

Artesanos Lorenceños  
Desarrollo Integral Para Una Comunidad Sostenible

Jonathan A. Ojeda Gamboa  
Diseño Industrial

D.I. Daniel Moncayo Guerrero  
Profesor

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE ARTES  
DISEÑO INDUSTRIAL  
2017

Artesanos Lorenceños  
Desarrollo Integral Para Una Comunidad Sostenible

Jonathan A. Ojeda Gamboa  
Diseño Industrial

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE ARTES  
DISEÑO INDUSTRIAL  
2017

## **Nota de Responsabilidad**

La responsabilidad del contenido, ideas y conclusiones de este Trabajo de Grado en la modalidad Pasantía, corresponde exclusivamente al autor.

Artículo 1 del acuerdo No. 324 de Octubre 11 1966 emanado por Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

---

Jonathan Alberto Ojeda Gamboa  
Diseño Industrial  
Cód. 28109255

## **Nota de Aceptación**

San Juan de Pasto, 15 de Mayo de 2017

D.I. Francisco Ayala

Jurado 1

D.I. Harold Bonilla

Jurado 2

## **Resumen**

El presente texto, resultado de la modalidad de Grado “Pasantía de Investigación”, se pretende aplicar lo planteado en la teoría de mercadeo social corporativo a través de acciones de diseño y publicidad social, con el fin de trabajar con una comunidad vulnerable económica y socialmente. Esta iniciativa surgió de la necesidad que existe en el municipio de San Lorenzo – Nariño, de generar recursos para apoyar a la comunidad, adquirir mayor reconocimiento y un posicionamiento efectivo en la región. Con el apoyo de la Administración Municipal se inició un proceso de recuperación de técnicas artesanales del municipio, mediante apoyo, asesoramiento, capacitación, que les permitió conformar una organización social que contribuye a su crecimiento personal y al mejoramiento de su calidad de vida.

## **Abstract**

This text was the result of the investigation made on the modality of grade: “Research Internship” The intention is to apply the proposed in the theory of corporate social marketing through design and social publicity in order to work with an economically and socially vulnerable community. This initiative came from the need that exists in the municipality of San Lorenzo, Nariño of resource generation in order to support the community, acquire greater recognition and effective positioning in the region. With the support of the municipal administration. We start a recovery process of craft techniques of the municipality through support, counseling, training with the community which allowed them to form a social organization that contributes to their personal growth and to the improvement of their quality of life.

## Tabla de Contenido

### Capítulo 1

1.1 Introducción	9
1.2 Planteamiento del Problema	12
1.3 Objetivos	14
1.3.1 Objetivo General	14
1.3.2 Objetivos Específicos	14
1.4 Justificación	15
1.5 Marco Teórico y Conceptual	16
1.5.1 Mercadeo Social	16
1.6 Metodología	22
1.6.1 Procedimientos	23
1.6.2 Recolección de Datos	23
1.6.2.1 Entrevista	25
1.6.2.2 Resultados Entrevista	27
1.6.3 Inmersión Inicial en el campo de trabajo	28
1.6.4 Análisis Trabajo de Campo y Población	30
1.6.5 Trabajo de Campo	37
1.6.6 Instituciones Vinculadas	38
1.6.7 Duración	38
1.6.8 Presupuesto	38
1.6.9 Cronograma de Actividades	39

### Capítulo 2: Taller de Diseño Artesanal

2.1 Diseño Artesanal	40
2.1.1 Artesanía	41
2.1.1.1 Características	42
2.1.1.2 Tipos de Artesanía	42
2.1.1.3 Ventajas	43
2.1.2 Artesanía desde el Diseño	45
2.1.2.1 Elementos del Diseño que Intervienen en el Desarrollo de un Producto Artesanal	46
2.1.2.2 Ítems Formales de un Producto Artesanal	49
2.2 Recuperación Técnicas Artesanales Tradicionales	50
2.2.1 Técnica 1: Tejido de Canastos	51
2.2.2 Técnica 2: Tejido de Iraca	56
2.2.3 Técnica 3: Tejido en Telar de Guanga	58
2.3 Proceso y Diseño de Colección	60

2.3.1 Producto	61
2.3.2 Bocetación	63
2.3.3 Desarrollo de Producto	65

### **Capítulo 3: Resultados**

3.1 Producto	68
3.1.1 Catálogo de Producto	69
3.2 Presentación de Resultados	77
3.3 Identidad	80
3.3.1 Brainstorming	81
3.3.2 Manual de Identidad Corporativa	83
3.4 Propuesta Publicitaria de Sensibilización	85
3.4.1 Características Desarrollo de Campaña	86

Conclusiones	93
Bibliografía	96



## **Lista de tablas**

Tabla 1. Técnicas de Recolección de Datos	24
Tabla 2. Presupuesto	38
Tabla 3. Cronograma	39

## Lista de figuras

Figura 1. Resultados Entrevista	27
Figura 2. Mapa de San Lorenzo	29
Figura 3. Reunión Presentación Proyecto a la Mesa Municipal de Mujeres	30
Figura 4. Grupo San Lorenzo	35
Figura 5. Grupo Santa Cecilia	35
Figura 6. Grupo El Carmen	35
Figura 7. Grupo Santa Cruz	35
Figura 8. Base en Cruz	51
Figura 9. Base en Estrella	51
Figura 10. Preparación Materia Prima	52
Figura 11. Proceso Tejido	52
Figura 12. Proceso Tejido	53
Figura 13. Proceso y Resultados Tejido Canastos	55
Figura 14. Proceso Tejido en Iraca	55
Figura 15. Proceso Tejido en Iraca	57
Figura 16. Proceso Tejido en Telar de Guanga	58
Figura 17. Componentes Telar de Guanga	59
Figura 18. Bocetación Artesanos	64
Figura 19. Seguimiento y Asesoramiento Proceso y Desarrollo de Productos	66
Figura 20. Seguimiento y Asesoramiento Proceso y Desarrollo de Productos	67
Figura 21. Catálogo de Productos	69
Figura 22. Certificación Artesanos	79
Figura 23. Muestra Artesanal	80
Figura 24. Resultados Taller y Muestra Artesanal	80
Figura 25. Muestra Artesanal	81
Figura 26. Referentes Imagen	83
Figura 27. Bocetación	83
Figura 29. Imagen Asociación Asloarte	84
Figura 26. Manual de Identidad Corporativa	85
Figura 27. Fotografía Campaña Publicitaria	

## **Capítulo 1**

### **1.1 Introducción**

El siguiente proyecto de grado modalidad pasantía aplica lo planteado en la teoría de mercadeo social corporativo a través de acciones de diseño y publicidad social, para trabajar con una comunidad vulnerable económica y socialmente. Este proyecto surge por la necesidad que existe en el municipio de San Lorenzo Nariño con el fin de generar recursos para apoyar a la comunidad; adquirir mayor reconocimiento y un posicionamiento efectivo en la región.

Colombia y los países en desarrollo en general carecen de modelos para abordar de manera integral y sostenible los problemas asociados al desarrollo social, al crecimiento demográfico y económico. Para ello, se estudia, diseña e implementa una estrategia de trabajo social, cultural y artístico que trascienda y promueva la construcción de una comunidad sostenible.

Esta estrategia se centra en la implementación de mecanismos que promuevan el fortalecimiento del capital económico de la comunidad artesana del municipio de San Lorenzo, a partir del empoderamiento, el apoyo y la orientación provenientes de diversos actores; esto con el fin de brindarle una mejor calidad de vida a este grupo social.

A partir de la apropiación de estos saberes ancestrales y técnicas de trabajo artesanal, la comunidad puede desarrollar el fortalecimiento de su capital social y fortalecer una estrategia de inserción en las economías locales para que no saturen los mercados

internos y para garantizar una fuente de ingresos que le permita a la comunidad tomar sus propias decisiones.

Con la capacitación y organización de este grupo social se busca crear una actividad económica que se nutra del trabajo desarrollado por los participantes, destinado para la ayuda de los integrantes del proyecto y sus familias. En la medida que se logre crear y optimizar una producción, se podrá desarrollar una estabilidad económica para superar las barreras de acceso a una vida digna.

