



**UNIVERSIDAD DE NARIÑO**

**FACULTAD DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE DISEÑO  
DISEÑO INDUSTRIAL**



**INKAL AWA  
DISEÑO DE JOYERIA CONCEPTUAL BASADO  
EN REFERENTES DE IDENTIDAD CULTURAL  
DE LA COMUNIDAD INDIGENA AWA**

**PRESENTADO POR:  
Angela Maria Martinez Medina  
Fabio Eduardo Ibarra Arteaga**

**San Juan De Pasto  
2013**



**UNIVERSIDAD DE NARIÑO**

**FACULTAD DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE DISEÑO  
DISEÑO INDUSTRIAL**

**PROYECTO DE DISEÑO  
Para obtener el título de  
DISEÑADOR INDUSTRIAL**

**PRESENTADO POR:  
Angela Maria Martinez Medina  
Fabio Eduardo Ibarra Arteaga**

**Asesora:  
ADRIANA BASTIDAS  
Diseñadora Industrial**

**San Juan De Pasto  
2013**



**INKAL AWA  
DISEÑO DE JOYERIA CONCEPTUAL BASADO  
EN REFERENTES DE IDENTIDAD CULTURAL  
DE LA COMUNIDAD INDIGENA AWA**

**NOTA DE RESPONSABILIDAD**

***“Las ideas y conclusiones aportadas en la Tesis de grado son responsabilidad exclusiva de los autores”***

***Art. 1, acuerdo 324 de Octubre 11 de 1966, emanado del honorable Consejo Directivo de La Universidad de Nariño.***

**NOTA DE ACEPTACION**

---

---

---

---

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

**Pasto,** \_\_\_\_\_

## AGRADECIMIENTOS

*A todas las personas que aportaron  
a la consecución de este proyecto.*

*A nuestros maestros por sus enseñanzas y  
a nuestras familias por su apoyo constante.*

## RESUMEN

*Este documento contiene todo el trabajo realizado para la creación de la colección de joyería conceptual INKAL AWA, el cual basa sus diseños en referentes culturales de la comunidad indígena Awa, con el objetivo de resaltar el valor cultural que posee esta comunidad y la importancia que tiene dentro de nuestro departamento de Nariño.*

*Esta propuesta de diseño pretende generar en sus usuarios un sentido de pertenencia y apropiación del producto y su valor regional mediante su factor diferenciador: el diseño conceptual cultural.*

## ABSTRACT

*This document contains all the work done to create conceptual jewelry collection Inkal AWA, which bases its designs on cultural references Awa indigenous community, with the aim of highlighting the cultural value that has this community and the importance of within our department of Nariño.*

*This design proposal aims to create in its users a sense of belonging and ownership of the product and its regional value through its differentiating factor: the conceptual design culture.*

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION		INVESTIGACION	34
1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA	12	7.1. Enfoque de Investigación	34
1.1. Formulación del problema	13	7.2. Técnicas de recolección	
2. JUSTIFICACION	14	De datos	34
3. OBJETIVOS	15	7.3. Instrumentos	35
3.1. Objetivo General	15	8. METODOLOGIA DE DISEÑO	36
3.2. Objetivos Específicos	15	8.1. Elección de referentes	36
4. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	16	8.1.1. Maíz	36
5. JOYERIA	17	Importancia para la comunidad	37
5.1. Tipos de Joyería	18	8.1.2. Piedra de moler	38
5.1.1. Joyería Artística	18	Importancia para la comunidad	38
5.1.2. Joyería Clásica	18	8.1.3. Machete	39
5.1.3. Joyería Tradicional	19	Importancia para la comunidad	39
5.1.4. Joyería Étnica	19	8.1.4. Marimba	40
5.1.5. Joyería Conceptual o de		Importancia para la comunidad	40
Diseño	20	8.1.5. Palmera	41
5.2. Análisis sector joyería	21	Importancia para la comunidad	41
5.2.1. Panorama del sector joyero		8.2. Bocetación	42
en Nariño	21	8.3. Modelos	47
6. COMUNIDAD INDIGENA AWA	24	8.4. Prototipos	50
6.1. Quienes son	24	9. INVESTIGACION DE MERCADO	51
6.2. Cosmovisión	28	9.1. Mercado Objetivo	51
6.3. Visita al territorio Awa	32	9.1.1. Tipo de mercado	51
7. METODOLOGIA DE		9.1.2. Tipo de Cliente	51
		9.2. Objetivo	52



<b>9.3.</b>	Necesidades	52			
<b>9.4.</b>	Resultados de encuestas	53			
<b>9.5.</b>	Identificación de Referentes competitivos	61			
<b>9.5.1.</b>	A nivel Local	61			
	• Juliana Martinez Accesorios	61			
	• Khumana Joyería Contemporánea	62			
<b>9.5.2.</b>	A nivel Nacional	63			
	• Guepa Pepa	63			
	• Nuria Carulla	64			
	• Platea	65			
	• Tatiana Apráez	66			
<b>10.</b>	PROCESO DE PROYECTACION	67			
<b>10.1.</b>	Colección	67			
<b>10.1.1.</b>	Referente	67			
<b>10.1.2.</b>	Concepto Significado	67			
<b>10.2.</b>	Aspectos generales a tener en cuenta	67			
<b>10.3.</b>	Aspectos principales a tener en cuenta	68			
<b>11.</b>	LINEAS DE LA COLECCIÓN INKAL AWA	69			
<b>11.1.</b>	Línea Maíz	69			
<b>11.1.1.</b>	Ficha técnica y Fotografía	69			
	• Dije maíz				
	• Aretes maíz				
	• Topos maíz				
	• Anillo maíz				
<b>11.2.</b>	Línea piedra de moler	73			
<b>11.2.1.</b>	Ficha técnica y Fotografía	73			
	• Collar piedra de moler plano				
	• Collar piedra de moler curvo				
	• Aretes piedra de moler silver				
	• Topos piedra de moler silver				
	• Anillo piedra de moler silver				
<b>11.3.</b>	Línea Machete	78			
<b>11.3.1.</b>	Ficha técnica y fotografía	78			
	• Collar machete				
	• Aretes machete				
	• Anillo machete				
<b>11.4.</b>	Línea Marimba	81			
<b>11.4.1.</b>	Ficha técnica y fotografía	81			
	• Collar marimba gold				
	• Collar marimba gold mostacilla				
	• Collar marimba silver mostacilla				
	• Aretes marimba gold				
	• Aretes marimba silver				
	• Pinza oreja marimba gold				
	• Pinza oreja marimba silver				
	• Anillo marimba gold				
	• Anillo marimba silver.				
<b>11.5.</b>	Línea Palmera	90			

<b>11.5.1.</b>	Ficha técnica y fotografía	90		
	• Collar palmera			
	• Aretes palmera			
<b>12.</b>	<b>PROCESO PRODUCTIVO</b>	92		
<b>12.1.</b>	Diagrama de flujo proceso productivo joyería armada	92		
<b>12.2.</b>	Descripción proceso Productivo	92		
<b>12.2.1.</b>	Calcular liga plata a ley 925	92		
<b>12.2.2.</b>	Fundir	93		
<b>12.2.3.</b>	Decapar	93		
<b>12.2.4.</b>	Recocer	94		
<b>12.2.5.</b>	Laminar	94		
<b>12.2.6.</b>	Trefilar	95		
<b>12.2.7.</b>	Plantillar	95		
<b>12.2.8.</b>	Calar	96		
<b>12.2.9.</b>	Cortar	96		
<b>12.2.10.</b>	Limar	97		
<b>12.2.11.</b>	Lijar	97		
<b>12.2.12.</b>	Soldar y armar	98		
<b>12.2.13.</b>	1er Control de calidad	98		
<b>12.2.14.</b>	Esmerilar	99		
<b>12.2.15.</b>	Tamborear	99		
<b>12.2.16.</b>	Lavar y secar	100		
<b>12.2.17.</b>	2do Control de calidad	100		
<b>12.2.18.</b>	Etiquetar y almacenar	101		
<b>13.</b>	<b>IDENTIDAD VISUAL</b>			
			<b>COLECCIÓN INKAL AWA</b>	102
			• Logo colección Inkal Awa	102
			• Pendón publicitario	104
			• Etiquetas Informativas	105
			• Ficha de seguimiento	106
			<b>14. PRUEBAS DE MERCADO</b>	107
			<b>14.1.</b> Feria Expo Artesano Nariño 2013	107
			<b>14.2.</b> Vitrina Artesanal Nariño 100% Hecho a Mano 2013	109
			<b>15. ANEXOS</b>	111
			Anexo 1	111
			Anexo 2	112
			<b>16. REFERENCIAS</b>	115

## INTRODUCCION

La joyería como actividad proyectual y creativa es una herramienta que permite transformar más que un atuendo o la presentación personal, ofrece también la oportunidad de atribuir valor simbólico, personal y cultural a una joya.

La joyería es un campo que ha sufrido una gran diversificación de productos como consecuencia de las necesidades creadas por la sociedad, y la globalización, lo que ha llevado a generar nuevos productos para satisfacer estas necesidades. Teniendo en cuenta estos cambios este proyecto busca satisfacer estas necesidades con productos que ofrecen un valor cultural significativo para la región Nariñense y permitan al usuario llevar consigo una joya que lleva impreso un sello identidad cultural regional, con excelente calidad y variedad de diseños.

## 1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

La Comunidad Indígena Awa es Comunidad pacífica, que habita en terrenos montañosos, en los Municipios de Tur Barbacoas, Roberto Payan, Samaniego, Guachavez y Ricaurte al sur occidente del Departamento de Nariño, la vegetación es espesa y sirve de hábitat para muchos animales de caza que proporcionan la carne para su alimentación, tienen muchos ríos y quebradas con agua aptas y no aptas para el consumo humano, su terreno no presta las condiciones propicias para el cultivo de muchos alimentos, de los cuales tienen que privarse y reemplazarlos por otros que les brinda la tierra. Según sus creencias y posición ideológica, el medio ambiente es la vida misma, en torno al cual gira su existencia, ya que la tierra les brinda sus alimentos y plantas que curan sus dolencias y bajo ninguna circunstancia y como ley deben lesionarla sino más bien cuidarla y respetarla.

La denominación de “Territorio Awa” impone una mirada a las concepciones propias del

Indígena con relación a su entorno geográfico y a la manera de concebirlo. La relación directa del Indígena con su medio natural, ha llevado a vivir en armonía con el mismo, la cual se expresa a través del profundo respeto que manifiestan por medio de diferentes prácticas como son: la agricultura, la caza y la pesca entre otros, incluyendo también la concepción territorial que el indígena maneja en su “montaña”.<sup>1</sup>

El manejo de su entorno y la filosofía de vida que la comunidad Awa practica, se basa en vivir en equilibrio entre hombre y naturaleza lo que es para nuestra región y el país un ejemplo a seguir, sobre todo ahora que en el país se necesitan ejemplos de convivencia pacífica y cuidado del medio ambiente, adicionalmente es importante recalcar la importancia de las comunidades indígenas, ya que existen diversos factores que las afectan, como la violencia y la globalización, que aunque permite el intercambio socio-cultural también permea estos territorios generando

---

<sup>1</sup> s.a. Tomado de <http://www.awaunipa.org>, Historia UNIPA)

pérdida de valores e identidad, lo que hace más difícil preservar la diversidad étnica y cultural de un pueblo o región.

Los Awa representan un modelo de una comunidad que vive en equilibrio y poseen un profundo conocimiento de su entorno, su historia y sus creencias, elementos que el proyecto busca difundir y resaltar como modelo de conservación de la naturaleza y del patrimonio cultural de la región. Para lograr esta finalidad se busca entender la cosmovisión Awa y traducirla en productos que comuniquen al usuario una enseñanza y despierten su sentido de pertenencia con la naturaleza y sus tradiciones, aprovechando las cualidades de la joyería conceptual, la cual permite interpretar un referente que transmita una idea clara, esto implica llevar a cabo un juego entre diversos conceptos como el color, la forma, la composición, los materiales, la técnica, etc... procesos que requieren ante todo una cualidad humana determinada: “la creatividad”, la cual responde a muy diversos y variados objetos, la joyería es de hecho una realidad social que puede ser interpretada desde diversos puntos de vista: joyería comercial, joyería contemporánea, alta joyería,

etc... abarcando uno o varios ámbitos, siempre que parta de una conciencia creativa capaz de aportar algún valor contemporáneo.<sup>2</sup>

Es por esto que aprovechando la versatilidad de la joyería y la infinidad de posibilidades creativas que ofrece se llega a esta propuesta de diseño que bajo referentes de identidad cultural de la comunidad indígena Awa, busca representar, destacar y promover la diversidad cultural por medio de piezas de joyería únicas hechas a mano en plata de ley 925 como material principal ayudados de otros materiales complementarios.

### **1.1. Formulación del problema**

¿Cómo mediante el Diseño Industrial se puede generar productos de joyería conceptual, destacando la identidad cultural de la comunidad indígena AWA?

---

<sup>2</sup> Codina, 2001: 94

## 2. JUSTIFICACIÓN

La cultura Awa, ha tenido una trascendencia importante en el territorio en el que habitan, sus costumbres y tradiciones han permanecido inmutables a través del tiempo, su ideología, estilo de vida y respeto por su entorno social y natural hace que su cosmovisión sea fundamental para la riqueza cultural de nuestra región y la diversidad étnica colombiana.

El equilibrio en el que los Awa desarrollan sus vidas, nos permite concientizarnos sobre la necesaria recuperación y conservación del patrimonio cultural, siendo este un gran ejemplo para fortalecer la identidad regional, en un País reconocido por su diversidad cultural, étnica y biológica; así el diseño se convierte en una herramienta que permite el desarrollo de productos que tengan implícito un significado cultural, que interactúen con el usuario y le den la posibilidad de agregarle al objeto, valor simbólico, sentimental y personal, es así que la joyería conceptual se convierte en el aliado para lograr este objetivo, partiendo de un referente o punto de inspiración que se

soporta de un concepto y ofrece la posibilidad de comunicar una idea.

De esta manera se establecen varias alternativas para emplear, bajo el análisis de la información, parámetros de diseño que sirvan como promotores de comunicación a nivel regional y nacional.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. Objetivo General**

Diseñar productos de Joyería conceptual a partir de la identidad cultural de la comunidad indígena Awa.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

- Recopilar y analizar información sobre la Comunidad Indígena Awa.
- Identificar aquellos conceptos que determinen la esencia de la identidad cultural de la comunidad indígena Awa desde su cosmovisión, para ser utilizados como referentes de diseño en la colección: INKAL AWA.
- Recolectar las narraciones y el significado que envuelven a cada referente para aplicarlo a la identidad visual de la colección. A través de entrevistas a los miembros de la comunidad Awa.
- Desarrollar el proceso de bocetación para cada uno de los referentes elegidos, dentro de los parámetros de diseño conceptual.

- Elaborar las piezas finales de la colección INKAL AWA y su identidad visual.
- Presentar la colección INKAL AWA al público por medio de: página web, redes sociales y medios impresos.

#### **4. ANTECEDENTES DEL PROYECTO**

Durante los meses de agosto a diciembre de 2012 los integrantes del proyecto se capacitaron en el taller de joyería de la universidad de Nariño mediante un convenio con el servicio nacional de aprendizaje SENA, el cual nos permitió formarnos como: Emprendedor en armado de piezas de joyería con una intensidad de 320 horas y como Emprendedor en diseño y elaboración de joyería en plata con producción más limpia con una duración de 280 horas, en este transcurso se aprendieron nuevas técnicas en joyería y se perfeccionaron las habilidades ya conocidas, siendo un buen espacio para dar los primeros acercamientos a la elaboración de las piezas de la colección Inkal Awa.

Posterior a esta formación nos vinculamos a la Asociación Eclektica de Joyería y Bisutería de Pasto como socios activos, accediendo de esta manera a los equipos con los que cuenta el taller de joyería básica, modelado en cera y castin. Contando así con el espacio idóneo para desarrollar nuestras actividades creativas.

Nos integramos a varios procesos de formación como: colectivo pasto compra joven (Alcaldía), seminario: idea y consolidación de negocio (UNIMAR), feria Expoartesano (Sena), procesos en los cuales de fortaleció el proceso de diseño y se probó la aceptación de los productos de la colección Inkal Awa ante los compradores a través de la marca Babu Diseño (Ver anexo 1).



