas y puede adaptarse de forma individual por actividad.

PALABRAS CLAVE: Posicionamiento, Artesanía, Mercado Artesanal, Identidad Corporativa

ABSTRACT

The Craftsmanship is an activity every day helps to connect with your city, your country and also with the world; every Region, Department, city, etc, which is located inside the Peruvian territory, has something to spread, because they belong to a multicultural country, as in the city of Morrope, where there are craftsmen who practice ancestral activities, as the production of tissue-based native cotton, Matt chipping and ceramics; but the big problem is that local and foreign tourists don't know that in the city of Morrope perform these activities, then: what can we do to be able to report that in Morrope has elaborated these activities and products?. Starting from this problem we draw to create a proposal for corporate identity Manual the artisans of the city of Morrope to position them within the craft of the Lambayeque Region market.

With a mixed type investigation; but by adopting the format of quantitative research, with cross case not EXPERIMENTAL research design, having a process exploratory - descriptive and purposeful , supporting interviews and surveys to be carried out to the population of the Lambayeque Region, artisans of Morrope and experts in the field of craft and corporate identity.

The information placed by those investigated was analyzed and transformed to the corporate identity of the artisans of the city of Morrope, demonstrating the correct use of the elements that compose it, like color, iconography, culture, language, etc., achieved that first artisans feel identified and subsequently be remembered within the minds of its consumers.

This research provides design professionals to solve problems having to do with expressing identity, either to a company, organization, product or service, and take as an example this case to also cultural issues. In the end the proposal: generated graphic corporate identity Manual is very interesting, because it generates a line that brings together three representative activities and can adapt individually by activity.

Key words: Positioning, craft, craft market, corporate identity.

INTRODUCCIÓN