La naturaleza participativa se da en la medida en que se promueve el compromiso de la comunidad en todas las etapas mediante instancias y procesos de participación, consulta y seguimiento; debidamente diseñados y legitimados. Por otro lado, su vinculación y participación activa, depende la evolución favorable de la comunidad frente al proyecto permitiendo crecer en infraestructura o equipamiento social.

La sostenibilidad se deriva del uso racional de recursos naturales involucrando conceptos de construcción sostenible y mediante el fortalecimiento de mecanismos de comercio, fortalecimiento a la microempresa y generación de ingresos; fortaleciendo el capital económico proveniente de los resultados que arroje el desarrollo de una línea productiva y además sea la principal fuente de ingreso y mantenimiento de sus participantes, familias y su comunidad.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

Los bajos ingresos económicos a causa de los problemas sociales existentes en la región, son variables que dificultan el acceso de las comunidades a una vida digna y limita el aprovechamiento y explotación de los recursos naturales por parte de la comunidad. El hambre y la desnutrición son dos situaciones frecuentes, especialmente entre los grupos poblacionales con mayor estado de vulnerabilidad social, económica y física: mujeres gestantes y lactantes y adultos mayores. El servicio de salud del municipio se presta a través de medicina general y no cuenta con servicios especializados, haciendo que la población deba desplazarse hasta la ciudad de Pasto para recibir los servicios médicos que necesitan. El problema de transporte es otra variable que afecta seriamente a la comunidad, dado gracias a los escasos recursos económicos y la imposibilidad de viaje.

Los niveles educativos en la población adulta y mayor son bajos y en la población joven, el nivel más alto es la educación media. Dentro de la lógica de los jóvenes, formarse y crear una carrera profesional no es una opción viable, dado que para ellos lo que prima es encontrar una forma de sustento económico para contribuir al sostenimiento de sus familias. La explotación de las habilidades o recursos que poseen las comunidades permite mejorar su calidad de vida y contribuye al desarrollo y crecimiento de estos grupos sociales. Con este proyecto se pretende hacer una recuperación de las técnicas artesanales del municipio, mediante apoyo, asesoramiento y capacitación que les permita conformar una organización social que contribuya a su crecimiento personal y al mejoramiento de su calidad de vida.

Las mujeres pertenecientes al área rural tienen mayores cargas de responsabilidad, ya que se les exige que cumplan con sus roles de manejo comunitario, productivo y reproductivo. El nivel de acceso y control a los recursos productivos y económicos es mínimo, indicando un bajo nivel de participación ciudadana. La mujer simboliza fuerza de trabajo y el derecho de ser madre y éste es el sector de la población que sufre con mayor intensidad los efectos de la violencia doméstica.

Por la falta de un ingreso económico para el sustento de sus familias, es necesaria la intervención directa de la Administración Municipal enfocada en mejorar la calidad de vida mediante la estimulación a la participación creativa e innovadora bajo un liderazgo y una sostenibilidad, a través del desarrollo de proyectos productivos que fomenten y propicien un empoderamiento que garantice su continuidad y sostenibilidad económica.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo General**

Potencializar y desarrollar en los participantes de la comunidad del municipio de San Lorenzo-Nariño competencias y conocimientos relacionados con actividades de manufactura, trabajo artesanal y emprendimiento, a través de capacitaciones en estos temas que les permita adaptarse al entorno, ser recursivos y autónomos en el logro de su sostenimiento personal y familiar por medio del desarrollo y trabajo.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar el entorno socioeconómico y cultural, capacidades, conocimientos y habilidades de los participantes, con el fin de poder orientarlas y apoyarlas en la formación y aprendizaje.
- Capacitar a los participantes del proyecto en las áreas de interés que se trabajarán para el desarrollo de los productos.
- Impulsar y mantener activa la muestra de productos a través de estrategias de campañas solidarias.

#### **1.4 Justificación**

La integración de la comunidad con la localidad donde reside es de suma importancia, dado que permite una mayor participación dentro de las actividades realizadas, logrando que tengan una formación y conciencia respecto a valores, hábitos, normas y costumbres. El crecimiento personal y la mejoría en su estabilidad económica son otras necesidades que buscan ser suplidas, ya que todo esto potenciará el hogar y así se podrá lograr el propósito de crear una comunidad estable, económica y social.

Para esto, son de suma importancia los proyectos que buscan dar una salida para cubrir las necesidades básicas a partir de nuevas fuentes de ingresos económicos, a través de la explotación de las habilidades que poseen los artesanos y que no han sido consideradas como una manera de sustento.

Finalmente se podrá contar con aspectos positivos cuando la comunidad vea y sienta la importancia de trabajar por un modelo de vida mejor.



## **1.5 Marco Teórico y conceptual.**

### **1.5.1 Mercadeo Social**

El mercadeo social en este caso genera un cambio social que incluye el diseño, la puesta en práctica y el control de programas orientados a aumentar la aceptación de una idea o práctica social en uno o más grupos de adoptantes objetivos. Para María Zambrana (2012)<sup>1</sup> el Mercadeo Social *“trata de ser una herramienta que no busca un beneficio económico, sino un beneficio social de informar, persuadir y cambiar conductas que atentan contra el ser humano y el medio ambiente”* (2p), y a su vez intentar con el apoyo de la comunidad que la continuidad de las nuevas conductas.

Los primeros en idealizar este concepto son Philip Kotler y Gerard Zaltman en 1971, quienes lo presentan como: *“el proceso de creación, implementación y control de programas implementados para influir en la aceptabilidad de las ideas sociales, que encierra consideraciones relativas a la planificación del producto (cliente), costo, comunicación, conveniencia e investigación de marketing”* (Kotler, P; Zaltman, G. 1971.

En: Guiliani, A; et al. 2012)<sup>2</sup>.

Encontrando determinados problemas sociales, convenciendo a las comunidades a involucrase en los diferentes proyectos que permitan transformaciones y que tengan como

---

<sup>1</sup> Zambrano, Maria Jesus. 2012. Marketing Social Aplicación Práctica. Editorial IEPALA y Librería “Tercer Mundo”

<sup>2</sup> Guiliani, Antonio Carlos; et al. 2012. El Marketing Social, el marketing relacionado con causas sociales y la responsabilidad social empresarial el caso del supermercado pão de açúcar, de Brasil. Invenio, vol. 15, núm. 29, Universidad del Centro Educativo Latinoamericano. Rosario, Argentina pp. 11-27

finalidad cambiar la realidad del determinado grupo social. Al aplicar técnicas propias de mercadeo y marketing para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados, se logra influir en el comportamiento voluntario de la audiencia.

Se retoma el estudio del Mercadeo Tradicional analizando el contexto de los individuos para aplicarlo en un marco social, en donde lo que prima no es una acción comercial, sino establecer un mecanismo subsistencia para un grupo social.

El elemento más importante es el *producto social*, que en este caso sean las diferentes artesanías diseñadas por los habitantes de San Lorenzo, rescatando tejidos y artefactos propios del territorio, que serán las transmisoras del mensaje.

Comprometerse con el hecho de que estas técnicas de gestión estén redirigidas a un aspecto de mejoramiento de calidad de vida para la sociedad, aumenta la iniciativa participativa. El mercadeo Social pretende generar cambios comportamentales en cuanto a lo que se quiere ofrecer a una comunidad en general y simultáneamente, ver al mercadeo como una posibilidad de ayudar sin ningún interés.

La planificación y desarrollo de una campaña de mercadeo social requiere de un proceso en el que se debe incluir diversos factores como el contexto poblacional que rodea a esta comunidad y encontrar las causas que genera el empobrecimiento y por medio de qué acciones se puede intervenir para apoyar en el mejoramiento de su calidad de vida. Partiendo de este problema, la previa investigación antes de decidir que producto sacar al

mercado es fundamental para evitar problemáticas sociales en la región y además, se quiere que la investigación motivacional sea indispensable para encontrar las necesidades, analizar y estudiar a esta comunidad y definir cuál es el trabajo más idóneo a desarrollar, el cual encaje en su vida cotidiana como un elemento que integre de forma natural el desarrollo de su vida personal y/ o profesional.