## 5. JOYERÍA

“Actualmente, la joyería reúne un amplio conjunto de disciplinas, por lo que resulta necesario adquirir múltiples y variados conocimientos de la misma. Ser orfebre o joyero requiere imaginación y habilidad, tanto para diseñar o planear una pieza como para resolver múltiples problemas, lo que significa adoptar a menudo soluciones que no son estrictamente propias de este oficio. Quizá la palabra más adecuada que nos definiría a todos aquellos que hacemos objetos y vivimos apasionadamente este oficio sería “Orfebre”, una palabra que deriva del modismo latino auri faber, y que se refiere a aquel artesano que manipula oro y cualquier otro material con las mismas herramientas y con diversas técnicas; una definición antigua que ahora más que nunca se halla en plena vigencia”<sup>3</sup>

“Desde el punto de vista técnico la Joyería se refiere a las actividades dedicadas a diseñar y elaborar objetos utilizados como adorno

---

<sup>3</sup> La orfebrería colección artes y oficios, Carles codina pg 7

personal como: aros, anillos, collares, cadenas, pendientes, medallas, e insignias religiosas, pulseras, brazaletes, prendedores, cadenas de reloj, alfileres de corbata, gemelos, entre otros.

También la joyería se refiere a la actividad de compra y venta de estos objetos de adornos. Por lo general, las joyerías ofrecen productos más costosos y delicados que los que se consiguen en otros negocios y estos están normalmente hechos con los mejores metales e incluyen piedras preciosas de los más variados colores. En la actualidad es común que las joyerías también ofrezcan productos como relojes, anteojos de sol y hasta objetos decorativos hechos con piedras preciosas o muy lujosas”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> <http://www.esmeraldascolombia.com/que-es-joyeria>

## 5.1. Tipos de Joyería

### 5.1.1. Joyería artística

Surge de una “expresión individual”, no es funcional ni comercial. Acude a la experimentación libre del autor en técnica y materiales.



### 5.1.2. Joyería Clásica

Elaborada exclusivamente en metales preciosos como oro, plata y platino, piedras preciosas, con diseños tradicionales reconocida por su elegancia y clase, regidos por patrones estéticos de simetría



### 5.1.3. Joyería Tradicional

Producción de objetos realizados en forma anónima a través de oficios especializados transmitidos de generaciones dentro de una comunidad.

Constituyen la expresión fundamental de comunidades cuyas tradiciones provienen de América, África o Europa.



### 5.1.4. Joyería Étnica

Propia de un pueblo indígena hecha con técnicas de la comunidad donde se destacan los colores y texturas, con sentido religioso o ceremonial que denota el status dentro de la comunidad.



### 5.1.5. Joyería Conceptual o de diseño

Parte de un referente o punto de inspiración ya sea: cultural, social, natural, geométrico, etc... y se soporta de un concepto. Emplea la mezcla de materiales y propuestas estéticas que siguen tendencias universales destacando la creatividad individual del autor.



## **5.2. Análisis sector Joyería**

### **5.2.1. Panorama del Sector joyero en Nariño**

#### **Orfebrería en Nariño**

Actualmente en Nariño, el sector de la joyería se encuentra fragmentado en pequeños talleres poco organizados y sin capacidad productiva, por lo que se presenta un insuficiente abastecimiento, pocas proyecciones de incursionar en mercados externos, además existen altos costos y falta de motivación para innovar en diseños, carencia de información tecnológica y sus aplicaciones en la joyería, con el objeto de hacer más competitivo el sector. La mayor parte de los talleres no tienen acceso a información sobre tecnología y maquinaria que se usa a nivel mundial y que podrían mejorar su productividad y/o su calidad.

De acuerdo a un estudio realizado por Eclektica, asociación de joyería y bisutería de Pasto, entre agosto y septiembre de 2012, se encontró que existen en Nariño 22 empresas

que trabajan joyería netamente artesanal, 7 son rurales y 15 se encuentran en la ciudad de Pasto. En el sector rural, específicamente en las regiones mineras (Los Andes Sotomayor, La Llanada, Cumbitara, Santacruz de Guachavez y Tumaco) hay cuatro empresas unipersonales sin registro mercantil y dos grupos asociativos legalmente constituidos. La mayoría de estas empresas están vinculadas a procesos de capacitación y formación de jóvenes de la región, con una producción incipiente dirigida a una pequeña demanda local, y comercialización en ferias y exposiciones de temporada. En la ciudad de Pasto hay 10 empresas registradas en cámara de comercio y 5 con carácter informal. El 74% tienen más de cuatro años de constituidas y son de carácter tradicional y se encuentran en la categoría de microempresas, generalmente de carácter familiar o unipersonal, la mayoría tienen menos de 10 trabajadores (82%), manifiestan la necesidad de incluir dentro de la actividad más técnicos (36%) y operarios (21%), y muy pocos manifestaron necesitar profesionales y tecnólogos. Las materias primas más utilizadas son la plata y el bronce en iguales proporciones (30%), seguida de oro

(20%) y el restante está distribuido en iguales cantidades entre platino y alpaca.

Las actividades productivas que más desarrollan las empresas son armado y comercialización, (49%), manifestando que también realizan diseño de piezas por pedido (22%), hay un margen más pequeño de producción de piezas por micro fusión (16%).

Las empresas complementan su trabajo con actividades alternativas como filigrana, engaste, tallados, anudado de piedras, cromado, valoración de gemas, cadenería y calado. Dentro de los sub procesos de la cadena productiva, el 61% se dedican a diseño de joyas, sin embargo, esta respuesta contrasta con los servicios que cada una ofrece donde solo el 19% manifiesta realizar diseño de joyas y otros accesorios, de donde se deduce que el diseño de joyas no se aplica con fines comerciales masivos sino por encargo y abre un interrogante sobre el concepto que los joyeros tienen sobre la aplicación del diseño, aunque es importante aclarar que dentro del programa de Diseño Industrial que ofrece la Universidad de Nariño se incluye el diseño de joyas, lo que ha generado que muchos diseñadores se vinculen al sector o tengan talleres de joyería. También

manifiestan dedicarse en menor grado a la fabricación de joyas (30%), incluyendo transformación de material (26%) y reparación, (15%) otras empresas incluyen dentro de sus actividades la comercialización de joyas importadas (17%) y la distribución de materia prima (13%). Dentro de otras actividades y servicios complementarios están: galvanotecnia, refinación de material (oro y plata), capacitación y formación educativa, valoración de piedras y venta de herramientas. Los canales más frecuentes para comercializar los productos son: venta directa (36%), que se realiza en locales comerciales propios y/o talleres, el resto de canales de comercialización se distribuyen entre ferias, punto de venta en oficina de turismo, en consignación en almacenes comerciales, ventas sobre pedido y producción para distribuidores de municipios de Nariño. Lo cual indica que muchas de las empresas no poseen punto de venta y recurren a otros canales de distribución, prefiriendo los que ofrecen la oportunidad de una vitrina comercial continua. En cuanto al número de trabajadores, el nivel educativo y ocupación de cada uno dentro de la empresa, se encontró que la mayoría de los casos los dueños son los mismos operarios y

se encargan de realizar las diferentes las actividades relacionadas con el taller, contratando un número reducido de trabajadores generalmente temporales. Según las encuestas a la parte administrativa se dedican el 8%, a la comercialización el 13%, y a la parte operativa el 79% que está distribuido en las siguientes ocupaciones: Armador; engastador, diseñador, tallador de cera, filigranero y micro fundidor. Todos manifiestan la necesidad de capacitación en las todas las áreas de formación que ofrece el Sena, en cuanto a la certificación en las diferentes titulaciones, en mayor porcentaje (59%) es el de armado de piezas de joyería, seguido de las otras normas de competencia laboral en iguales proporciones.

Dentro de los aspectos que cabe resaltar después de esta recopilación de información es el interés de la población joven por hacer parte de este oficio, muchos lo ven como un buen complemento a la parte minera, sin embargo, necesitan apoyo, organización y capacitación en el tema de la refinación y obtención de materia prima. Las microempresas y talleres de joyería en Nariño tienen su área de mayor producción en joyería

de armado y aplicación de filigrana, los productos son de buena factura pero requiere mejorar en acabados y en diseño.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> . Informe presentado por la asociación ecléctica ante la gobernación de Nariño, autores; Fausto Lòpez, Sandra Timaná y Adriana Bastidas (ENCUESTAS SENA - MESA SECTORIAL DE JOYERIA REGIONAL NARIÑO)

## 6. COMUNIDAD INDIGENA AWA

La elección de la comunidad indígena Awa como base de investigación y diseño para el proyecto tiene como objetivo principal generar un sentido de apropiación cultural por parte de los usuarios de los productos, se busca afirmar la identidad regional a partir de la aplicación de conceptos y referentes propios de la comunidad.

Cuando se trabaja bajo parámetros de diseño conceptual se utiliza diferentes herramientas o procesos tales como la abstracción o simplificación de formas de los cuales se emite un concepto y se desarrolla una idea.

El diseño conceptual se compone de la creación, exploración, planificación y representación de una idea. Si estos conceptos están claramente definidos, la idea será entendida por completo y el resultado final será exitoso.



### 6.1.

nes son

### Quie

El pueblo indígena Awa se encuentra ubicado en la parte occidental del Macizo Andino, comenzando en la cuenca alta del río Telembí (Colombia) y extendiéndose hasta la parte norte del Ecuador; están repartidos en varios resguardos en los departamentos de Nariño y Putumayo, municipios de Cumbal, Mallama,



Ricaurte y Barbacoas, así como en Villa Garzón. Es una región caracterizada por su alto nivel de pluviosidad, lo que la convierte en una zona de gran biodiversidad.



Con una extensión aproximada de 3000 Kilómetros cuadrados, la población Awa se estima en 15.364 personas, correspondientes a la parte de Colombia. La etnia se caracteriza por asentamientos dispersos que siguen la corriente de los ríos; Las condiciones climáticas hacen que las mayores concentraciones de población se ubiquen en la parte altitudinal de los 500 a 1.500 metros sobre el nivel del mar, pues los indígenas

buscan las terrazas bajas para cultivar y construir sus viviendas, mientras la parte alta del macizo es área reservada para la caza.

El origen de la etnia es incierto y confuso, pues los estudios arqueológicos demuestran que el litoral, tanto colombiano como ecuatoriano, estaba habitado por la cultura Tumaco. A la llegada de los españoles en 1525, las crónicas dan cuenta de grupos indígenas seminómadas con un grado de desarrollo muy bajo en relación a las otras etnias halladas en la región andina.

Durante la colonia, los grupos de la región, denominados genéricamente como “Barbacoas”, fueron agrupados en “pueblos de indios”, de acuerdo al modelo hispánico de poblamiento. La presión colonizadora de la región aumentó significativamente al convertirse esta zona en uno de los principales yacimientos auríferos y centros portuarios -en el caso de Barbacoas-, situación que obligó a los indígenas a desplazarse fuera de su territorio tradicional.

Su localización es uno de los ejes de comunicación entre el litoral y la meseta andina, ha influido significativamente en la conformación de su territorio, el cual se ha

visto afectado por los auges mineros, las guerras civiles, los procesos de colonización ganadera, maderera y de cultivos ilícitos, además de las grandes obras de infraestructura como la carretera hacia el mar. A partir de los años sesenta, cuando se intensificó la llegada de colonos, mineros y extractores de aceites de palma, muchos indígenas tuvieron que reiniciar los procesos migratorios.

La mayor concentración indígena se encuentra en el municipio de Ricaurte, debido en parte a las condiciones climáticas que permiten una mayor actividad agrícola. Estos mismos factores han favorecido la colonización de estas tierras y otras áreas en detrimento de los asentamientos indígenas, principalmente en las zonas cercanas a la carretera y centros de mercadeo, como es el caso de Talambí, Numbí, Puente Piedra, Pialapí, San Pablo, Cuayquer Viejo, Vegas y El Diviso.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup><http://www.todacolombia.com/etnias/gruposindigenas/awa.html#sup>

“El plan de vida de la comunidad es el pensamiento propio en los diferentes campos de la vida de nuestras comunidades, es el consejo de los viejos, de las autoridades, de los médicos tradicionales sobre salud, las



experiencias y el pensamiento de los maestros y líderes sobre educación, el consejo de los tíos y mayores sobre producción, el pensamiento de las autoridades de ahora y de los líderes sobre los problemas que nos afectan en la actualidad: tales como la identificación de los principios de relación con los mestizos, los afro descendientes y las religiones, con los grupos armados y las relaciones entre diferentes sectores de los Propios Awá.

Con base en ese pensamiento Awá debemos definir nuestras propias prioridades en materia de desarrollo, que futuro queremos para nuestras familias, para nuestras comunidades, para nuestros hijos, como seguiremos viviendo.



Debe tenerse en claro es que los pueblos indígenas hemos tenido planes de vida implícitos en nuestra propia historia cultural que han orientado nuestras luchas y formas particulares de resistencia, silencio e invisibilidad y diversas formas y grados de articulación a la sociedad nacional, dichas orientaciones de la vida futura de nuestras gentes se actualizan en nuestras propias expectativas por un presente y futuro mejor para las comunidades así: las comunidades con la orientación de sus autoridades tradicionales sacan a la luz los principios desde los cuales se relacionan con sus deidades, los antepasados y los espíritus de todo lo que existe, su territorio, las lógicas de ocupación, distribución, uso y conservación del territorio y de la naturaleza, las lógicas de su reproducción cultural, las formas de hacer las cosas, las normas que los regulan y el manejo de la Autoridad y del poder.

Dicha reconstrucción orienta las estrategias de sobrevivencia y desarrollo cultural y la relación

y autogestión al interior de nuestros pueblos y en relación con el Estado y la sociedad civil.”<sup>7</sup>

## 6.2. Cosmovisión

“En cuanto a la mitología y cosmovisión de la cultura Awa, los mayores nos cuentan historias de la vida de los ancestros que eran seres que trascendieron y tenían mucha sabiduría.



<sup>7</sup><http://www.awaunipa.org/quienes-somos/plan-de-vida.html>

En nuestro mundo Awa hay seres terrenales y no terrenales como el duende, la vieja, la viuda, el astaron, la iragua, la tiskalla, el colibrí entre otros. Cada uno de estos espíritus tiene su origen, su lugar de hábitat y su historia, pero sobre todo, cada uno de estos seres esta todos los días en relación con nuestra vida. Es así como para nosotros existen diferentes y numerosos lugares sagrados al interior de nuestro territorio.

Dentro de nuestra cosmovisión propia el significado de sitio sagrado se traduce como aquel lugar donde residen espíritus y/o dueños de animales y plantas, y con quienes los Awa debemos convivir diariamente, respetando y obedeciendo sus normas y protegiéndonos de las enfermedades que ellos nos pueden causar cuando no las cumplimos, cuando los irrespetamos. Los lugares sagrados se encuentran a lo largo y ancho del territorio localizándose especialmente en los cauces de algunos ríos y quebradas, en las cuevas y en lugares de montaña poco intervenidos.

Las normas que ancestralmente hemos tejido frente a las relaciones de convivencia con los

demás seres de la montaña, nos indican los comportamientos que se dan en el diario vivir y la manera como se deben tomar las decisiones familiares con respecto al uso y manejo del territorio y de todo lo que la naturaleza nos brinda.

Existen normas para determinar la forma como los productos de la montaña, como son los animales, las plantas, el agua y la tierra y todo lo que existe, pueden ser aprovechados por el Awá y en qué medida puede hacerlo. Estas normas no necesariamente están escritas sino que son el producto de la palabra que ha andado de generación en generación, dada desde nuestros mayores y que está basada en el respeto a todas las formas de vida. Así, los indígenas Awá hemos desarrollado una forma de vida que respeta lo que el árbol grande – Katsa Ti nos entregó para la vida:

“Este árbol era tan grande que alcanzaba el cielo y pertenecía a una vieja del monte; de éste era que ella se mantenía, o sea vivía, comía. (...) En esa época no había nada sembrado, el hombre y la mujer tenían que irse a la montaña para comer. Cuando el papá y la mamá se iban a trabajar, la vieja venía a

cuidar a los dos niños; agarraba frijol del árbol grande y después les daba cocinado de comer. Un día se dio cuenta la mamá que el niño ensuciaba frijol. La mamá le preguntó de dónde comieron frijoles, el niño contestó que la vieja llega como la mamá mismo y nos da de comer.

Entonces al otro día siguieron a la vieja, caminaron hasta una parte y allá dizque encontraron con árbol grande sembrado de todo. Ella meneaba un bejuco de guandera y decía: frijol frijo mis, nish, maíz maiz bisnis, y del árbol caían toda clase de comidas preparadas y sin preparar y la vieja recogía todo lo que caía. Cuando ella se fue, las personas intentaron bajar los frutos diciendo chontaduro bisnis, chiro bisnis y meneando la guandera, pero los alimentos no caían. Después que ya miraron eso, regresaron a las casas y se comunicaron con las demás familias.

Todos ellos conversaron que deberían tumbar ese árbol; en ese tiempo había toda clase de animales pero ellos eran personas como conejo, papagayo, ardilla, pájaro, pizanchit, chichu, pilmo, etc. Entonces hicieron como si fuesen al trabajo y para ellos poder tumbar

tranquilos, las mujeres se quedaron haciendo bulla con un mazo como si estuvieran majando la damajagua, para no dejar escuchar a la vieja, pero ella decía: están tumbando mi árbol grande. Entonces hicieron un estudio para matar a la vieja: colocaron una olla vieja de barro y pusieron a mermar brea.

Le colocaron una grada de balsa resbalosa para cuando ella fuera subiendo a la casa se cayera en la olla caliente de brea. Así la mataron y la taparon para que no pudiera salir. Cuentan que salía un poco de humo porque no lo taparon bien y de ese humo salieron varias clases de insectos, moscos, tábanos etc. Ese día todos hicieron el intento de tumbar el árbol pero se les hizo de noche y cansados de trabajar se fueron a dormir. Así fue como temprano regresaron pero qué sorpresa cuando miraron el árbol y estaba sano, no tenía ningún corte. Decidieron no darse por vencidos y continuaron nuevamente. Cuando el árbol ya estaba casi cortado el tronco no cayó, así que mandaron a la ardilla a mirar y la ardilla llegó hasta la mitad y no pudo más y se regresó. Entonces vino el Pilmo que es una ardillita voladora y se subió a ver por qué no caía el árbol y cuando llegó arriba se dio cuenta que estaba amarrado con un bejuco

que colgaba del cielo; entonces el Pilmo bajó a avisar a los demás y lo mandaron a que lo cortara, pero lo primero que hizo antes de subirse a cortar fue buscar un caparazón de un caracol; se subió y tan pronto cortó, el Pilmo bajó rápido y se metió en la caparazón del caracol, y el árbol cayó al suelo y cayeron toda clase de frutas. Desde allí toda la tierra se pobló de toda clase de cultivos.

Toda fruta y comida que había allá arriba se regó por todas las zonas. Por una parte cayó chontaduro, por otra chiro y así todo lo que había en el árbol. La parte del tronco cayó por Sábalo y toda esa parte de la costa, por eso la tierra de la costa es mala para sembrar y el producto no dura. Las ramas que tenían frutos, cayeron para la parte de arriba, por eso la parte de arriba es buena para sembrar.” Historia contada por los mayores y líderes del pueblo indígena Awá.



La comprensión del territorio dentro de la cultura Awá refleja cómo desde nuestra cosmovisión persiste una concepción integral del mundo en donde, por ejemplo, lo que la cultura occidental llama “propiedad privada” y “recursos naturales” no existen así para nosotros; bajo nuestra cultura Awá todos los seres y partes de la naturaleza están constituidos por lo mismo y pertenecen a todos. La presencia en el territorio de habitantes humanos, animales y plantas así como de espíritus que nos protegen mediante normas y castigos, pone las condiciones a los humanos para decidir sobre la explotación de lo que los occidentales o mestizos llaman “recursos”.



Los médicos tradicionales mantienen viva la relación con la naturaleza y con los espíritus que la habitan. Son ellos quienes establecen la comunicación con los espíritus, nos dan a conocer sus quejas y se encargan de curar las enfermedades, que son los castigos que la naturaleza nos impone cuando atentamos contra ella, ya que el territorio es un espacio físico y simbólico en el que diferentes seres conviven entrando algunas veces en situaciones de conflicto. De la manera como nos relacionamos todos los seres y del respeto de las normas que rigen la montaña depende la reproducción de nuestra vida como Awá.

Por las anteriores razones se hace comprensible que al hablar de territorio, los indígenas Awá hagamos referencia al conjunto de derechos colectivos e individuales fundamentales que poseemos como pueblo indígena y que deben ser respetados y fomentados. Desde esta cosmovisión de integralidad entre humanos y naturaleza se hace comprensible que los Awá valoremos el territorio por encima de principios tan fundamentales como el de la vida.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup><http://www.awaunipa.org/quienes-somos/cosmovision.html>

---



### 6.3. Visita al territorio Awa

La visita realizada en el territorio Awa en el municipio de Ricaurte, se hizo en la vivienda de la familia Bisbicús, asentada cerca de la carretera, conformada por papá, mamá y tres hijos, quienes nos recibieron en su vivienda amablemente al conocer el objetivo de nuestro proyecto y el interés que se tiene en destacar su identidad cultural y su importancia en la región Nariñense y Colombiana, este acercamiento a la comunidad fue decisivo a la hora de elegir los referentes que conformaran la colección Inkal Awa, ya que a través de la palabra la familia compartió con nosotros sus experiencias en la montaña y su visión ante su entorno natural, lo terrenal y lo sagrado, de esta forma se recopiló estas experiencias y con ayuda de la familia se escogieron los cinco referentes que identifican su cultura en artículos cotidianos como el maíz, la piedra de moler, el machete, la marimba y la palmera.





## 7. METODOLOGIA DE INVESTIGACION

Este proyecto de diseño tiene como objetivo el diseño de productos de Joyería conceptual a partir de la identidad cultural de la comunidad indígena Awa, teniendo en cuenta la importancia que esta representa para nuestra región y transmitir así la armonía y respeto que manifiestan por el medio que habitan.

### 7.1. Enfoque de Investigación

El método utilizado para alcanzar el objetivo es de carácter cualitativo lo que requiere entender el comportamiento humano basándose en la toma de muestras por medio de la observación y descripción de grupos de población reducidos.

Este método de investigación incluye el principio hermenéutico que permite interpretar y declarar la información recopilada de la comunidad Awa, seguido de otras tareas como filtrar e identificar los referentes que destaquen la esencia de la cosmovisión Awa, para ser utilizados como base para el proceso de proyectación de las piezas, estudiar los

principios de la joyería conceptual, sus analogías y antecedentes a nivel regional, nacional e internacional, llevar a cabo las propuestas de diseño mediante talleres de bocetación y comprobación, elaborar las piezas junto con los complementos gráficos que soporten la identidad de la colección y ratifiquen su postura cultural.

### 7.2. Técnicas de Recolección de datos

**Documentación:** Corresponde a los estudios retrospectivos donde la forma disponible de recopilar la información es la búsqueda de estudios afines al proyecto en curso.

**Observación:** Este procedimiento es el registro visual utilizado para evaluar conductas en situaciones reales, permite clasificar y consignar los acontecimientos de acuerdo a un esquema previsto sin interrumpir las actividades que se desarrollan en el momento de la recolección de datos. Toma, registro y análisis de información de identidad cultural de la comunidad indígena Awa.

**Entrevista informal:** Utilizada para recolectar información en forma verbal, a través de

preguntas hechas a integrantes de la comunidad indígena Awa en la visita a su territorio, lo que permite el intercambio de información entre el analista y los encuestados.

**Encuestas:** Permite el estudio de poblaciones grandes o pequeñas, seleccionando y analizando muestras elegidas de la población para descubrir la incidencia relativa, la distribución y la interrelación de variables de preferencias y gustos, centrándose en la gente y sus hechos vitales como creencias, opiniones, motivaciones y conductas, consignando estos datos en un formato ya preestablecido para este fin.

### 7.3. Instrumentos

- Recopilación de datos por documentación
- Entrevistas: Visita de campo al territorio Awa.
- Registro fotográfico
- Encuesta (ver: anexo2)

## 8. METODOLOGIA DE DISEÑO

### 8.1. Elección de Referentes

Los referentes de diseño elegidos para desarrollar la colección Inkal Awa, se seleccionaron teniendo en cuenta la importancia que representan para la comunidad indígena en cuanto a su cotidianidad y su entorno cultural, contemplando diferentes opciones como son la caña de azúcar, el canasto, la piedra de moler, el plátano, el maíz, la marimba, el machete y la palmera, para lo cual se elaboraron propuestas y se analizaron cada uno de los posibles referentes mencionados dando como resultado la selección de 5 de ellos, que representan a la comunidad en su esencia así:

- Maíz
- Piedra de moler
- Machete
- Marimba
- Palmeras

### 8.1.1. Maíz



**Zea mays**, comúnmente llamada maíz (de origen arawak), choclo (de origen quechua), millo (Del latín *milium*), aba (de origen muisca) o elote (de origen náhuatl) Es una planta gramínea anual originaria de América introducida en Europa en el siglo XVII. Actualmente, es el cereal con mayor volumen de producción en el mundo, superando al trigo y al arroz.

### **Importancia para la comunidad**

Es el cultivo principal de la comunidad indígena Awa, para sembrarlo, talan el promedio de una hectárea en varias partes y en diferentes épocas del año. De esta manera reducen los riesgos de escasez y garantizan sustento por un largo período. El maíz se siembra siempre en campos nuevos y el área seleccionada debe tener al menos 5 años de descanso. El cultivo crece al ritmo de la sucesión natural, semejante al sistema prehispánico practicado por grupos indígenas de Centroamérica y permanece sin modificaciones hasta el presente, por tal razón el maíz nativo tiene mucha importancia desde el punto de vista científico, pues se trata de una variedad primitiva en la que su morfología y hábitos de reproducción demuestran un comportamiento casi silvestre

Cuando el maíz se puede cosechar, la familia se traslada al cultivo y construye una casa provisional. A la vez que protegen el sembrado de los animales silvestres, encuentran un lugar para los animales

domésticos (cerdos y gallinas) con abundante alimento, además de los residuos del maíz.

Este se consume principalmente en forma de bebida fermentada (chicha). Así, el indígena ingiere calorías y recupera líquidos perdidos en el trabajo y al mismo tiempo dispone de una bebida de su agrado que eleva el nivel de consumo hasta convertirse en hábito. El maíz es vital en la economía indígena, por cuanto es el eslabón inicial que encadena las actividades de mercadeo de los animales domésticos, de los cuales depende su capacidad adquisitiva.

### 8.1.2. Piedra de moler

Es un utensilio lítico para moler alimentos. Consta de una piedra grande cóncava y una piedra pequeña para moler, el molido se puede hacer en seco, con agua o aceite. Muchos tipos de alimentos son procesados de esta manera en las viviendas del campo y en la ciudad.



### Importancia para la comunidad

El origen de la piedra de moler es ciertamente muy antiguo, quizá tan remoto como la aparición del hombre, cuando éste debía moler ciertos vegetales (granos, semillas o frutas de cáscara dura) para alimentarse, la piedra de moler es utilizada en la comunidad indígena Awa esencialmente en la preparación de la “bala” (alimento a base de plátano) y en la molienda del maíz o algunos alimentos para animales de corral.

### 8.1.3. Machete



Un machete es un cuchillo grande pero más corto que una espada o un sable. Comúnmente mide menos de 60 cm y tiene un solo filo. Generalmente, el filo es muy agudo en el tercio de cuchilla más cercano a la punta. La punta del machete sobresale ligeramente por arriba del resto de la cuchilla. El frente del machete es curvo.

### Importancia para la comunidad

Durante generaciones los indígenas Awa han utilizado el machete para sus labores agrícolas, recolección de alimentos, herramienta de caza, segar la hierba, cortar la caña de azúcar, abrirse paso en la selva o como arma blanca.

Durante la veneración de los muertos (velorio) la comunidad indígena se reúne alrededor del cadáver que se encuentra envuelto en una cobija o esterilla y toman chapil o guarapo y al amanecer se entierra al muerto debajo de la casa en una cámara lateral muy amplia para que el difunto pueda cambiar de posición y que quepan sus pertenencias como ropa, alimentos, lámpara, fósforos y su infaltable machete, en la cabecera de la tumba se marca con una cruz de madera sobre la cual se pone el sombrero del difunto y otro machete.



#### 8.1.4. Marimba

La marimba es un instrumento de percusión que posee una serie de láminas de madera de distintos tamaños, dispuestas de mayor a menor, que se golpean con mazas para producir notas musicales. Cada tecla tiene su propia caja de resonancia y el conjunto está fijo en un armazón con patas.



#### Importancia para la comunidad

Desde tiempos ancestrales la música que ha armonizado el territorio Awá es la marimba, utilizada desde rituales hasta fiestas tradicionales.

Los Awá se caracterizan por tener sus propias fiestas tradicionales que están íntimamente relacionadas con la forma de idear el mundo, el trabajo y la naturaleza, dichos eventos son complementados con el baile de la marimba, principal instrumento musical.

La marimba también es un escenario de expresión indígena, la comunidad Awa, interpreta este instrumento como parte de su espiritualidad. En sus sonidos habitan los espíritus de la selva y con ellos, la posibilidad de aliviar los males del cuerpo.

### 8.1.5. Palmera



Nombre científico Arecaceae, sinónimo Palmae, Las palmeras son arboles de tronco recto y alto, con la copa formada por hojas muy grandes y verdes en forma de penacho, con flores en racimo y frutos comestibles que crecen en las zonas tropicales.