En una población rural se evidencia la carencia de compromiso, trabajo y preparación. Por esta razón, se puede considerar que el mercadeo y el diseño, desde una perspectiva social, deben actuar de manera objetivo en puntos clave como el mensaje, en el producto reforzando e interviniendo en sus formas de trabajo que pueden mejorarse para obtener resultados óptimos. Las personas tendrán una predisposición favorable y desfavorable hacia el proyecto, lo cual supone una evaluación y valoración continua de todo el proceso, conociendo el comportamiento de los participantes. El comportamiento es un factor de la personalidad del individuo, compuesto por tres elementos: cognitivo, afectivo y conductual. Actuar sobre un factor tan íntimo y personal del individuo como es su pensamiento propio es una tarea difícil para un diseñador, ya que hay que tener un mayor conocimiento del público a través de la investigación y el recurso de estrategias persuasivas cada vez más llamativas, originales y competitivamente diferenciales. El emisor de la campaña trata de convencer al destinatario de su mensaje, intencionado e interesado, para que inicie el proceso y trabaje en el desarrollo de este a través de la apropiación de los conocimientos brindados en este proceso, lo incorpore a su estilo de vida y fidelice con el mismo. Esta dimensión pragmática de la publicidad la convierte en

un instrumento al servicio de los intereses del participante. La consecución de los objetivos comunicativos dependerá de muchos factores como la notoriedad del producto, la creatividad de la idea y la calidad. También será muy importante la estrategia de medios elegida para llegar al público objetivo e impactar en el momento en que contacte con el soporte en cuestión, rentabilizando al máximo el trabajo del participante. La publicidad tiene una mayor responsabilidad social, pero de igual manera, el objetivo principal es influir en el comportamiento del posible consumidor; una meta en la que se quiere que el beneficio sea mutuo tanto para el consumidor al obtener un producto único como para el participante del proyecto, para quien será reconfortante obtener un beneficio por el trabajo hecho por este.

La publicidad ha sido desarrollada por el sector privado y público, pero desde hace casi cuatro décadas se ha incorporado el llamado “Tercer Sector”, al que se adscriben organizaciones no gubernamentales y/ o sin ánimo de lucro, cuya labor principal se centra en proporcionar ayuda económica, humana, técnica o de otra naturaleza a determinados colectivos sociales, en quienes se revierten los beneficios obtenidos por el desarrollo de su actividad. Dichas asociaciones suelen emprender campañas de comunicación compitiendo directamente con las comerciales y aunque en ambos casos se apela al bolsillo del consumidor, en las organizaciones del Tercer Sector, los beneficios no son tangibles ni repercuten directamente en el receptor; sí en su conciencia y bienestar emocional. Así, la publicidad social necesita posicionarse entre los miles de productos, servicios, instituciones

o campañas gubernamentales, utilizando las mismas técnicas de mercado y de comunicación para poder competir con la creatividad de sus campañas, la notoriedad de sus marcas, la planificación de medios y la asignación de presupuestos.

En cuanto al concepto en sí, se puede hablar de un gran avance desde que en los años 70, en Estados Unidos, Kotler y Zaltman (1971)<sup>3</sup> empezaron a utilizar por primera vez el término de marketing social.

Actualmente y conociendo el fracaso de algunas organizaciones no gubernamentales importantes, muchas de ellas han comprendido que para sobrevivir en un entorno mediático tan competitivo, han de gestionar su comunicación de igual manera que lo hace una empresa privada con fines comerciales (Brochand y Lendrevie, 1993)<sup>4</sup>, es decir, identificando el problema social concreto con el que se enfrentan, delimitando al público objetivo a quien van a dirigir sus mensajes, analizando la competencia tanto directa como indirecta, planificando estratégicamente todas sus acciones y administrando sus recursos de forma que seleccionen los medios y suministros de trabajo más rentables y eficaces. Cabe recordar también un elemento muy importante y es que estas asociaciones deberían considerar el llamado “posicionamiento comunicativo” (Ries y Trout, 1989)<sup>5</sup> o el lugar destacado que ocupa un producto o marca en la mente del consumidor; un concepto basado en los valores que la entidad transmite, en su propia función social y, sobre todo, en

---

<sup>3</sup> Kotler, P. & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35, 3-12.

<sup>4</sup> Brochand, B. & Lendrevie, J. (1993). *Le Publicitor*, 4ème ed. Paris: Dalloz.

<sup>5</sup> Ries, A. y Trout, J. (1989). *Posicionamiento*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana.

la diferenciación con el resto de sus competidores. Así mismo, el enfoque de este trabajo demanda acotar el análisis del diseño como agente interventor en un problema social dirigido a la integración de nuevos artesanos al ámbito creativo actual, la cual, según Joannis (1996)<sup>6</sup>, ésta formada por dos componentes que colaboran en la consecución de los objetivos comunicativos fijados para la campaña: el contenido o fondo del mensaje y la forma de organizar o estructurar dicho contenido a través de los formatos publicitarios y creativos.

## **1.6 Metodología**

El proyecto se realizará a través de una metodología de investigación participativa, entendida esta como un enfoque social, caracterizado por buscar la plena participación de la comunidad; en este caso a través de la *Mesa Municipal de Mujeres*, organización

---

<sup>6</sup> Joannis, H. (1996). La creación publicitaria desde la estrategia de marketing. Bilbao: Deusto.

conformada en su gran mayoría por mujeres cabezas de hogar de escasos recursos. Está coordinada por la oficina de Desarrollo Comunitario, quien vela por estas personas y diferentes grupos sociales liderando diferentes proyectos a favor de esta comunidad y que permitirá trabajar y desarrollar con mayor eficacia la recolección, análisis, y ejecución del proyecto, con el fin de promover su conocimiento y transformación sostenible en beneficio del ambiente en el cual esta se encuentra inmersa.

La investigación acción es el método en el que el investigador tiene un doble rol: participar e investigar. En su acción combina el conocimiento teórico y el conocimiento de un contexto determinado (práctica). La investigación y acción participativa, la teoría y el proceso de conocimiento son esencialmente una interacción y transformación recíproca de la concepción del mundo, del ser humano y, por ende, de la realidad.

Con la investigación se reunirán los datos y características esenciales para la ejecución del proyecto:

- Problemática surgida por los mismos actores y espacio en el que se encuentran.
- Falta de conciencia y aspiración a una vida mejor.
- Identificación de habilidades de manufactura para la producción de trabajo artesanal.

### **1.6.1 Procedimientos:**

El desarrollo de la investigación se llevará a cabo en cuatro momentos:

**Momento No. 1.** Recolección de la información de forma indagatoria de tipo

contextual.

**Momento No. 2.** Interpretación y análisis de la información.

**Momento No. 3.** Trabajo de Campo (Taller en Diseño como resultado del análisis de la información encontrada.

**Momento No. 4.** Resultado Trabajo de Campo (Propuestas de diseño y artesanía)

### 1.6.2 Recolección de datos:

La recolección de datos implica dos etapas: inmersión inicial en el campo y recolección de los datos para el análisis.

<b>TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b>		
<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>	<b>CONTENIDO</b>



Entrevista Estructurada	Cuestionario	Preguntas abiertas. Estructurada. Semiestructurada.
Observación	Cuestionario	Escrita, correo, correo electrónico, teléfono, fax.
	Bitácora	Directa. Registro sonoro y audiovisual.
Análisis de documentos	Informe descriptivo	Medios impresos, fotos, grabaciones de audio y video. Internet.

*Tabla 1 Técnicas de Recolección de Datos*

Para esta recopilación de información se aplicarán técnicas como la observación directa, la entrevista no estructurada y el cuestionario tipo encuesta con pregunta abierta.

### **1.6.2.1 ENTREVISTA:**

Se presenta las siguientes preguntas de manera que permita conocer las habilidades y trabajo en el campo artesanal que existan en esta comunidad.