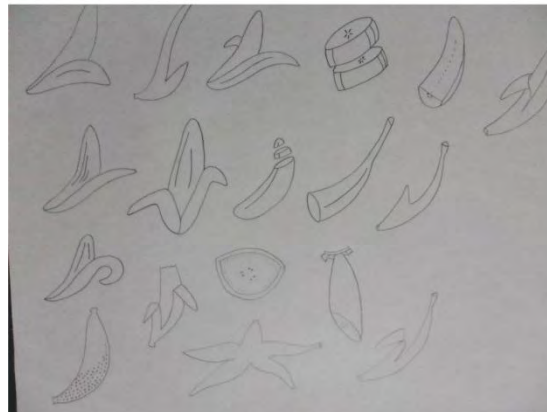
### Importancia para la comunidad

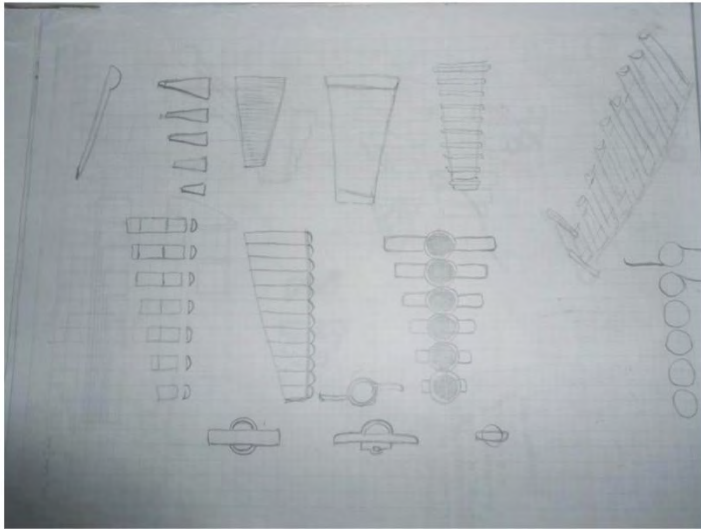
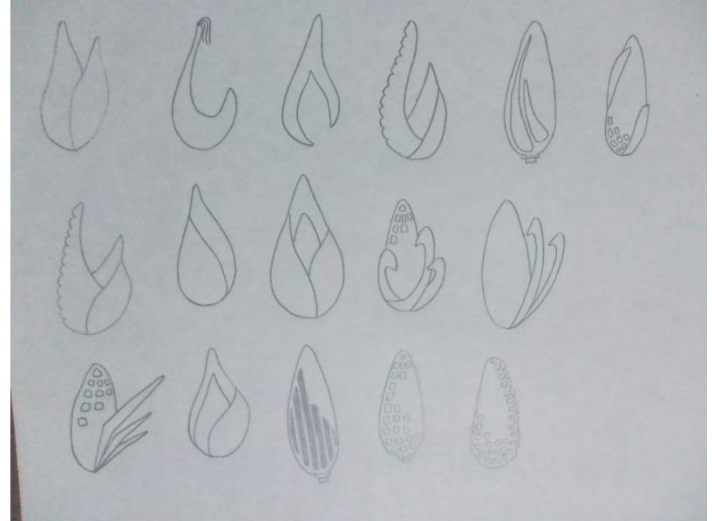
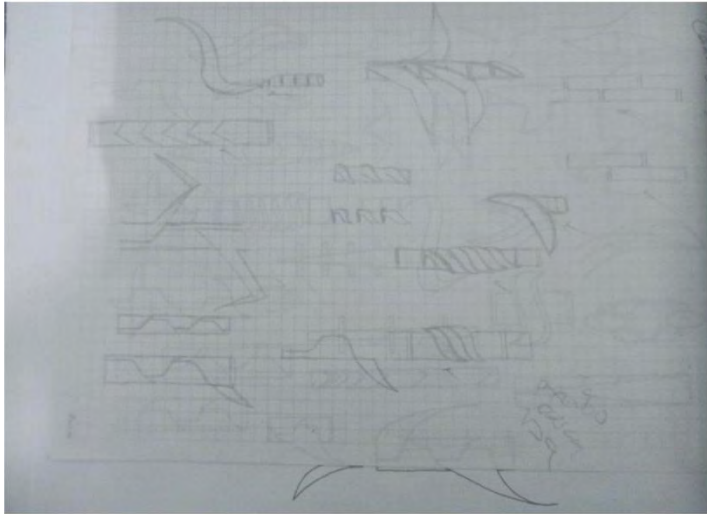
Los bosques tropicales lluviosos alojan miles de especies de plantas, muchas de ellas útiles para la población indígena, la mayoría de las especies de palmeras se usan para alimentación humana, incluyendo no sólo el consumo directo o con escasa elaboración de frutos, palmito o semillas, sino también la preparación de bebidas y la obtención de aceites, las palmeras tienen además un papel esencial en la construcción de casas, donde las hojas se usan especialmente para los techados, y son materiales casi insustituibles en las regiones tropicales, las palmeras cubren necesidades básicas de subsistencia, y de su explotación a partir de poblaciones silvestres se obtienen múltiples recursos y materiales que de otra forma se tendrían que comprar con dinero.

## 8.2. Bocetación

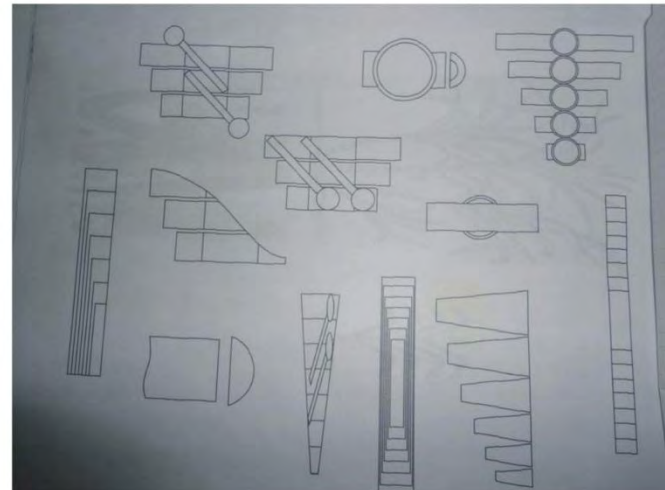
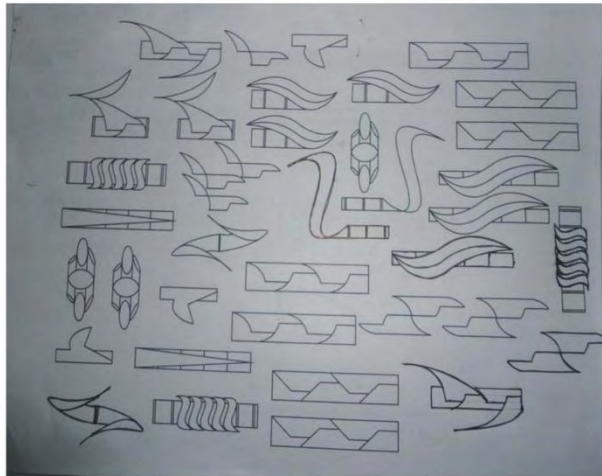
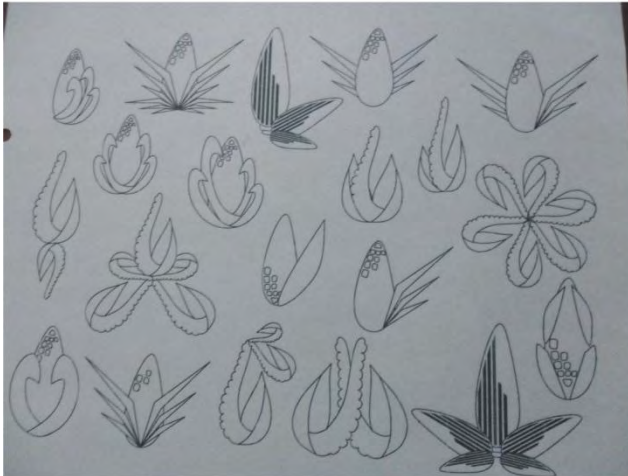
En el proceso de bocetación se desarrolla la fase creativa que da como resultado las propuestas que serán parte de la colección INKAL AWA.

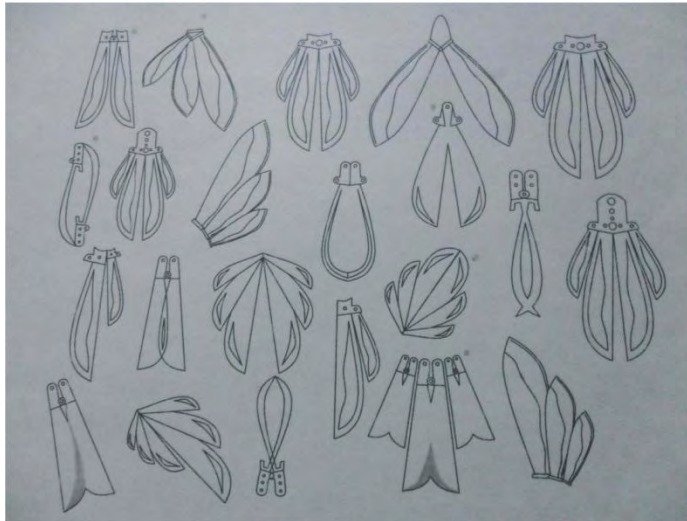
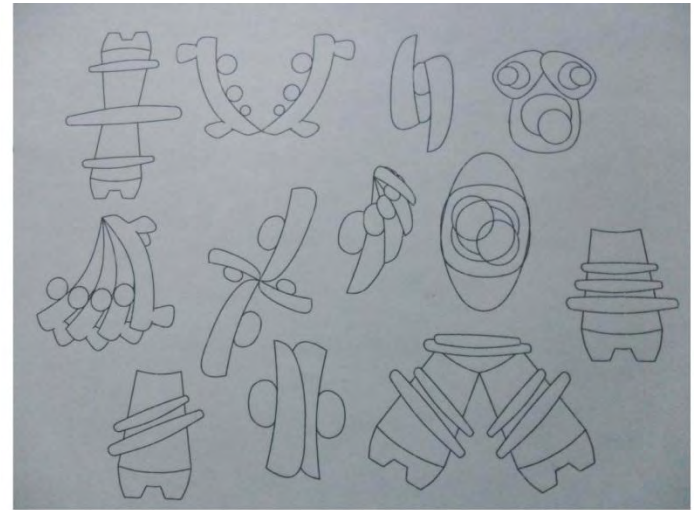
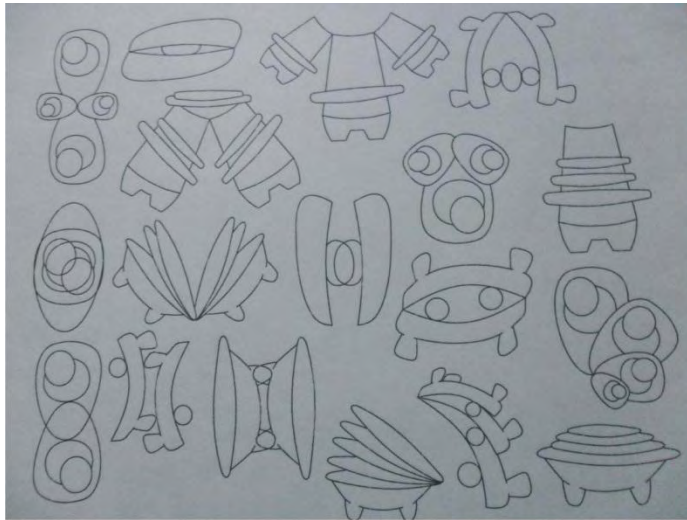
En la primera etapa de la bocetación se hace el proceso de abstracción y simplificación de cada referente, teniendo en cuenta la esencia de cada uno de estos para plasmarlo en el producto final, algunas de las propuestas son:



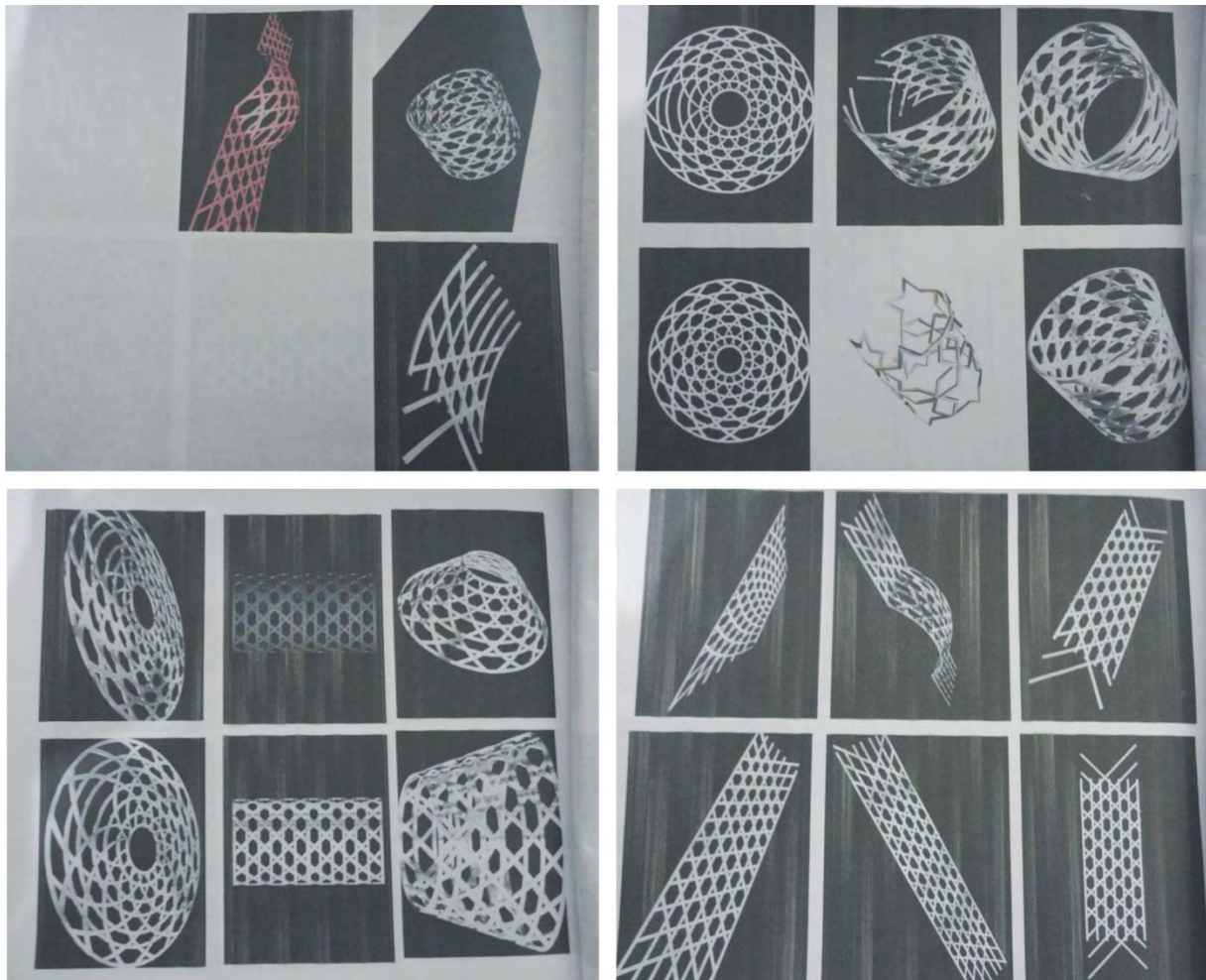


En otra etapa del proceso de bocetación se eligen las mejores propuestas y se las desarrolla como modulo aplicando técnicas de diseño como gradación, rotación, superposición entre otras.





Se elaboraron también renders de algunos diseños para comprobar la factibilidad de construcción y producción de la pieza final.

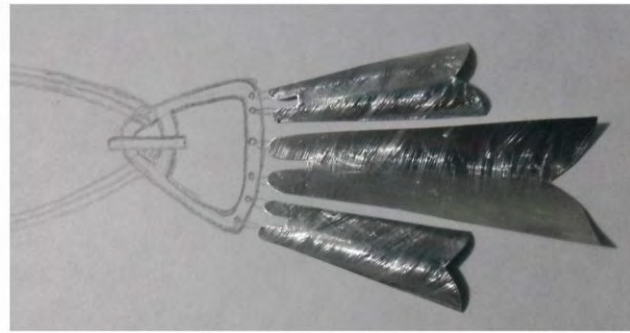


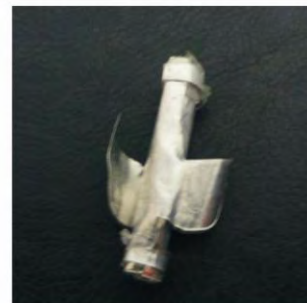
### 8.3. Modelos



Luego del proceso de bocetación se realizaron varias propuestas derivadas de cada boceto en laminilla de aluminio, para analizar el proceso de construcción de los productos y sus proporciones, dando el punto de partida a la elaboración de las piezas finales.







#### 8.4. Prototipos

Posterior al diseño y análisis de modelos 3D, se elaboraron los prototipos de algunas de las piezas de la colección, para el uso de las mismas en la encuesta diseñada para la investigación de mercado, las piezas elaboradas combinan varios, materiales, colores, metales y texturas con el fin de darle variedad a los usuarios y conocer así sus gustos y preferencias.



## **9. INVESTIGACION DE MERCADO**

### **9.1. Mercado Objetivo**

El mercado objetivo de la colección Inkal Awa son mujeres que gustan de piezas de joyería con diseños exclusivos que prefieren adquirir sus joyas en locales o ferias especializadas en joyería, en sitios web donde encuentren catálogos de productos con fotografías y una detallada descripción de sus características y los contactos directos con el diseñador (a) para resolver cualquier duda, personalizar sus joyas (si es el caso), y cualquier tipo de negociación requerida.

El objetivo de la colección Inkal Awa es el diseño de piezas que comuniquen al usuario una historia cultural de la comunidad indígena Awa y generen en él un sentido de apropiación y pertenencia.

#### **9.1.1. Tipo de mercado**

El mercado joyero es competido tanto a nivel regional como nacional ya que posee gran variedad de productos.

La captación de nuevos clientes se llevara a cabo mediante nuestro componente diferenciador: la innovación, calidad, aporte cultural y diseño conceptual.

#### **9.1.2. Tipo de cliente**

Los clientes de la colección Inkal Awa son mujeres entre los 16 a 46 años de edad, de estrato medio alto, con un destacado gusto por las joyas elaboradas en metales preciosos bajo parámetros de diseño conceptual, que comuniquen su significado y cuenten una historia, manufacturadas con la mejor calidad y que prefieren comprar en ferias o portales de internet

Este tipo de clientes, están dispuestas a pagar por productos exclusivos, ya que la mujer actual posee independencia económica, se consiente más, combina sus impecables atuendos a la moda con accesorios de calidad, sabe administrar su dinero para darse “gustos” en accesorios y prendas de última moda y son muy conocedoras de las tendencias actuales.

La colección Inkal Awa busca satisfacer las necesidades de este tipo de clientes desde los siguientes aspectos:

- Productos manufacturados de excelente calidad.
- Diseños exclusivos, que parten del diseño conceptual.
- Transmitir al usuario el significado del producto y su valor cultural.
- Diversidad en materiales y diseño entre las líneas de la colección Inkal Awa.
- Precios justos, en comparación a algunos de nuestros competidores directos.

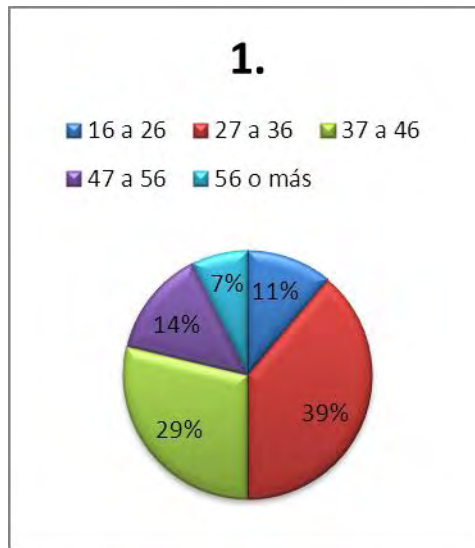
### **9.2. Objetivo**

Realizar un estudio de mercado con el fin de determinar los gustos y preferencias del cliente para la compra de productos de joyería conceptual y comprobar el grado de interés que tienen los usuarios ante la joyería elaborada en metales preciosos que transmitan un significado cultural.

### **9.3. Necesidades**

- Comprobar si el aporte cultural genera más interés en este grupo de usuarias.
- Conocer los gustos y preferencias del mercado objetivo.
- Determinar qué características debe tener el producto.
- Conocer cuánto estaría dispuesto a pagar el cliente.
- Determinar cuál es la forma de distribución más efectiva en el mercado local.
- Conocer el volumen de compra de los clientes.

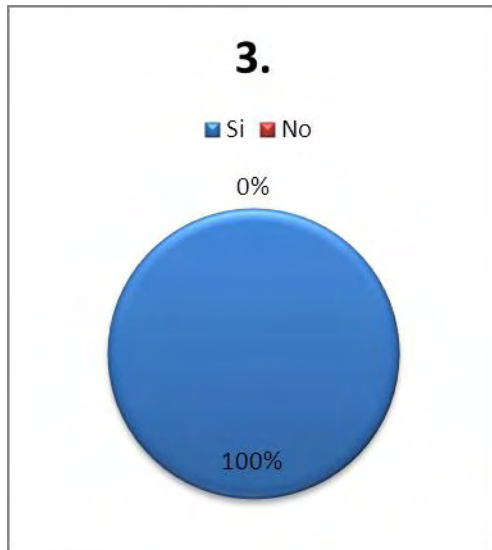
#### 9.4. Resultados de encuestas: (Ver Anexo 2)



El principal rango de edad de los clientes potenciales es el de 27 a 36 años de edad, incluyendo también el grupo de 37 a 46 años



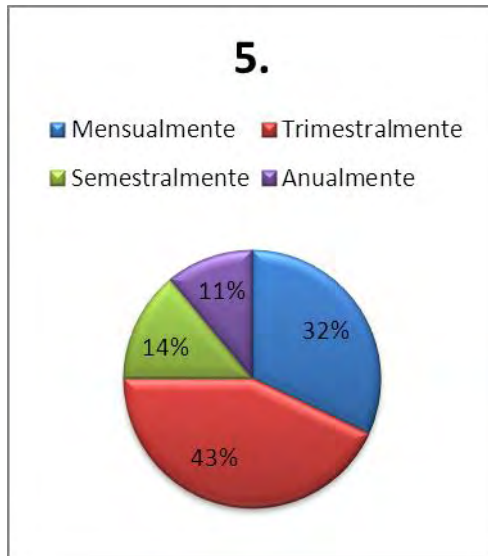
El estrato social de los clientes esta entre 3 y 4.



El 100% de la población encuestada compra artículos de joyería.



El 88 % de la población encuestada afirmó que le interesa la compra de artículos de joyería en metales preciosos con diseños conceptuales.

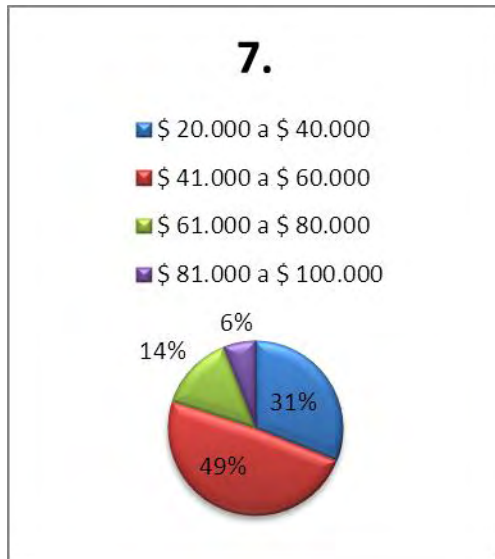


El 43% de la población compra productos de joyería trimestralmente.

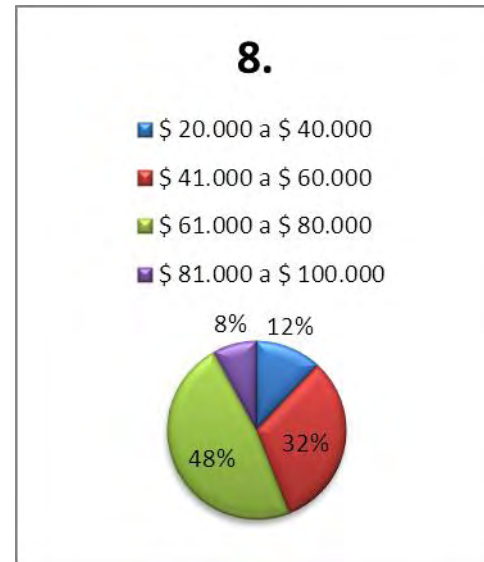


El producto de mayor demanda son los aretes con un 22% de preferencia entre los cliente.

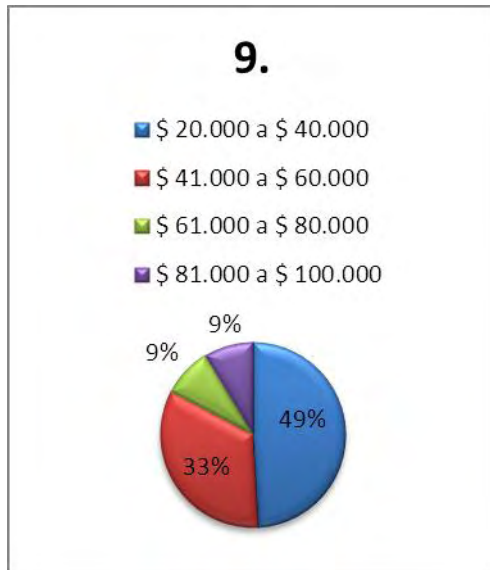




Los clientes en un 49% están dispuestos a pagar por un anillo entre \$ 41.000 a \$ 60.000.



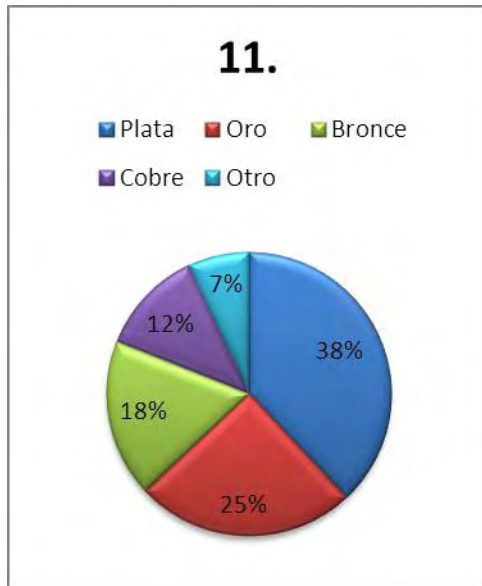
El rango de precio por un collar según el 48% de la población encuestada es de \$ 61.000 a \$ 80.000



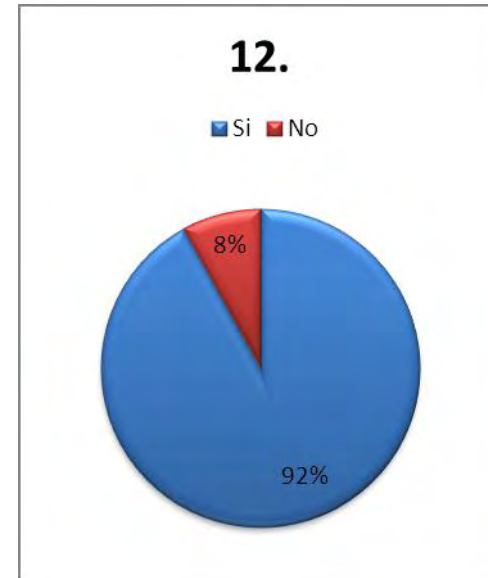
El 49% de la población encuestada está dispuesto a pagar por un par de aretes entre \$ 20.000 a \$ 40.000.



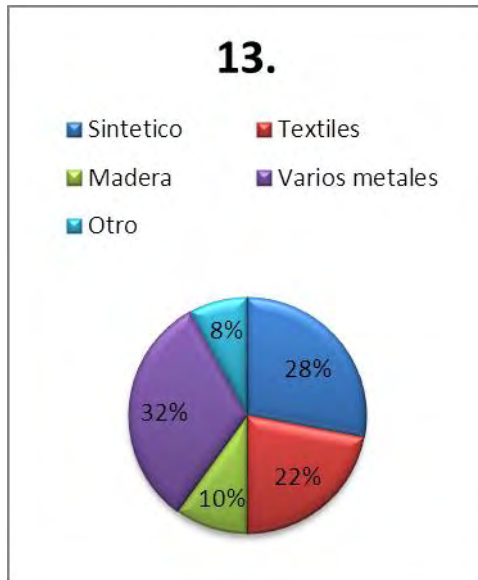
El 42% de los clientes encuestados prefiere diseños exclusivos a la hora de elegir sus joyas.



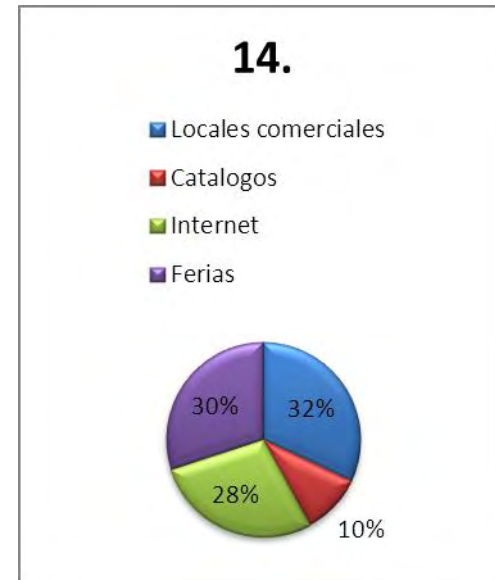
El 38% de la población prefiere la plata como metal primordial en sus joyas, seguido de un 25% de preferencia de oro.



El 92 % de los encuestados prefieren combinar el metal de sus joyas con otros materiales.

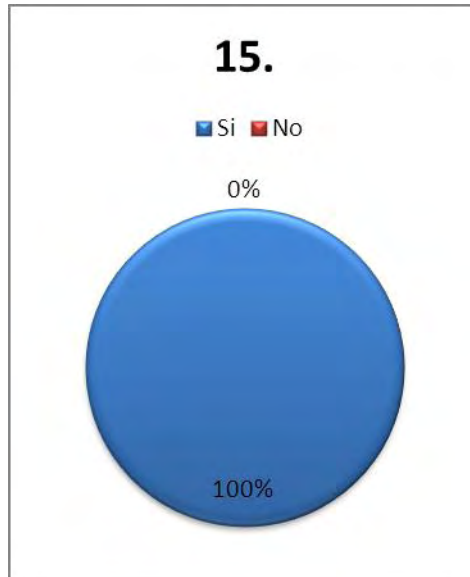


El 32% de la población encuestada prefiere combinar el metal de sus joyas con otros metales seguido de un 28% de material sintético.



A la hora de comprar artículos de joyería el 32% de la población encuestada prefiere adquirirlos en locales comerciales y un 30% en Ferias y eventos especializados.

**El análisis de la pregunta No. 15 y 16 se hace con las muestras de los prototipos realizados anteriormente.**



El 100% de la población encuestada indico que compraría las piezas y mostro interés en el diseño conceptual de las piezas.

Al 32% de los clientes encuestados le gustaría ser informado sobre los productos en avisos de internet, seguido de un 28% que preferiría informarse en revistas de moda.

## 9.5.

## Identificación Referentes Competitivos

Entre los competidores de la colección Inkal Awa se encuentran:

### 9.5.1. Nivel local

- **Juliana Martinez Accesorios**  
(Pasto - Nariño)

#### Descripción General:

La creatividad, el color y la elegancia, le dan a cada uno de los accesorios un toque que los hace únicos y perfectos para complementar el vestuario de la mujer moderna. Elaborados en materiales de alta calidad como piedras semipreciosas, cristales y perlas.

**Mercado Objetivo:** Mujeres entre 18 y 35 años de estrato medio y alto, que gustan de los accesorios de calidad que sigan las tendencias de la moda.

#### Precios promedio:

**Anillo:** \$ 20.000

**Collar:** \$ 40.000

**Aretes:** \$ 30.000



- **Khumana Joyería Contemporánea  
(Pasto - Nariño)**

**Descripción General:**

Khumana, es una empresa dedicada al Diseño, Fabricación y Comercialización de Joyería en Plata.

**Mercado Objetivo:** Mujeres entre 18 y 35 años de estrato medio y alto, que gustan de los accesorios en plata que sigan las tendencias de la moda

**Precios promedio:**

**Anillo:** \$ 40.000

**Collar:** \$ 60.000

**Aretes:** \$ 35.000



## 9.5.2. Nivel Nacional

- **Guepa pepa (Bogotá - Colombia)**

### **Descripción General:**

La unión entre lo clásico y lo moderno, lo abstracto y lo natural, es lo que los caracteriza también la utilización de materiales como la plata, las piedras semipreciosas, las resinas y las fibras naturales.

### **Mercado Objetivo:**

Mujeres entre 18 y 45 años de estrato medio alto, que siguen las tendencias de la moda.

### **Precios promedio:**

**Anillo:** \$ 45.000

**Collar:** \$ 70.000

**Aretes:** \$ 35.000





- **Nuria Carulla (Bogotá - Colombia)**

**Descripción General:**

Diseño y fabricación de joyería en plata 925 y oro de 18 kilates, piedras preciosas y semipreciosas, emplea técnicas de fabricación como mocume y keiboo.

**Mercado Objetivo:**

Mujeres entre 35 y 60 años de estrato alto, que gustan de los accesorios en oro con las tendencias de la moda.

**Precios promedio:**

**Anillo:** \$ 50.000

**Collar:** \$ 80.000

**Aretes:** \$ 55.000



- **Platea (Medellín - Colombia)**

**Descripción General:**

Diseño, fabricación y comercialización de joyería en plata 925 hecha a mano.

**Mercado Objetivo:**

Mujeres entre 18 y 35 años de estrato medio y alto, que gustan de los accesorios en plata que sigan las tendencias de la moda.

**Precios promedio:**

**Anillo:** \$ 35.000

**Collar:** \$ 30.000

**Aretes:** \$ 20.000



- **Tatiana Apréaz (Bogotá - Colombia)**

**Descripción General:**

Diseño, fabricación y comercialización de joyería en plata 925 y oro de 18 kilates, filigrana y decorado con mopa mopa.