1. ¿Posee habilidades artísticas o de trabajo artesanal? Si o No, si es afirmativa cuales son: \_\_\_\_\_

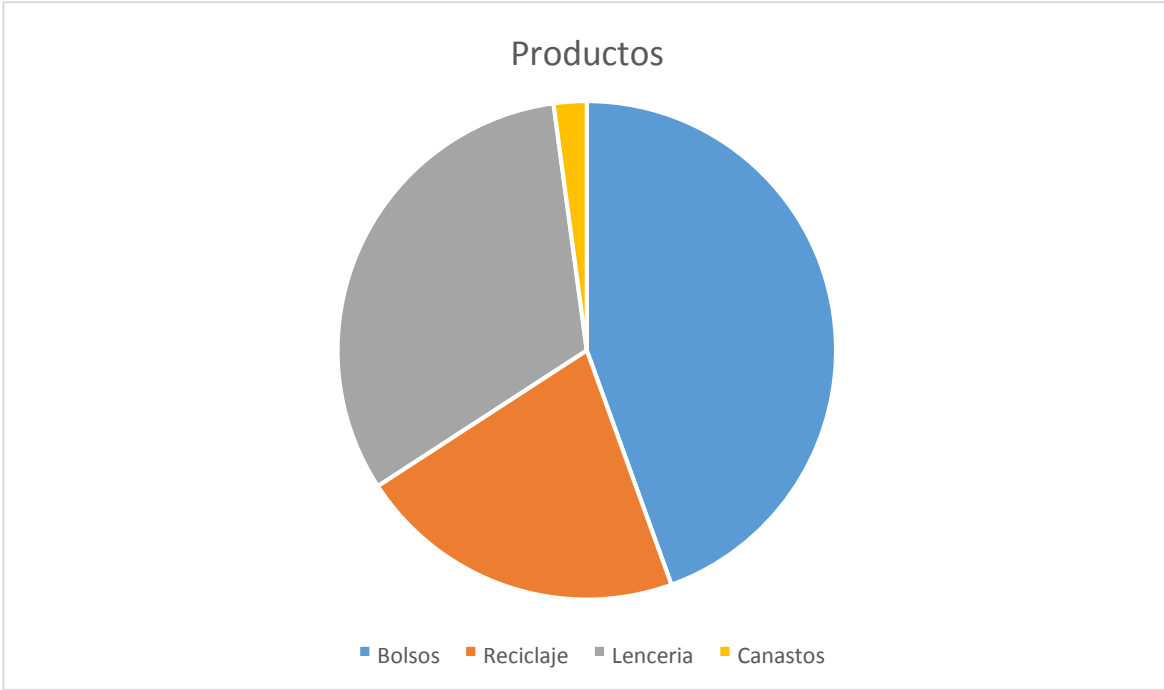
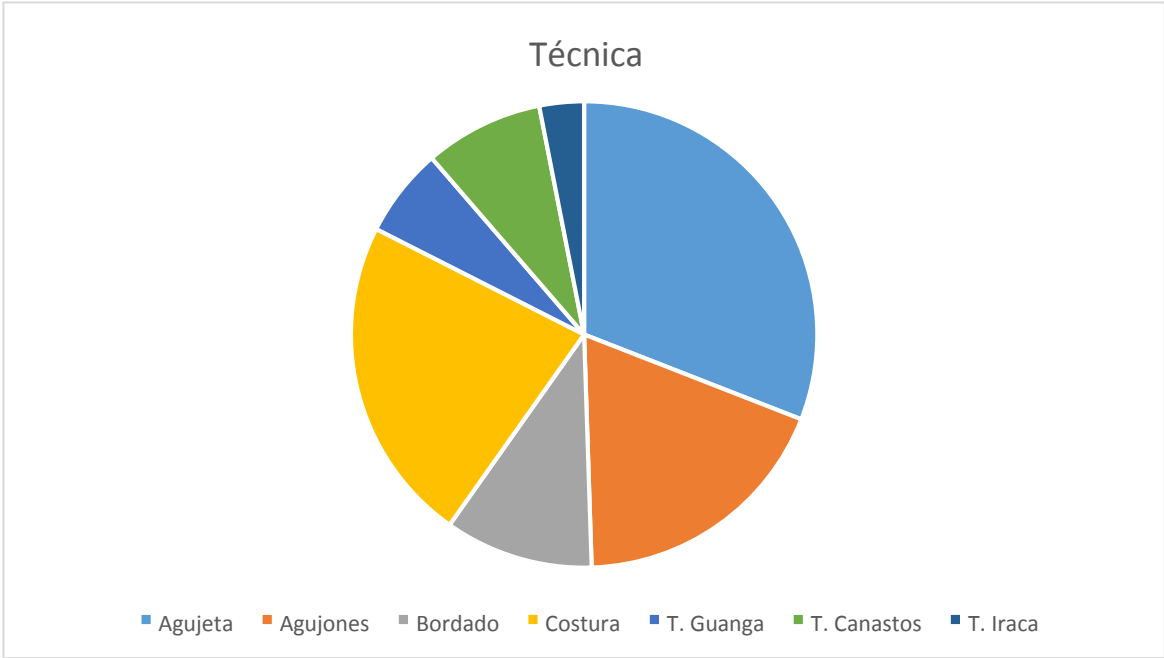
2. ¿Qué productos ha desarrollado?  
\_\_\_\_\_ 3.

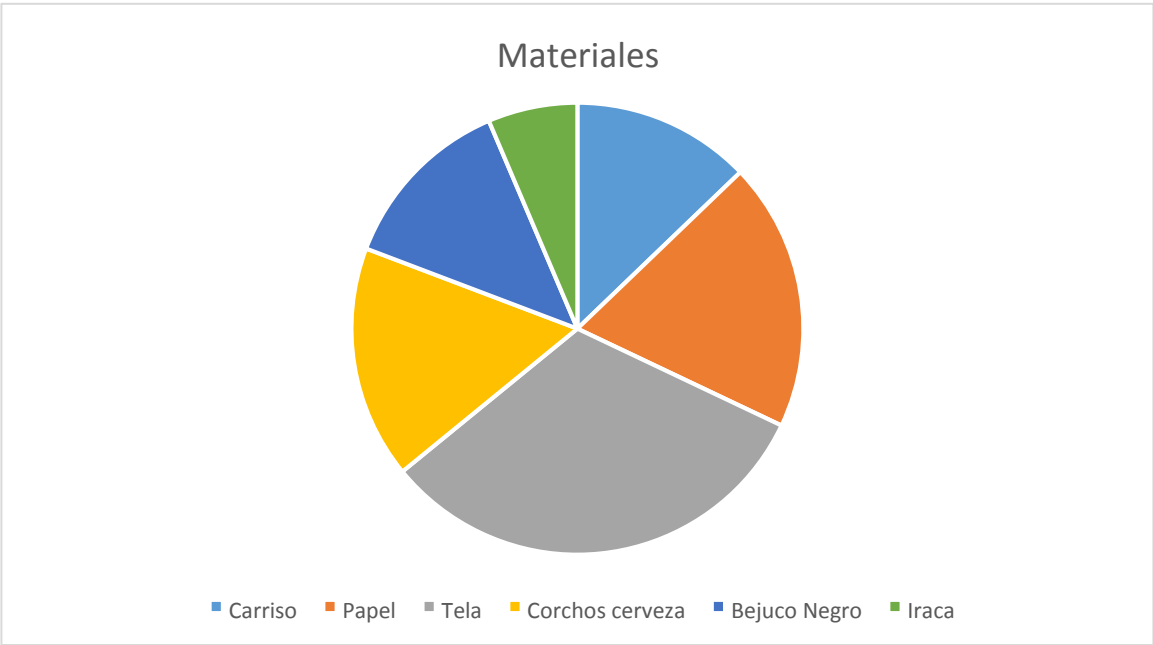
¿Qué materiales utiliza en sus trabajos o productos?  
\_\_\_\_\_

4. ¿Dentro del trabajo artesanal que técnicas conoce y cuales otra le gustaría aprender?  
\_\_\_\_\_

5. ¿Qué expectativas tiene de este proyecto?  
\_\_\_\_\_

**1.6.2.2 Resultados Entrevista**





*Ilustración 1 Resultados Entrevista*

### **1.6.3 Inmersión inicial en el campo de trabajo:**

En esta fase de investigación se determinará un ambiente o contexto que permita obtener la información. El lugar en el cuál se trabajará será el municipio de San Lorenzo – Nariño.

En el actual plan de desarrollo municipal el municipio de San Lorenzo, “se encuentra localizado en el nororiente del Departamento de Nariño, a 64 kilómetros al Norte de la ciudad de San Juan de Pasto. Ubicado en la zona andina del Macizo colombiano..., El municipio se encuentra conformado por ocho corregimientos: El Especial, El Carmen, Santa Cecilia, Santa Marta, San Gerardo, Santa Cruz, San Rafael y Dalmacia” ...

El municipio está delimitado por:

- Norte: Municipio de Mercaderes – Departamento del Cauca, con el río Mayo como límite natural
- Sur: Municipio de Chachagui y Buesaco
- Oriente: Municipios de La Unión, San Pedro de Cartago y Arboleda.
- Occidente: Municipios de Taminango y Chachagui...



Ilustración 2 Mapa Municipio de San Lorenzo

El número total poblacional se tiene según “las proyecciones del Censo DANE 2005 para el año 2015, cuya población estimada es de 19.849 habitantes, de las cuales 10.605 son hombres y 9.244 son mujeres”.<sup>7</sup>

A través de la observación directa se puede obtener un seguimiento real de la situación actual de la comunidad; además de conocer los diversos comportamientos, habilidades, conocimientos, talentos que sean óptimos para el proyecto.

Se inició conociendo el lugar y contexto en el que viven estas personas, su situación actual y los diferentes problemas y trabajos que atraviesan a diario para sobrellevar su vida.

---

<sup>7</sup> Alcaldía Municipal San Lorenzo (2016 – 2019), *Acuerdo Plan de Desarrollo. San Lorenzo, Nariño*

Se encontraron diferentes casos de mujeres solteras cabezas de hogar, viudas y discapacitadas con difíciles condiciones de vida, pero con distintas habilidades creativas que no han sido explotadas ni trabajadas de la manera correcta y los pocos productos que han desarrollado no cumplen con las características propias de un producto para ser comercializado.

En esta etapa, a pesar, de los diferentes puntos negativos existentes, también se rescatan factores importantes como es la creatividad que poseen estas personas, las diferentes técnicas que poseen como tejido en agujones y agujeta, tejido en telar, bordado, entre otros, que siendo trabajados y pulidos permitirán obtener resultados favorables con los productos finales que se obtendrán en este proceso.



*Ilustración 3 Reunión de presentación proyecto a la Mesa Municipal de Mujeres.*

#### **1.6.4 Análisis Contexto Trabajo de Campo y Población**

En el proceso de conocer a los participantes del taller mediante las entrevistas, en la observación de estos como tal, se evidencia un problema de identidad al conocer los productos y, además, las expresiones de diseño son escasas. Observar a estas mujeres

trabajar permitió conocer a fondo las diferentes necesidades y puntos importantes que deben trabajarse, como también encontrar las diferentes técnicas y saberes como son los diferentes tejidos en crochet, bordado, tejido en telar, pintura, trabajo de reciclaje y uso de fibras naturales como el bejuco, el carrizo, la guadua y la iraca para la elaboración de los diferentes productos y técnicas para la pintura y teñido de estas a través de semillas y hojas naturales como el nogal, utilizado para teñir y dar el color café y con el pino se puede obtener el color amarillo; a parte de estas fibras naturales, también se encontró trabajo en diferentes hilos como el guajiro, el perlé y trabajo en lana.

Entre los productos que los participantes han desarrollado en su gran mayoría se encuentran bolsos o tulas sencillas como el modelo de bolso wayuu, bolsas y sombreros hechos con hilo y corchos de cerveza, tulas elaboradas en fique, bolsos y jarrones hechos en la técnica de papel mache y reciclaje de botellas; con las fibras naturales se encuentran algunas propuestas de canastos. La técnica encontrada en la elaboración de canastos es muy importante que la conozcan algunos de los participantes porque hace parte de las técnicas tradicionales de esta región y una de las intenciones en este proyecto es rescatar estos saberes ancestrales artesanales que muchos años atrás fueron el sustento de muchas familias y con la llegada de la industrialización, este medio de trabajo se vio afectado, generando una disminución hasta casi terminarse.

Las expectativas que los participantes tienen hacia este proyecto están enfocadas en mejorar sus condiciones de vida y que este proyecto se convierta en su forma de sustento y trabajo permanente ya que, en el municipio de San Lorenzo, las condiciones de vida son



precarias al no existir una fuente de trabajo alternativo al campo. Por esta razón, el deseo de aprender y de mejorar sus capacidades en este trabajo reforzando los conocimientos que ya poseen en tejido y aprender de las técnicas tradicionales de la región como es el tejido para elaborar canastos, el tejido en iraca para elaboración de sombreros, el tejido en guanga o telar y el trabajo manual del fique es bastante importante.

En este proyecto se encuentra la importancia de aquel trabajo ancestral, un trabajo hecho a mano, algo que se distinguirá por ser una pieza única. Hay que recordar estos valores y la importancia de apoyar a la comunidad en rescatar tiempos pasados, hábitos más saludables y mejor calidad de vida en comparación a la realidad que enfrentamos. A través de este medio, se puede iniciar una concientización de nuestro mundo y nuestra vida. Aquí se evidencia también que se debe realizar un replanteamiento en el tema de competitividad y el mejoramiento de los procesos productivos y de diseño a partir de un trabajo de sensibilización en diseño y estética, respetando los saberes y tradiciones artesanales que permitirán encontrar la identidad de la comunidad y como plasmarla en el diseño, obteniendo así un producto que cumpla con las necesidades actuales.

Trabajar el diseño y la artesanía para que se conjuguen y en el resultado se obtenga un producto que resalte los valores y trabajo ancestral siendo a la vez actual al mercado y público.

Del total de integrantes con el que cuenta la mesa municipal de mujeres, se focalizaron las mujeres que tuvieran estas habilidades y destrezas en el campo artesanal

para iniciar con ellas los talleres de diseño artesanal. Se establecieron cuatro grupos en diferentes corregimientos del municipio:

□ **Grupo 1: San Lorenzo**

El grupo está compuesto por integrantes de la Cabecera Municipal del municipio, veredas cercanas como Armenia, Bellavista y el Mirador, más participantes del corregimiento de San Rafael. Se cuenta con un total de 15 personas en el grupo, el aporte de este grupo fue importante al contar con 2 personas que conocían y manejaban la técnica de *guanga* y compartieron con los demás grupos sus conocimientos.

□ **Grupo 2: Santa Cecilia**

Este grupo está compuesto por habitantes del corregimiento de Santa Cecilia y algunas mujeres de la vereda El Guabo, esta vereda pertenece al corregimiento de San Gerardo, al encontrar muy pocas personas con habilidades de trabajo manual se adhieren al grupo de Santa Cecilia por la cercanía que tenían a este contando con un total de 20 personas para este grupo. El aporte que realizaron de este grupo fue el tejido en Iraca, una de las participantes de este grupo conocía el proceso de trabajo de este tejido y lo compartió con los demás grupos igualmente.

### □ **Grupo 3: El Carmen**

Compuesto por personas del corregimiento de El Carmen, con un total de 20 participantes, un grupo que se destacó por tener un mayor nivel de trabajo artesanal, mantienen vivo el oficio del trabajo en canastos, ayudando en el proceso de manera positiva al asimilar mejor los conocimientos enseñados y transformándolos en buenos resultados, conocían igualmente la técnica de tejido en iraca, facilitando las cosas en el proceso de enseñanza y práctica.

### □ **Grupo 4: Santa Cruz**

El trabajo realizado en este grupo fue diferente a los demás ya que las mujeres participantes no conocían ningún tipo de trabajo manual, había que empezar desde cero el proceso de enseñanza a diferencia de los otros tres grupos que ya contaban con habilidades de trabajo. Se contó para este grupo con 20 mujeres con las que se inició el proceso enseñándoles tejidos básicos con agujeta, agujones y bordado de los que no se obtuvo resultado positivo, igualmente se hizo el ejercicio con la técnica para canastos y surgió el mismo problema, no aprendían las cosas, al ver este gran problema en conjunto con las participantes se decidió terminar con el proceso porque se dieron cuenta estas personas que no poseían habilidades para este tipo de trabajo.



*Ilustración 4 Grupo San Lorenzo*



*Ilustración 5 Grupo Santa Cecilia*



*Ilustración 6 Grupo El Carmen*



*Ilustración 7 Grupo Santa Cruz*

En el desarrollo de los talleres en los diferentes grupos, se encontraron falencias muy similares, como la falta de trabajo en los acabados del producto, el grado de innovación nulo y la falta de conocimiento sobre el proceso de diseño y el significado de copia o plagio. Existe un buen trabajo, pero debe realizarse una reprogramación de su manera de pensar y trabajar. Se debe enseñar el proceso de diseñar para salir de su zona de confort y empezar a crear nuevas piezas, saliendo de los paradigmas ya establecidos y pensar en sus propios productos.