**Mercado Objetivo:**

Mujeres entre 18 y 50 años de estrato medio y alto, que gustan de los accesorios en plata que sigan las tendencias de la moda.

**Precios promedio:**

**Anillo:** \$ 50.000

**Collar:** \$ 90.000

**Aretes:** \$ 65.000



## 10. PROCESO DE PROYECTACION

Posterior al y estudio de las encuestas realizadas y al análisis cultural de la comunidad indígena Awa, se tuvieron en cuenta las preferencias y sugerencias de los clientes para la elaboración las demás piezas de la colección para lo cual también se analizaron aspectos fundamentales como los siguientes:

### 10.1. Colección

Una colección es un conjunto de cosas o productos de una misma clase reunidas por características similares como tema, color, proporción, material o sensaciones.

Las colecciones cuentan historias haciendo que el producto muestre un punto de vista y se comunique con su usuario.

**10.1.1. Referente:** Un referente de diseño es aquello que se toma como punto de partida en el proceso de diseño como pueden ser:

- **Orgánico:** Formas de la Naturaleza
- **Figurativo – Narrativo:** Surge de la interpretación de algo, evoca por lo general Leyendas o mitos.
- **Simbólico:** Representa algo
- **Icónico:** El punto de partida es un icono cultural

**10.1.2. Concepto:** El concepto es la idea que se pretende transmitir.

**10.1.3. Significado:** El análisis de los diferentes referentes nos indicara los elementos de diseño que resultaran en las líneas que componen una colección.

### 10.2. Aspectos generales a tener en cuenta

- **Pieza Icono Madre:** Primera propuesta y de esa se deriva el resto de la colección.
- **Derivadas:** Precios, tamaños, colores...

- **Mercadeo:** Investigación de Mercados

### **10.3. Aspectos principales a tener en cuenta**

- **Para Quién?** Grupo objetivo
- **Qué?** Tipo de pieza, ej. Anillo
- **Cómo?** Técnica a usar y materiales
- **Para qué?** Ocasión, ej. Boda, 15 años

## 11. LINEAS DE LA COLECCIÓN INKAL AWA

### 11.1. LINEA MAIZ

#### 11.1.1. Ficha técnica y fotografía

En esta línea se presentan 4 productos: dije, aretes, topos y anillo.

- Dije Maíz



<p>Colección:</p>  <p>Ficha Técnica No. 1 de 26</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Nombre Línea:</td> <td>Maíz</td> </tr> <tr> <td>Tipo de Pieza:</td> <td>Dije</td> </tr> <tr> <td>Nombre Pieza:</td> <td>Dije Maíz</td> </tr> <tr> <td>Referencia:</td> <td>D.i 0011</td> </tr> <tr> <td>Esc.:</td> <td>1:100</td> </tr> </table>	Nombre Línea:	Maíz	Tipo de Pieza:	Dije	Nombre Pieza:	Dije Maíz	Referencia:	D.i 0011	Esc.:	1:100
Nombre Línea:	Maíz										
Tipo de Pieza:	Dije										
Nombre Pieza:	Dije Maíz										
Referencia:	D.i 0011										
Esc.:	1:100										



4,1 cm

2,5 cm

4 cm



1 cm

4 cm

1,6 cm

2,7 cm


0,6 cm

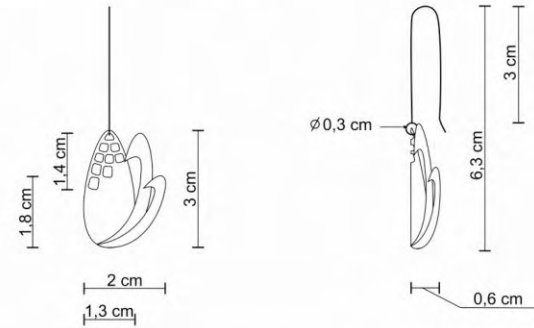
  

Chapa:	Calibre	Material:
Maiz - Hojas	0,8 mm - 0,5 mm	Bronce - Plata 925
Hilos:	Calibre	Material:
Argollas	0,9 mm	Plata 925
Baño:	Acabado:	Peso Armado:
N/A	Brillante	4,5 grs
Otros:	Material:	Cantidad
N/A	N/A	N/A

- **Aretes Maíz**




Colección:  Ficha Técnica No. 2 de 26	Nombre Línea:	Maíz
	Tipo de Pieza:	Aretes
	Nombre Pieza:	Aretes Maíz
	Referencia:	R.i 0012
	Esc.	1:100



Chapa:	Maiz - Hojas	Calibre	0.8 mm - 0.5 mm	Material:	Bronce - Plata 925
Hilos:	Garfio	Calibre	0.9 mm	Material:	Plata 925
Baño:	N/A	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	3.5 grs
Otros:	N/A	Material:	N/A	Cantidad	N/A

- **Topos Maíz**



Colección:  Ficha Técnica No. 3 de 26	Nombre Línea:	Maíz
	Tipo de Pieza:	Topos
	Nombre Pieza:	Topos Maíz
	Referencia:	T.i 0013
	Esc.	1:100



Chapa:	Maíz	Calibre	0,8 mm	Material:	Bronce
Hilos:	Poste	Calibre	0,9 mm	Material:	Plata 925
Baño:	N/A	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	1 gr
Otros:	Mariposa Topo	Material:	Plástico	Cantidad	1 par



- Anillo maíz



Colección:  Ficha Técnica No. 4 de 26	Nombre Línea:	Maíz
	Tipo de Pieza:	Anillo
	Nombre Pieza:	Anillo Maíz
	Referencia:	A.i 0014
	Esc.	1:100




Chapa:	Calibre:	Material:
Maíz - Hojas	0.8 mm - 0.8 mm	Bronce - Plata 925
Hilos:	Calibre:	Material:
N/A	N/A	N/A
Baño:	Acabado:	Peso Armado:
N/A	Brillante	2.6 grs
Otros:	Material:	Cantidad:
N/A	N/A	N/A


## 11.2. LINEA PIEDRA DE MOLER

### 11.2.1. Ficha técnica y fotografía

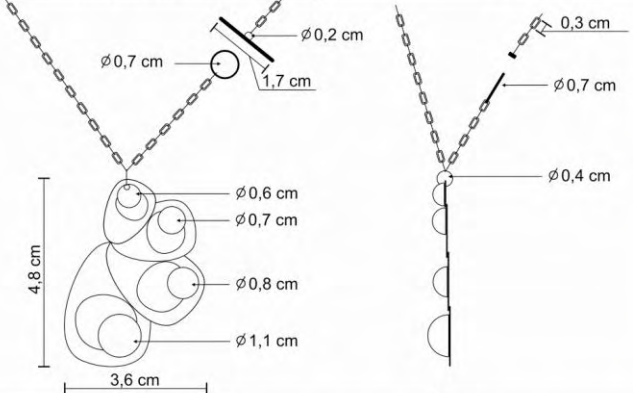
En esta línea se presentan 5 productos: collares, aretes, topos, anillos.

- Collar piedra de moler plano



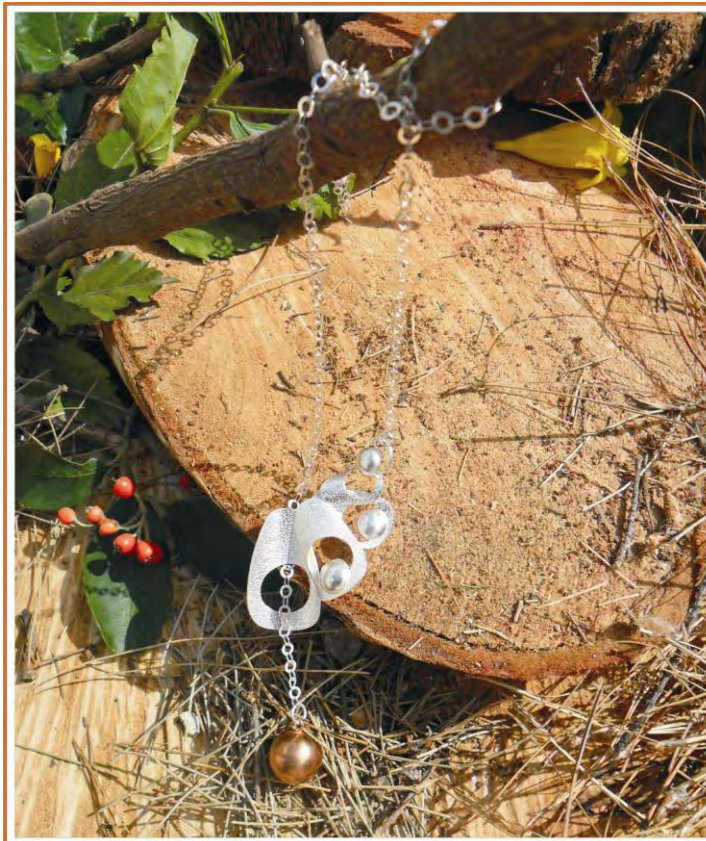
Colección:  Ficha Técnica No. 5 de 26

Nombre Línea:	Piedra de Moler
Tipo de Pieza:	Collar
Nombre Pieza:	Collar Piedra de moler Plano
Referencia:	C.i 0001
Esc.	1:100




Chapa: Modulos - 1/2 Esferas	Calibre 0,5 mm - 0,4 mm	Material: Plata 925
Hilos: Broche - Argollas	Calibre 1 mm - 0,9 mm	Material: Plata 925
Baño: N/A	Acabado: Brillante	Peso Armado: 7,5 grs
Otros: Cadena	Material: Plata 925	Cantidad 48 cm

- Collar piedra de moler curvo

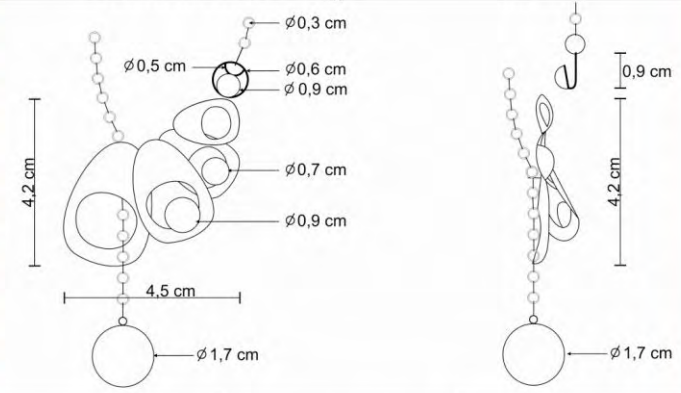


Colección:




Ficha Técnica No. 6 de 26


Nombre Línea:	Piedra de Moler
Tipo de Pieza:	Collar
Nombre Pieza:	Collar Piedra de moler Curvo
Referencia:	C.i 0002
Esc.	1:100



Chapa:	Modulos - 1/2 Esferas	Calibre	0,5 mm - 0,4 mm	Material:	Plata 925
Hilos:	Broche - Argollas	Calibre	1,3 mm - 0,9 mm	Material:	Plata 925
Baño:	N/A	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	9,5 grs
Otros:	Cadena - Esfera	Material:	Plata 925 - Bronce	Cantidad	64 cm - 1 Und

- 
- **Aretes piedra de moler silver**




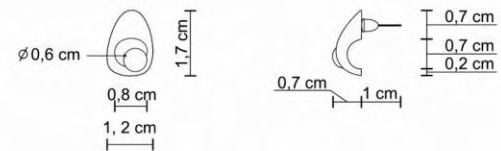
Colección:  Ficha Técnica No. 7 de 26	Nombre Línea:	Piedra de Moler
	Tipo de Pieza:	Aretes
	Nombre Pieza:	Aretes piedra de moler silver
	Referencia:	R.i 0003
	Esc.	1:100

Chapa:	Modulo - 1/2 Esferas	Calibre	0,5 mm - 0,4 mm	Material:	Plata 925
Hilos:	Garfio	Calibre	0,9 mm	Material:	Plata 925
Baño:	N/A	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	2,8 grs
Otros:	N/A	Material:	N/A	Cantidad	N/A

- Topos piedra de moler silver




Colección:  Ficha Técnica No. 8 de 26	Nombre Línea:	Piedra de Moler
	Tipo de Pieza:	Topos
	Nombre Pieza:	Topos piedra de moler silver
	Referencia:	T.i 0005
	Esc.	1:100

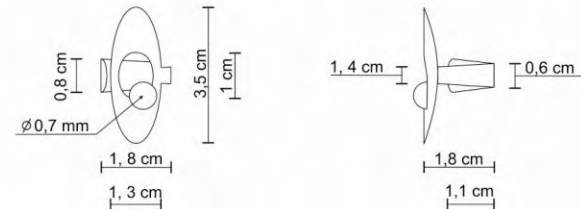


Chapa:	Calibre	Material:
Modulos - 1/2 Esferas	0,5 mm - 0,4 mm	Plata 925
Hilos:	Calibre	Material:
Poste	0,9 mm	Plata 925
Baño:	Acabado:	Peso Armado:
N/A	Brillante	1,5 grm
Otros:	Material:	Cantidad
Mariposa Topo	Plástico	1 par

- Anillo piedra de moler silver



Colección:  Ficha Técnica No. 9 de 26	Nombre Línea:	Piedra de Moler
	Tipo de Pieza:	Anillo
	Nombre Pieza:	Anillo piedra de moler silver
	Referencia:	A.i 0009
	Esc.	1:100




Chapa:	Modulo - ½ Esferas	Calibre	1 mm - 0,4 mm	Material:	Plata 925
Hilos:	N/A	Calibre	N/A	Material:	N/A
Baño:	N/A	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	4,5 grs
Otros:	N/A	Material:	N/A	Cantidad	N/A


### 11.3. LINEA MACHETE

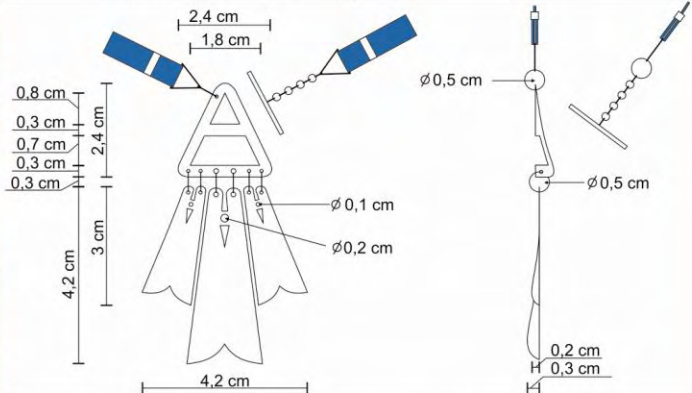
#### 11.3.1. Ficha técnica y fotografía

En esta línea se presentan 3 productos: collar, aretes, anillo.

- **Collar Machete**





Colección:		Nombre Línea: Machete
	Ficha Técnica No. 10 de 26	Tipo de Pieza: Collar
		Nombre Pieza: Collar Machete
		Referencia: C.i 0018
		Esc. 1:100



Chapa: Modulos - Broche	Calibre: 0,4 mm - 0,55 mm	Material: Plata 925
Hilos: Argollas	Calibre: 0,7 mm	Material: Plata 925
Baño: N/A	Acabado: Brillante	Peso Armado: 7,6 grs
Otros: Cinta Gamuzada	Material: Gamuza	Cantidad: 46 cm

- 
- **Aretes Machete**



Colección:		Nombre Línea:	Machete
	Ficha Técnica No. 11 de 26	Tipo de Pieza:	Aretes
		Nombre Pieza:	Aretes Machete
		Referencia:	R.i 0016
		Esc.	1:100

Chapa:	Modulos - Broche	Calibre	0,4 mm - 0,55 mm	Material:	Plata 925
Hilos:	Garfio - Argollas	Calibre	0,9 mm - 0,7 mm	Material:	Plata 925
Baño:	N/A	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	3.2 grs
Otros:	N/A	Material:	N/A	Cantidad	N/A



- Anillo machete



Colección:  Ficha Técnica No. 12 de 26	Nombre Línea:	Machete
	Tipo de Pieza:	Anillo
	Nombre Pieza:	Anillo Machete
	Referencia:	A.i 0017
	Esc.	1:100


Chapa:	Modulo	Calibre	0,9 mm	Material:	Plata 925
Hilos:	N/A	Calibre	N/A	Material:	N/A
Baño:	N/A	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	4,5 grs
Otros:	N/A	Material:	N/A	Cantidad	N/A


## 11.4. LINEA MARIMBA

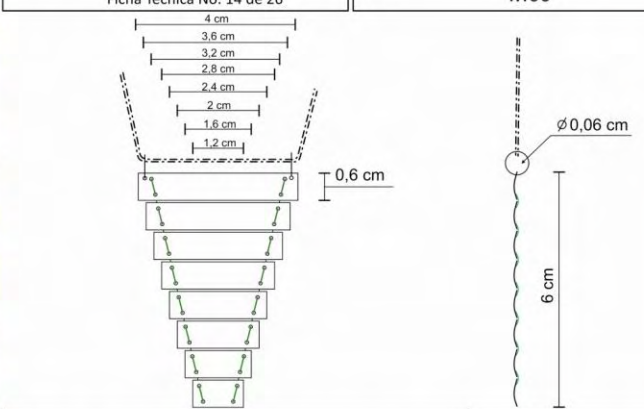
### 11.4.1. Ficha técnica y fotografía

En esta línea se presentan 9 productos: collares, aretes, pinzas para la oreja, anillos.

- Collar marimba Gold




Colección:  Ficha Técnica No. 14 de 26	Nombre Línea: Marimba Tipo de Pieza: Collar Nombre Pieza: Collar Marimba Gold Referencia: C.i 0028 Esc.: 1:100
---	--

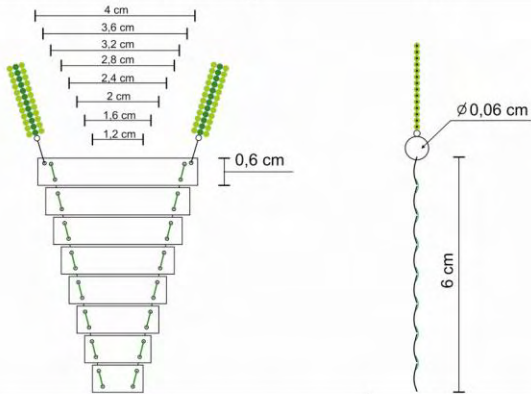


Chapa:	Módulos	Calibre	0,4 mm	Material:	Bronce
Hilos:	Argollas	Calibre	0,6 mm	Material:	Latón
Baño:	Oro	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	6 grs
Otros:	Cadena	Material:	Oro golfy	Cantidad	45 cm

- Collar marimba gold mostacilla




<p>Colección:</p>  <p>Ficha Técnica No. 15 de 26</p>		<p>Nombre Línea: Marimba</p>
		<p>Tipo de Pieza: Collar</p>
		<p>Nombre Pieza: Collar Marimba Gold Mostacilla</p>
		<p>Referencia: C.i 0045</p>
		<p>Esc. 1:100</p>


  


Chapa:	Módulos	Calibre	0,4 mm	Material:	Bronce
Hilos:	Argollas	Calibre	0,6 mm	Material:	Latón
Baño:	Oro	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	7.5 grs
Otros:	Cordón tejido	Material:	Mostacilla checa	Cantidad	79 cm

- Collar marimba silver mostacilla

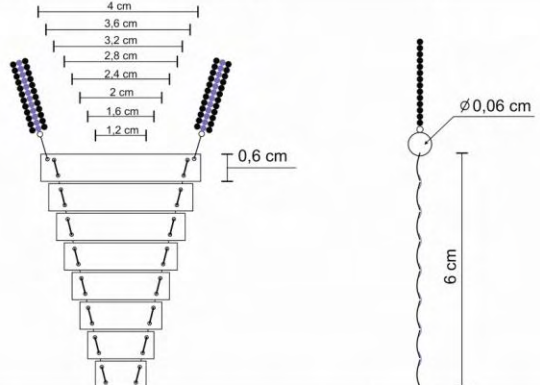


Colección:



Ficha Técnica No. 16 de 26

Nombre Línea:	Marimba
Tipo de Pieza:	Collar
Nombre Pieza:	Collar Marimba Silver Mostacilla
Referencia:	C.i 0029
Esc.	1:100



Technical drawing showing dimensions for the collar components:

- Top width: 4 cm
- Widths: 3.6 cm, 3.2 cm, 2.8 cm, 2.4 cm, 2 cm, 1.6 cm, 1.2 cm
- Height of metal piece: 0.6 cm
- Cord diameter:  $\varnothing 0,06$  cm
- Cord length: 6 cm

Chapa:	Módulos	Calibre	0,4 mm	Material:	Bronce
Hilos:	Argollas	Calibre	0,6 mm	Material:	Latón
Baño:	Plata	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	7.5 grs
Otros:	Cordón tejido	Material:	Mostacilla checa	Cantidad	79 cm

- Aretes Marimba Gold



Colección:  Ficha Técnica No. 17 de 26	Nombre Línea:	Marimba
	Tipo de Pieza:	Aretes
	Nombre Pieza:	Aretes marimba gold
	Referencia:	R.i 0030
	Esc.	1:100

Chapa:	N/A	Calibre	N/A	Material:	N/A
Hilos:	Cuerpo - Poste	Calibre	1,2 mm - 0,9 mm	Material:	Latón
Baño:	Oro	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	1,5 grs
Otros:	Pepa ojo - escalachín - Topo	Material:	Sintético - Bronce - Plástico	Cantidad	4 und - 8 und - 1 par

- Aretes marimba silver





Colección:  Ficha Técnica No. 18 de 26	Nombre Línea:	Marimba
	Tipo de Pieza:	Aretes
	Nombre Pieza:	Aretes marimba silver
	Referencia:	R.i 0031
	Esc.	1:100



Chapa:	N/A	Calibre	N/A	Material:	N/A
Hilos:	Cuerpo - Poste	Calibre	1,2 mm - 0,9 mm	Material:	Latón
Baño:	Plata	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	1,5 grs
Otros:	Pepa ojo - escalachín - Topo	Material:	Sintético - Cobre - Plástico	Cantidad	4 und - 8 und - 1 par

- 
- **Pinza oreja marimba gold**





Colección:  Ficha Técnica No. 19 de 26	Nombre Línea:	Marimba
	Tipo de Pieza:	Aretes
	Nombre Pieza:	Pinza oreja marimba gold
	Referencia:	O.i 0032
	Esc.	1:100


$\varnothing 0,5 \text{ cm}$   
 $1,1 \text{ cm}$   
 $1,8 \text{ cm}$   
 $2,8 \text{ cm}$   
 $0,8 \text{ cm}$

Chapa:	N/A	Calibre:	N/A	Material:	N/A
Hilos:	Cuerpo - Poste	Calibre:	1,2 mm - 0,9 mm	Material:	Latón
Baño:	Oro	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	1,7 grs
Otros:	Pepa ojo - escalachín - Topo	Material:	Sintético - Bronce - Plástico	Cantidad:	4 und - 8 und - 1 par

- Pinza oreja marimba silver



Colección:  INKAL: AWA Ficha Técnica No. 20 de 21	Nombre Línea:	Marimba
	Tipo de Pieza:	Aretes
	Nombre Pieza:	Pinza oreja marimba silver
	Referencia:	O.i 0033
	Esc.	1:100




$\varnothing 0,5 \text{ cm}$   
 $1,1 \text{ cm}$   
 $1,8 \text{ cm}$   
 $2,8 \text{ cm}$   
 $0,8 \text{ cm}$

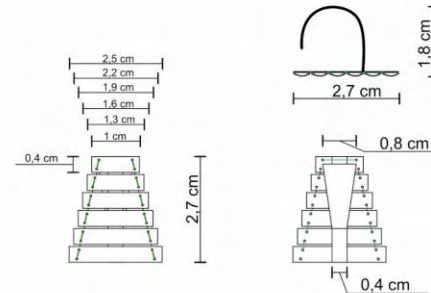
Chapa:	N/A	Calibre:	N/A	Material:	N/A
Hilos:	Cuerpo - Poste	Calibre:	1,2 mm - 0,9 mm	Material:	Latón
Baño:	Plata	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	1,7 grs
Otros:	Pepa ojo - escalachín - Topo	Material:	Sintético - Bronce - Plástico	Cantidad:	4 und - 8 und - 1 par



- Anillo marimba Gold




Colección:  Ficha Técnica No. 21 de 26	Nombre Línea:	Marimba
	Tipo de Pieza:	Anillo
	Nombre Pieza:	Anillo marimba gold
	Referencia:	A.i 0034
	Esc.	1:100

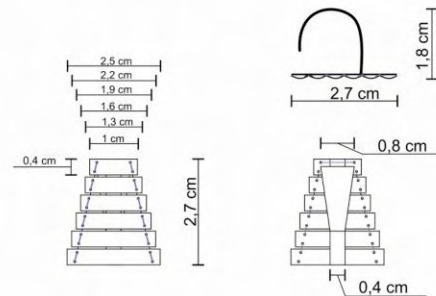


Chapa:	Módulos - Argolla	Calibre	0,4 mm - 0,8 mm	Material:	Bronce
Hilos:	N/A	Calibre	N/A	Material:	N/A
Baño:	Oro	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	3 grs
Otros:	Hilo	Material:	Hilo marroquinería	Cantidad	1 mt

- Anillo Marimba Silver



Colección:  Ficha Técnica No. 22 de 26	Nombre Línea:	Marimba
	Tipo de Pieza:	Anillo
	Nombre Pieza:	Anillo marimba silver
	Referencia:	A.i 0035
	Esc.	1:100



Chapa:	Módulos - Argolla	Calibre	0,4 mm - 0,8 mm	Material:	Bronce
Hilos:	N/A	Calibre	N/A	Material:	N/A
Baño:	Plata	Acabado:	Brillante	Peso Armado:	3 grs
Otros:	Hilo	Material:	Hilo marroquinería	Cantidad	1 mt


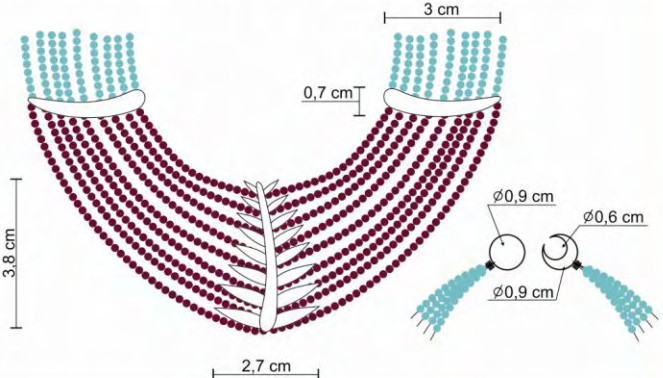
•  
**11.5. LINEA PALMERA**

**11.5.1. Ficha técnica y fotografía**

En esta línea se presentan 2 productos: collar, aretes.

• **Collar palmera**




Colección:  Ficha Técnica No. 23 de 26		Nombre Línea: Palmera Tipo de Pieza: Collar Nombre Pieza: Collar Palmera Referencia: C.i 0026 Esc. 1:100
		
Chapa: Hoja - Separadores	Calibre: 0,5 mm	Material: Plata 925
Hilos: Broche	Calibre: 1 mm	Material: Plata 925
Baño: N/A	Acabado: Brillante	Peso Armado: 25 grs
Otros: Tejido	Material: Mostacilla Checa	Cantidad: 20 grs

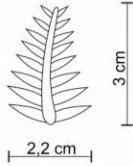


- **Aretes Palmera**



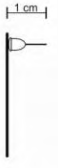
Colección: 		Nombre Línea: Palmera
Ficha Técnica No. 24 de 26		Tipo de Pieza: Aretes
		Nombre Pieza: Aretes Palmera
		Referencia: R.i 0024
		Esc. 1:100



2,2 cm

3 cm

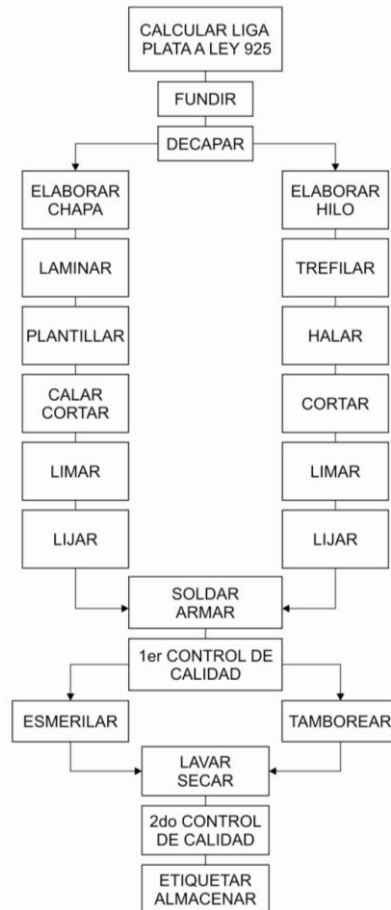


1 cm

Chapa: Hoja	Calibre 0,5 mm	Material: Plata 925
Hilos: Poste	Calibre 0,9 mm	Material: Plata 925
Baño: N/A	Acabado: Brillante	Peso Armado: 2,6 grs
Otros: Mariposa topo	Material: Plástico	Cantidad 1 par

## 12. PROCESO PRODUCTIVO

### 12.1. Diagrama de flujo proceso productivo joyería armada



## 12.2. Descripción proceso productivo

### 12.2.1. Calcular liga plata a ley 925

La plata pura (Ley 1000) se liga con cobre en proporción de 925 milésimas de plata con 75 milésimas de cobre, se calcula así:

$$X \text{ grm Ag } 1000 * 0,075 = X \text{ cantidad de Cu}$$

$$\text{Ej: } 100 \text{ grm Ag } 1000 * 0,075 = 7,5 \text{ gr Cu}$$



### 12.2.2. Fundir

La fundición se lleva a cabo dentro de un crisol con ayuda de un fundente (Bórax) y con un soplete de gas propano hasta alcanzar una temperatura de 960 °C, para lo cual es necesario seguir algunos pasos: introducir la cantidad deseada de plata 1000 en el crisol, poner bórax, direccionar la llama del soplete al crisol hasta fundir la plata pura totalmente, adicionar el cobre según la liga deseada, fundir de manera homogénea los metales, vaciar la plata 925 en la lingotera según el propósito ya sea para chapa o hilo.



### 12.2.3. Decapar

Debido a los óxidos originados por los procedimientos de calentamiento, así como a los residuos y cristalizaciones que deja el bórax y los demás fundentes de joyería, es necesario emplear una solución para decapar que deje la superficie del metal completamente limpia. Esta operación se acostumbra a realizarse entre repetidas soldaduras, para poder observar el grado de perfección alcanzado en la operación. Para este proceso se prepara una solución de alumbre y agua en una olla esmaltada en la cual se introducen las piezas a decapar mientras la solución hierve.



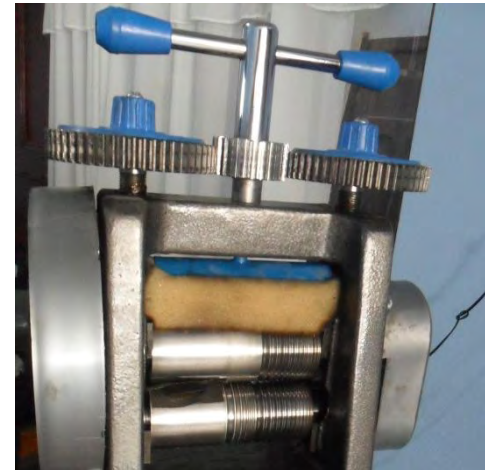
#### 12.2.4. Recocer

Consiste en el reblandecimiento del metal por la acción del calor. Se trata de una operación de gran importancia, puesto que el metal con el que se trabaja tiende a endurecerse al ser martillado, doblado, estirado o laminado. Durante el recocido, la pieza debe descansar sobre una piedra pómez y calentarse con la llama hasta lograr un color rojo suave.



#### 12.2.5. Laminar

Es un procedimiento que consiste en adelgazar y estirar el lingote de plata hasta conseguir la chapa según calibre deseado, ésta forma de laminado se hace en frío pero previo recocido, se logra haciendo pasar el lingote entre los dos rodillos enfrentados del laminador de banco mientras se hace girar a mano por medio de una manivela.