De esta manera se inicia el trabajo con este grupo social encontrando en ellos buenas técnicas de trabajo, grandes habilidades y capacidades que deben guiarse y

tecnificarse para obtener resultados favorables para esta comunidad a través de un buen resultado en los nuevos productos que se obtendrán de este taller.

Al concluir la intervención en la técnica y metodología hacia el trabajo artesanal, se continuó con la enseñanza de los conocimientos base sobre el diseño y producto artesanal, para de esta manera entender mejor y claramente el objetivo final de este proyecto y como continuará la forma de trabajo para ellos y al aprender las técnicas tradicionales. Esto permitirá que ellos puedan concluir con el proceso final que será el de diseñar y crear sus piezas y diseños propios. Los resultados que se presentarán, serán expuestos al final de este taller mediante una feria artesanal abierta a toda la comunidad de este municipio y podrán comercializarse y darse a conocer.

#### **1.6.5 Trabajo de Campo:**

**Momento No. 1:** Desarrollo de talleres creativos, que, con apoyo de los primeros artesanos de la región, se estarán transmitiendo y perfeccionando las técnicas de diseño y manufactura típicas del municipio.

**Momento No. 2:** Desarrollo del producto. Aplicando todo lo aprendido durante los talleres, desarrollaran una pequeña línea de productos.

**Momento No. 3:** Exposición ante el público de los productos desarrollados y evaluación final de los mismo para viabilidad de comercialización.

Mediante el trabajo que se realice con el grupo poblacional, se obtendrá una serie de resultados que permitan la organización y una nueva alternativa de trabajo.

- Al finalizar la etapa de capacitación se espera obtener una línea de objetos (4-5) por participante, el trabajo cubrirá distintas áreas de mercado como hogar, cocina, decoración, iluminación, mobiliario, moda.
- Organización y conformación de estas personas como unidad productiva.
- Creación de imagen e identidad de la unidad productiva y su portafolio de productos y servicios.

#### **1.6.6 Instituciones Vinculadas**

Alcaldía Municipal San Lorenzo – Nariño

#### **1.6.7 Duración**

**Tiempo:** Seis (6) Meses

## 1.6.8 Presupuesto

**\$ 10.000. 000.00**

1. PERSONAL CIENTIFICO										
				Fuentes de financiación						
Nombres y Apellidos	Tipo de Contrato	Valor día (\$)	No días	Programa	Entidades externas	Total:				
Jonathan Ojeda	Investigador	\$ 23.000	90	Diseño Industrial	Alcaldía	\$ 2.070.000				
2. PERSONAL DE APOYO										
				Fuentes de financiación						
Nombres y Apellidos	Tipo de Contrato	Valor día (\$)	No Días	Viaticos		Entidades externas	Subtotal			
Capacitador 1	transición	\$ 25.000	4	10.000			\$ 140.000			
Capacitador 2	transición	\$ 20.000	2	0			\$ 40.000			
Capacitador 3	transición	\$ 25.000	2	5.000			\$ 60.000			
						<b>Total:</b>	<b>\$ 240.000</b>			
3. Trabajo de Campo										
Fuente de Financiamiento										
Descripción	Justificación	No personas	Costo/ día refrigerio	# Días	Costo total refrigerio	Transporte capacitador (ida y vuelta x	Costo total transporte	Subtotal		
Taller para los artesanos del Corregimiento El Carmen	Se realizara un (1) taller semanal durante seis (6) semanas, en el que se capacitara a los artesanos en <del>diseño, desarrollo de productos, mejoramiento de</del>	20	\$ 1.000	16	\$ 320.000	\$ 50.000	\$ 800.000	\$ 1.120.000		
Taller para los artesanos del Corregimiento San Lorenzo	Se realizara un (1) taller semanal durante seis (6) semanas, en el que se capacitara a los artesanos en <del>diseño, desarrollo de productos, mejoramiento de</del>	15	\$ 1.000	16	\$ 240.000	\$ 0.00	\$ 0	\$ 240.000		
Taller para los artesanos del Corregimiento Santa Cecilia	Se realizara un (1) taller semanal durante seis (6) semanas, en el que se capacitara a los artesanos en <del>diseño, desarrollo de productos, mejoramiento de</del>	20	\$ 1.000	16	\$ 320.000	\$ 30.000	\$ 480.000	\$ 800.000		
Taller para los artesanos del Corregimiento Santa Cruz	Se realizara un (1) taller semanal durante seis (6) semanas, en el que se capacitara a los artesanos en <del>diseño, desarrollo de productos, mejoramiento de</del>	15	\$ 1.000	6	\$ 90.000	\$ 20.000	\$ 120.000	\$ 210.000		
					<b>TOTAL REFRIGERIO</b>	<b>\$ 970.000</b>	<b>T TRANSPORT</b>	<b>\$ 1.400.000</b>		
							<b>Total:</b>	<b>\$ 2.370.000</b>		
4. Materiales e insumos y equipos										
Fuentes de Financiación										
Descripción	Cant.					Valor	SUB -TOTAL			
Equipo de Computacion	1					\$ 0	\$ 0			
Cámara Fotográfica	1						\$ 0			
Impresora	N/A					\$ 0	\$ 0			
Papelería	N/A					\$ 0	\$ 0			
Insumos Taller	4					\$ 1.338.725,00	5.354.900			
						<b>Total</b>	<b>\$ 5.354.900</b>			

PRESUPUESTO GENERAL	
Rubros	Valores total
Personas Cientificas	\$ 2.070.000
Personal de apoyo	\$ 240.000
Trabajo de Campo	\$ 2.370.000
Materiales y equipos	\$ 5.354.900
Sub-Total	\$ 10.034.900
Retención	\$ 1.003.490
<b>Total:</b>	<b>9.031.410</b>

Tabla 2 Presupuesto

### 1.6.9 Cronograma

	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6			
SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
ACTIVIDADES																								
Diagnóstico de la información	x	x	x																					
Planeación estrategias comunicación interna y externa			x	x	x																			
Diseño de medios						x	x	x																
Impresión, distribución y publicación de medios										x	x													
Evaluación de impacto											x	x												
Ajuste de propuesta													x	x	x									
Implementación 2 etapa de la propuesta																x	x	x						
Elaboración informe final																			x	x	x			
Presentación final																						x	x	x

Tabla 3 Cronograma



## Capítulo 2

### Taller Diseño Artesanal

#### 2.1 Diseño Artesanal

El diseño artesanal es algo que lleva mucho tiempo trabajándose, surgiendo como un oficio y no como una profesión. Si bien es cierto que por su antigüedad y en la aparición de la producción industrial absorbió los mercados de manera masiva, también ocasionó la disminución de este quehacer y en esta población, ya no está contemplada como una forma de trabajo. El trabajo social que se puede abordar desde el diseño enfocado hacia el trabajo artesanal puede generar una oportunidad de recuperación del oficio, el generar un ingreso y sustento y para esto, se trabajará con el grupo poblacional en 3 fases teórico-prácticas: Artesanía y Diseño, en la que se abordarán conceptos y pautas para el desarrollo del taller brindando una nueva perspectiva del trabajo que se puede realizar con los saberes que poseen, pero no han sido explorados desde el diseño.

En segunda instancia se abordará la recuperación de técnicas artesanales tradicionales perdidas de esta región y que igualmente, pueden tener una intervención desde el diseño.

Para completar el proceso de trabajo con este grupo, estarán el diseño y el desarrollo de las propuestas como resultado de la nueva metodología conceptual y de trabajo, después de haber entendido conceptos, características, diferencias, ventajas y

demás factores como la cultura e identidad, factores que deben estar plasmados en el resultado final.

Para el desarrollo de esta fase del proyecto, se trabajará con algunos conceptos que se aplicarán en el pensamiento metodológico y de trabajo de los participantes, los cuales les brindarán las herramientas para una mayor comprensión del proceso de trabajo que debe ser aplicado para el desarrollo de un producto.

### **2.1.1 Artesanía**

Según el blog web *Artesanos, Manos a la Obra* las artesanías “son objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la identidad, y deben conservar técnicas de trabajo tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región”.<sup>8</sup>

#### **2.1.1.1 Características**

- La originalidad del diseño: cada pieza debe ser particular del artesano y la misma debe identificarlo.
- El artesano debe tener oficio, habilidades para manejar las herramientas y los materiales de su rubro en particular.

---

<sup>8</sup> *Artesanos, Manos a la Obra* <https://eet651produccionartesanalm.wordpress.com/definicion-yconceptos-de-artesantias/>

- Debe tener una producción no repetitiva, las series deben de ser pequeñas y personales.
- Debe transformar el material que labora en objeto de su creación partiendo de materias primas naturales o producto de la industria.
- Cada pieza debe ser funcional, y ser útil al fin y/o función para la cual ha sido creada.

### **2.1.1.2 Tipos de Artesanías**

Dependiendo de la región y cultura, el trabajo artesanal es muy diverso y por esto existe una clasificación:

- Artesanía tradicional
- Artesanía autóctona aborígen
- Artesanía de proyección aborígen
- Artesanía típica folclórica
- Artesanía urbana
- Artesanía suntuaria

De las mencionadas anteriormente se enfatizará en el trabajo de 2 áreas de la artesanía, tradicional y de proyección aborígen, ya que el trabajo de esta comunidad presenta las características de este tipo de artesanías.

En la **Artesanía Tradicional** se resalta la utilización de materias primas de la región y herramientas rudimentarias creadas por estos artesanos. Esto representa las raíces culturales de su región y sus saberes ancestrales. Este tipo de artesanía se caracteriza por que sus productos son en su mayoría decorativos.

Finalmente, la **Artesanía de Proyección Aborigen** establece un vínculo con el oficio y la identidad de origen, pero permite trabajar en su evolución e innovar en las propuestas y procesos.

### **2.1.1.3 Ventajas**

El producto artesanal y su oficio presentan ventajas frente al trabajo de manufactura industrial y son cualidades que merecen atención y valor siendo un trabajo hecho a mano.

#### **□ Fortalece la economía local**

Generar estabilidad económica para el artesano mediante la comercialización de sus productos; esto permite el fortalecimiento de la economía local y el crecimiento empresarial para esta región.

#### **□ Diseño sustentable**

Los procesos de trabajo en la elaboración de las piezas son manuales en su mayoría y no requieren de energía eléctrica. En las materias primas prevalecen las fibras naturales que están presentes en las zonas montañosas por ser especies que favorecen en la producción de agua; al aumentar la producción requiere un mayor consumo de estas fibras que bajo un control de cultivo y reforestación, aportan al sustento de los artesanos como materia prima y al medio ambiente.

### **□ Diseños irrepetibles**

El ser productos hechos a mano brindan a estos un sello característico de exclusividad al ser una pieza irrepetible. En estos se representa al artesano creador de cada pieza.

### **□ Promoción de identidad**

El diseño presente en cada pieza hablará del artesano que lo crea, su comunidad y cultura. A través de estas piezas, el público puede conocer esta región, sus valores y costumbres.

### **□ Creatividad**

Explorando los saberes creativos de los artesanos dirigidos desde una perspectiva de diseño, se genera un enriquecimiento para los productos y los artesanos al involucrar en el proceso de trabajo estos conocimientos con mayor creatividad y libertad de expresión.

## **2.1.2 Artesanía desde el Diseño**

Con el surgimiento de la industrialización, las producciones masivas que cubren un macro mercado global afectan directamente a este tipo de poblaciones. Esta industria termina imponiendo sus productos y modo de vida, supliendo gustos y necesidades, pero acabando con el trabajo de pequeñas comunidades a las que son ignoradas en el mercado global. Siendo esta la consecuencia directa para el deterioro del oficio artesanal, cabe resaltar que presentan una desventaja respecto al producto artesanal debido a que el

producto industrial no tiene el valor de ser un producto que representa la identidad cultural de una comunidad, contribuyendo entonces el producto industrial al deterioro del valor cultural mundial.

Siendo así la dinámica, recuperar el trabajo artesanal como forma para salvaguardar el sentido cultural y de identidad en las personas, sensibilizar y despertar conciencia en el apoyo de su comunidad, hace que se suplan las necesidades y gustos en mercados más exclusivos. Encontrar en este trabajo la importancia del valor que representa la artesanía y que puede trabajar en conjunto con el diseño, conservando su identidad, procesos, materiales y pensando en nuevos mercados el desarrollo de nuevas piezas, oportunidad para la exploración y renovación de un oficio tradicional.

El diseño se caracteriza por aportar exclusividad a un producto, pensando en clientes más específicos. Crear una línea de conexión entre el diseño y la artesanía es muy posible ya que permite al diseño ofrecer productos más cercanos a nuestra realidad actual, que ofrezcan mayor certeza lo que el mercado espera encontrar, objetividad en los productos, ser más contemporáneo y acorde a la diversidad de culturas y pensamientos.

Es así como una colaboración entre artesanía y diseño es coherente y será una colaboración en donde se compartirán los aportes:

- El artesano en su dominio del oficio puede hacer uso de él aplicándolo libremente dando como resultado propuestas que el mercado industrial no puede ofrecer.

- El diseñador, desde su perspectiva detecta, analiza y busca una solución a las falencias, necesidades y aquellos aspectos que necesitan ser intervenidos y mejorados.

### **2.1.2.1 Elementos del diseño que intervienen en el desarrollo de un producto artesanal**

#### **□ Identidad**

En la búsqueda de la identidad de esta comunidad mediante el proceso de conocer a su gente, sucesos históricos, culturales, étnicos, elementos geográficos o arquitectónicos que permitan ser interpretados de forma figurativa o conceptual para el proceso de diseño de productos e imagen del grupo.

#### **□ Uso adecuado y combinación de materiales**

En este proceso se trabaja la combinación de materiales y aplicar varias técnicas en un mismo producto. Se quiere lograr innovación en los productos y que se apliquen correctamente los materiales a combinar como carrizo con iraca o con fique. Se debe estudiar la viabilidad de estas combinaciones dependiendo del producto a elaborar.

La combinación de materiales sirve como herramienta para el desarrollo de nuevas propuestas con alto contenido de diseño con el objetivo de asegurar la continuidad y sostenibilidad del oficio.

Para establecer la correcta combinación de materiales se deben considerar los siguientes aspectos:

- Origen: vegetal, mineral, animal
- Características técnicas, físicas y químicas (dureza, flexibilidad, resistencia, durabilidad, etc.)
- Ubicación geográfica, facilidad de consecución, impacto ecológico
- Manejo de técnicas y acabados en común para los materiales
- Dominio de materiales y conocimiento de las posibilidades
- Equipos y herramientas
- Uso del producto, cuidado y mantenimiento
- Aspectos básicos de los acabados y terminados

Dependiendo de la técnica y material, las pautas en la aplicación de acabados y terminados variará dependiendo de la materia prima y en el proceso productivo, en su mayoría, la deficiencia se encuentra en este punto, ya que las personas no tienen una visualización del resultado que se quiere y no realizan una correcta manipulación de la materia prima ocasionando deficiencia en la calidad del producto final. Para esto se establecerá un control de calidad en el que el resultado presente el menor número de errores posibles.

De acuerdo a cada oficio y/o técnica artesanal se busca establecer las pautas de calidad en la aplicación de los acabados y terminados en las materias primas y en los procesos productivos; en la mayoría de los casos las deficiencias de calidad se observan



justamente en estos puntos, ya que no se visualiza como una parte integral del proceso, por lo que es importante establecer un control de calidad muy estricto en el que se admitan el menor número de errores posible.

#### □ **Manejo del color**

La exposición de color en los productos es muy importante y se pueden resaltar elementos de identidad y valor estético para lograr la atención del consumidor. Además, que permite una mejor organización y disposición de los componentes de un producto, ya que si son aplicados de manera errónea perjudicarán seriamente el valor del mismo. □ **Comunicación**

Los productos mediante sus diseños deben crear un vínculo con el usuario, expresar sentimientos o emociones que puedan ser percibidas, es decir, que exista una lectura clara del producto por el usuario. En los diseños debe prevalecer la importancia no solo de forma sino también de la identidad y la representación autóctona de la región.