### 12.2.6. Trefilar

Consiste en el estirado del lingote en frío, con previo recocido por pasos sucesivos a través de hileras, de carburo de tungsteno cuyo diámetro es paulatinamente menor.



### 12.2.7. Plantillar

Sobre la lámina de metal lisa o texturada completamente libre de grasa o cualquier suciedad se pega la plantilla con el diseño deseado para proceder a cortar o calar las piezas.



### 12.2.8. Calar

Consiste en hacer una perforación en la lámina de metal con una broca por donde se pasara la segueta para quitar las partes internas del diseño plantillado.



### 12.2.9. Cortar

Se corta el hilo o lamina de metal con segueta, tijeras o pinzas para dar forma al diseño planteado.



### 12.2.10. Limar

En este proceso se utiliza la lima musa y lima fina para los contornos de las piezas con el objetivo de eliminar asperezas y dar mejor acabado.



### 12.2.11. Lijar

Para dar acabado a las piezas se lijan en seco empezando con lija No. 360, luego lija No. 400, 600 y finalmente lija 1000.



### 12.2.12. Soldar y Armar

Existen varios tipos de soldadura para plata que se preparan aleando plata pura y latón, la soldadura blanda: 70% plata 1000 y 30% latón, soldadura media o comercial: 50% plata 1000 y 50% latón, soldadura dura: 30% plata 1000 y 70% latón, se funde la soldadura según la proporción deseada y se lamina hasta 0,3 mm se corta en palletas (cuadritos de soldadura) que serán utilizadas según las superficies a soldar y armar las piezas.



### 12.2.13. 1er Control de Calidad

La pieza armada es sometida a una completa revisión en cuanto a calado, corte, limado, lijado y soldadura con el fin de asegurar la calidad de la pieza antes de continuar con el proceso de esmerilado o tamboreado.



### 12.2.14. Esmerilar

Este proceso busca dejar la superficie del metal brillante ya sea utilizando el esmeril o el foredom con pastas para pulir kw100 y pasta para brillar rojo ingles, el roce o frotacion de las felpas sobre el metal hace que se cree una capa del mismo metal sobre la superficie de la pieza rellenando las imperfecciones y dejando un brillo caracteristico de este proceso.



### 12.2.15. Tamborear

Este proceso consiste en abrillantar las piezas elaboradas en hilos o en lámina texturada, por medio del movimiento continuo de una carga de acero dentro de un tambor plástico en el cual se ponen las piezas decapadas con agua jabonosa.



### 12.2.16. Lavar y secar

Luego de esmerilar la pieza debe ser sumergida en agua jabonosa hirviendo para retirar cualquier rastro de pasta roja frotándola con un cepillo de cerdas suaves, si la pieza fue tamboreada se debe enjuagar con abundante agua para retirar los rastros de jabón, luego se secan las piezas con un paño limpio.

### 12.2.17. 2do control de calidad

Luego de secar las piezas, se verifica que todas sus partes estén en perfecto estado, que no se hayan desoldado y que tengan el brillo deseado, si la pieza cumple con estos requisitos se procede a etiquetarla y almacenarla.



### **12.2.18. Etiquetar y Almacenar**

Luego de verificar la calidad de las piezas se etiquetan con su respectiva referencia y se empacan individualmente para evitar rozos o rayones entre ellas, luego se almacenan en cajas plásticas para protegerlas de cualquier daño.

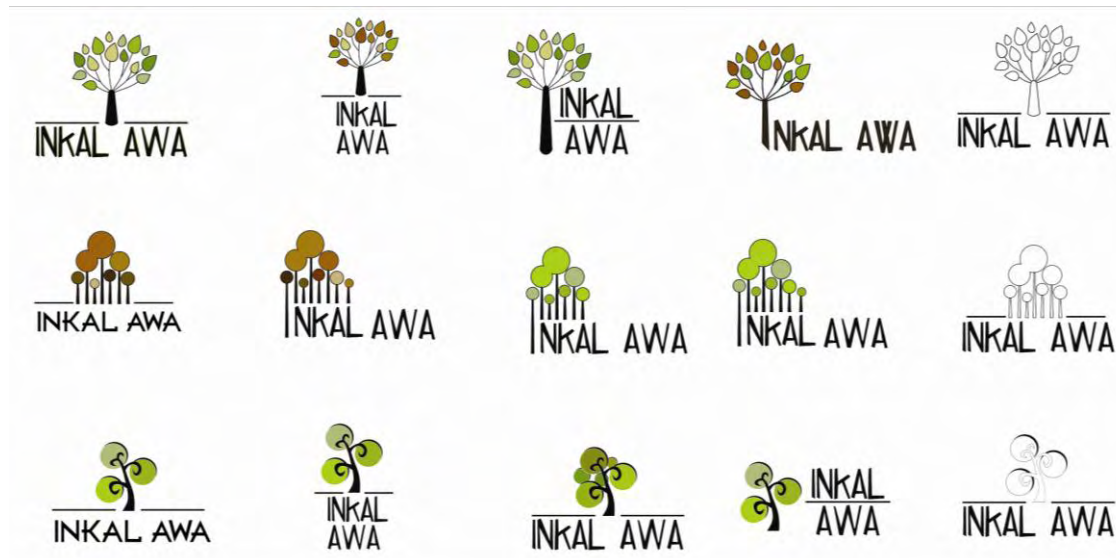
### 13. IDENTIDAD VISUAL

La colección Inkal Awa hace parte de los productos que comercializa la marca Babu Diseño en el departamento de Nariño, siendo esta la primera colección que se lanza con

diseño conceptual cultural, la marca planea continuar con el proceso de diseño de posteriores colecciones del mismo tipo cultural aplicado a otras comunidades.

#### Logo

En el proceso de bocetación de logos se desarrollaron propuestas como las siguientes:





## Logo colección Inkal Awa



El logo de la colección Inkal Awa refleja el estado de armonía de la comunidad indígena Awa, para lo cual se tomaron aspectos fundamentales, como el significado del nombre INKAL AWA en idioma awa pit, la lengua nativa de la comunidad, que en español traduce GENTE DE LA MONTAÑA presentando un grupo de árboles de nuestra selva del pacifico semejante a un grupo de indígenas viviendo en comunidad, lo que simboliza el equilibrio entre Comunidad – Naturaleza.



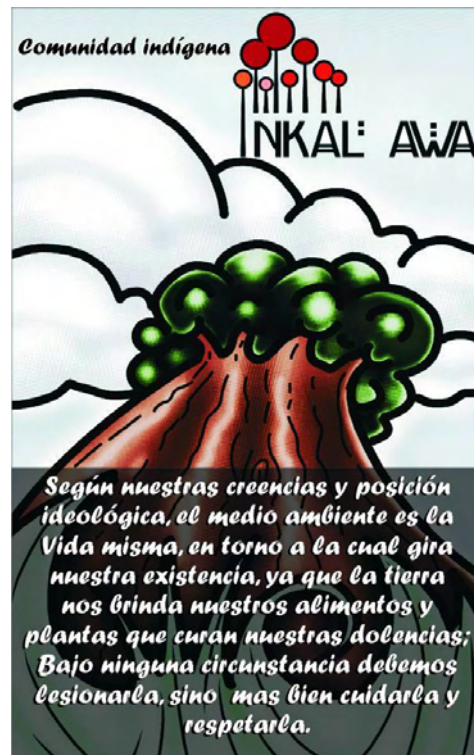
## Pendón Publicitario

El diseño de este elemento publicitario tiene como objetivo ser un vínculo de comunicación y promoción entre las piezas de la colección Inkal Awa y el público, de manera que se convierta en una herramienta que llame la atención y refleje el punto de inspiración de la colección y las características de los productos.



## Etiquetas Informativas

El diseño de estas etiquetas tiene como objetivo comunicar el significado y origen de las piezas para transmitir así el valor cultural de cada producto, estableciendo un canal de conexión entre las piezas de la colección Inkal Awa y el usuario.



## Ficha de Seguimiento

Esta ficha está diseñada con el fin de hacer el seguimiento y fidelización del cliente, solicitando su información básica y estando atentos a las recomendaciones o sugerencias que proporcionen para la mejora de productos y diseño de próximas colecciones.

**Regístrate y recibe  
nuestros beneficios**

Nombres y Apellidos \_\_\_\_\_

Teléfono \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Correo Electrónico \_\_\_\_\_


Fecha de Cumpleaños \_\_\_\_\_

Interés particular \_\_\_\_\_

Desea recibir información a su correo electrónico? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¡Nuestra creatividad en tus manos  
con calidad y diseño!

Diseño de Joyas  
Hecho a Mano



## 14. PRUEBAS DE MERCADO

### 14.1. Feria Expo Artesano Nariño 2013



**EXPO  
ARTESANO  
NARIÑO 2013**  
Un mundo artesanal para todos

\* FIQUE \* MADERA \* CUERO \* CERÁMICA  
\* JOYERÍA \* TELA \* LANA \* BISUTERÍA

2, 3, 4 y 5 de Mayo  
Lugar: Unicentro

UN EVENTO  
**FENALCO**  
LA FUERZA QUE UNE  
NARIÑO

Patrocinan:

Claro  
ALCALDÍA DE PASTO  
GOBIERNO DEL ESTADO  
MUNICIPIO CULTURAL  
TCC  
FRG  
EMAS

La participación en este evento fue posible gracias al apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, al cual se asistió con la totalidad de productos de la colección Inkal Awa. Este fue un acercamiento comercial real para conocer la aceptación de los productos de la colección y tener una retroalimentación muy positiva con los clientes, abriendo paso a contactos comerciales y dar inicio a la base de datos de clientes.





## 14.2. Vitrina Artesanal Nariño 100% Hecho a Mano 2013



**VITRINA ARTESANAL**  
Nariño 100% Hecho a Mano

OPORTUNIDADES PARA TU NEGOCIO

**del 19 al 22 de junio**  
COMFAMILIAR AVENIDA COLOMBIA  
de 10:00 a.m. a 8:00 p.m.  
Entrada **GRATUITA**

Evento organizado por la Cámara de Comercio de Pasto quien convocó a un grupo de artesanos representativos de la región e hizo una selección de los mejores, para lo cual los productos de la colección Inkal Awa fueron gratuitamente recibidos logrando así asistir al evento con grandes resultados comerciales y ampliando la base de datos de clientes.







## ANEXOS

### Anexo 1: Que es Babu Diseño

Babu Diseño es una empresa dedicada al diseño, producción y comercialización de Joyería en Plata, Oro, Cobre, Bronce, Níquel y otros metales.

¡Nuestra creatividad en tus manos  
con calidad y diseño!



Diseño de Joyas  
Hecho a Mano

#### Misión:

La empresa BABU DISEÑO será capaz de responder por:

Mejorar la capacidad competitiva por medio de la creación de valor en los procesos de terminación de nuestros productos.

Satisfacer y añadir valor a nuestros Clientes teniendo como claves, el servicio orientado al cliente, la calidad, la eficacia en costos y la innovación como factor de competitividad para el sector de joyería y diseño

#### Visión:

Consolidar la empresa y convertirla en la principal empresa de joyería manufacturada en la región y demás referentes a la joyería de diseño antes del 2015, siendo una empresa de referencia en la ciudad de pasto por:

- El nivel de satisfacción generado entre sus clientes.
- La calidad y amplitud de sus productos.
- Su creatividad e innovación en sus productos y servicios ofrecidos.
- Por la variedad de productos y diseños únicos para sus clientes.

## Anexo 2: Diseño de Encuesta



**Universidad de Nariño**  
**Facultad de Artes**  
**Diseño Industrial**  
**Encuesta**

**Objetivo:** Realizar un estudio de mercado con el fin de determinar los gustos y preferencias del cliente para la compra de productos de joyería conceptual manufacturados en metales preciosos

1. Edad:
  - a. 16 a 26 [     ]
  - b. 27 a 36 [     ]
  - c. 37 a 46 [     ]
  - d. 47 a 56 [     ]
  - e. 57 en adelante [     ]
2. A que estrato socioeconómico pertenece?
  - a. 1 [     ]
  - b. 2 [     ]
  - c. 3 [     ]
  - d. 4 [     ]
  - e. 5 [     ]
  - f. 6 [     ]
3. Adquiere usted productos de joyería?
  - a. Si [     ]
  - b. No [     ]

Si respondió si continúe con la siguiente pregunta
4. Le interesaría a usted adquirir productos de joyería en metales preciosos con diseño conceptual?
  - a. Si [     ]
  - b. No [     ]
  - c. Le es indiferente [     ]
5. Con que frecuencia compra usted productos de joyería en metales preciosos?
  - a. Mensualmente [     ]
  - b. Trimestralmente [     ]
  - c. Semestralmente [     ]
  - d. Anualmente [     ]
6. Enumere de 1 a 9 en orden de importancia los siguientes artículos según su preferencia, donde 1 corresponde al más importante y 9 el de menor importancia.
  - a. Aretes [     ]
  - b. Topos [     ]
  - c. Anillo [     ]

- d. Collar [     ]
- e. Dije [     ]
- f. Pulsera [     ]
- g. Prendedores [     ]
- h. Hebillas para el cabello [     ]
- i. Juego completo [     ]
7. Cuanto estaría dispuesto a pagar por un anillo de joyería con diseño exclusivo?
- a. \$ 20.000 a \$ 40.000 [     ]
- b. \$ 41.000 a \$ 60.000 [     ]
- c. \$ 61.000 a \$ 80.000 [     ]
- d. \$ 81.000 a \$ 100.000 [     ]
8. Cuanto estaría dispuesto a pagar por un collar de joyería con diseño exclusivo?
- e. \$ 20.000 a \$ 40.000 [     ]
- f. \$ 41.000 a \$ 60.000 [     ]
- g. \$ 61.000 a \$ 80.000 [     ]
- h. \$ 81.000 a \$ 100.000 [     ]
9. Cuanto estaría dispuesto a pagar por unos aretes de joyería con diseño exclusivo?
- i. \$ 20.000 a \$ 40.000 [     ]
- j. \$ 41.000 a \$ 60.000 [     ]
- k. \$ 61.000 a \$ 80.000 [     ]
- l. \$ 81.000 a \$ 100.000 [     ]
10. Cuando compra un artículo de joyería lo hace principalmente por:
- a. Diseño exclusivo [     ]
- b. Piezas comerciales [     ]
- c. Moda [     ]
- d. Precio [     ]
11. Que metal prefiere en sus joyas?
- a. Plata [     ]
- b. Oro [     ]
- c. Bronce [     ]
- d. Cobre [     ]
- e. Otro \_\_\_\_\_
12. Le gusta que sus joyas combinen el metal con otros materiales?
- a. Si [     ]
- b. No [     ]
- Si respondió SI continúe con la siguiente pregunta, si respondió NO, omita la pregunta No. 9 y continúe en la No. 10
13. Con que materiales le gustaría combinar sus joyas?
- a. Sintético [     ]
- b. Textiles [     ]
- c. Madera [     ]
- d. Varios metales [     ]

e. Otro \_\_\_\_\_

14. Donde prefiere adquirir sus joyas?

- a. Locales comerciales [     ]
- b. Catálogos [     ]
- c. Internet [     ]
- d. Ferias [     ]

**(Prototipos Reales)**

15. Compraría usted estas piezas?

- a. Si
- b. No

Porque? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

16. Por qué medio le gustaría que estas piezas sean publicitadas?

- a. Radio [     ]
- b. Televisión [     ]
- c. Revistas de moda [     ]
- d. Flyers o Volantes [     ]
- e. Avisos en internet [     ]

## REFERENCIAS

Historia Unipa

<http://www.awaunipa.org>, Historia UNIPA

Joyería contemporánea

Codina, 2001: 94

La orfebrería colección artes y oficios,

Carles codina pg 7

La joyería

<http://www.esmeraldascolombia.com/que-es-joyeria>

Asociación Ecléctica

Encuestas Sena - mesa sectorial de joyería regional Nariño

Comunidad indígena Awa

<http://www.todacolombia.com/etnias/gruposindigenas/awa.html#sup>

Unipa

<http://www.awaunipa.org>

Estrategia de servicio

<http://www.crecenegocios.com/caracteristicas-de-un-buen-vendedor/>