El producto debe ser claro en su concepto y debe representar una historia y el valor que evoca el proceso de trabajo de cada artesano.

La forma representa el exterior del producto y la apreciación visual que se tiene del objeto. El impacto que se genere con el usuario es la respuesta para los productos.

#### **2.1.2.2 Ítems formales de un producto artesanal:**

- Productos elaborados bajo la aplicación del oficio y técnicas artesanales tradicionales.
- Resaltar el trabajo hecho a mano y su destreza en el oficio artesanal.
- Diseñar productos innovadores y diferenciadores en su contenido cultural y de identidad.
- Manejo sostenible de las materias primas, controlando su adecuado uso.
- Asegurar las buenas prácticas de uso y extracción de materias primas.
- Tecnologías limpias de producción.  
 Gracias a la recuperación de técnicas tradicionales artesanales y las habilidades manuales de los artesanos participantes permite retomar el proceso de trabajo desde una nueva perspectiva gracias a los aportes de diseño que serán los que aseguren un mejor desarrollo del proceso de trabajo y producción para obtener óptimos resultados sin tener efectos que repercutan en algo más como lo sería la extracción de las materias primas naturales que son fuente productora de agua, gracias al trabajo de reforestación llevado por la oficina U.M.A.T.A. (Unidad Municipal de Asistencia Técnica Agropecuaria) se podrá realizar una extracción de los recursos de manera controlada sin que repercuta en el medio ambiente.

## **2.2 Recuperación y Enseñanza de Técnicas Tradicionales Artesanales.**

Los diferentes objetos tienen su debido proceso de elaboración, técnicas y herramientas, estos elementos son los que reflejan el origen, la originalidad e identidad de su cultura y comunidad.

Este trabajo y sus técnicas representan el proceso que han atravesado desde pruebas, aplicación de conocimientos que se han integrado para dar resultado a estos saberes propios del oficio artesanal y que han sido transferidos, renovado y perpetuado generacionalmente.

De esta forma se puede ver estas técnicas como una respuesta a una necesidad primordial en esta comunidad que es tener una fuente de trabajo e ingreso para el progreso y mejoramiento de su calidad de vida.

Es importante transmitir al grupo artesanal la gran importancia de las técnicas tradicionales y cuando sea posible siempre tratar de transmitir las hacia futuras generaciones.

### **2.2.1 Técnica 1: Tejido de Canastos**

Para dar inicio a este proceso aprendizaje de las técnicas tradicionales se inició con el tejido utilizado en la elaboración principalmente de canastos hechos con fibras naturales como el carrizo, el bejuco negro, chacla y guadua, la técnica y proceso de elaboración lo aprendieron rápidamente, en el proceso de aprendizaje se practicaron dos maneras de iniciar la base del tejido, en estrella para formas circulares y en cruz para formas cuadradas.



*Ilustración 8 Base en cruz*



*Ilustración 9 Base en estrella*

Para estructurar estas bases se debe preparar la materia prima, ya sea de carrizo u otra fibra utilizada en este tejido, se necesita tiras delgadas de este material en números pares para la base en cruz la cantidad estará dada dependiendo del tamaño y proporción del objeto a desarrollar y para la base en estrella se toman 3 tiras para iniciar, con la misma materia prima se obtiene el cordón que se utilizara para tejer, se inicia enroscando intercaladamente entre las tiras cruzadas para armar la base, después de llevar 3 vueltas se inserta un parado que es una tira de esta misma fibra pero de la mitad del tamaño de las tiras de la base, este parado nos ayudara con el cambio en el tejido para que no se repita el mismo sentido y la plancha empiece a aumentar.



*Ilustración 10 Preparación materia prima*



*Ilustración 11 Proceso de tejido*

A medida que la plancha se repita en una vuelta será momento de insertar un nuevo parado para dar continuidad al cambio al intercalar el hilo tejedor, cuando este hilo se termina se insertara una nueva tira de hilo por la parte interna del tejido para que no sea notorio el cambio y el tejido siga la continuidad que tiene, dependiendo del objeto a desarrollar el tamaño de la base variara, teniendo el tamaño idóneo se procede a alzar el tejido, para esto se debe doblar los parados suavemente e ir tejiendo a medida que se doble para evitar quebrar los parados y la forma final tenga el movimiento y forma orgánica que brinda esta técnica; después de haber realizado todo el tejido solo resta cerrar el producto, rematar los finales para que no se desarme, aquí se recomienda por parte del artesano capacitador que para realizar los remates se utilice la guadua, esta permite obtener una cinta muy delgada, flexible y de gran dureza que se enrollara alrededor del final del tejido para evitar que este se suelte y aporta igualmente un valor decorativo.





*Ilustración 12 Proceso de tejido*

El tejido su proceso es igual para ambas bases y no hubo mayores complicaciones a excepción del trabajo en terminados en el que se reforzó en cada paso desde el proceso de limpiar y preparar estas fibras que debía ser muy minucioso al limpiarlas para que en los siguientes pasos de armado le sea más sencillo trabajar la fibra y le permita obtener mejores resultados al final de su elaboración, aquí hubo que enfatizar y reforzar en el proceso de construcción del objeto que sean más precisos en medidas y distancias y cuidado de la forma para que esto genere más armonía en la composición final. Después de haber aprendido bien el proceso se realizó el ejercicio de aplicar esta técnica a la elaboración de un objeto que fuera diferente a un canasto básico, de este ejercicio surgieron buenos resultados, elaboraron lámparas, contenedores como fruteros, platos, algunas propuestas en mesas y una propuesta que se destacó mucho al ser los objetos elaborados no en las fibras ya mencionadas si no en una diferente a las esperadas, el látigo una fibra que se obtiene de la planta de plátano, esta fibra presento características positivas para trabajarlo por ser más maleable, delgado, fácil de transformar pero tiene una falencia y es su resistencia al no ser trabajada de manera correcta se rompe con facilidad y por esto no es



tan seguro trabajarlos en objetos de uso continuo ya que con este material se obtienen productos delicados así que es viable aplicarlo en objetos que sean decorativos y no requieran una manipulación excesiva, finalizando correctamente esta etapa y demostrando que el proceso de aprendizaje tuvo éxito y la creatividad que poseen les permitió desarrollar propuestas diferentes.



*Ilustración 13 Proceso y Resultados Técnica tejido de Canastos*

### 2.2.2 Técnica 2: Tejido en Iraca

Concluido el proceso con la técnica de tejido utilizado principalmente para canastos por los artesanos viejos de la población, damos paso a la segunda técnica presentada para el taller que es el tejido en iraca, esta fibra es muy conocida al ser aplicada en la elaboración de sombreros, tenemos al municipio de Sandoná-Nariño como principal representante y productor de trabajo en esta fibra, en el municipio de San Lorenzo existió bastante trabajo muchos años atrás en esta fibra, pero que con el pasar de los años fueron desapareciendo las personas que trabajaban este material. En las entrevistas realizadas a las pocas mujeres que quedan en la población conocedoras de esta técnica de tejido relatan que por presentar un nivel más complejo de trabajo las personas no sentían interés causando así la disminución de este trabajo hasta ser casi nula la producción.



*Ilustración 14 Proceso de enseñanza tejido en iraca*



En la enseñanza de esta técnica se evidencio este problema, para la enseñanza de esta técnica se hizo el ejercicio de realizar un sombrero pero muchas de las participantes del taller no pudieron concluir bien el trabajo, lo más difícil para la mayoría fue realizar el inicio de este tejido fue la parte más compleja de este tejido ya que después de armar la “plancha base” como lo llamó la artesana que capacito el proceso era más sencillo ya que solo se debía entrecruzar las fibras y no había mucha complicación en esta parte. Por esta razón se decidió para esta primera etapa aprender bien solo el proceso de tejido de entrecruzar las fibras obteniendo telares planos que pueden ser aplicados para objetos diferentes a los sombreros como piezas para bolsos, encontrando así una manera diferente de aplicar esta técnica y no solo en sombreros como ha sido conocido; las participantes que no lograron aprender totalmente la técnica de tejido también aplicaron la iraca de manera diferente, presentaron ejercicios en esta fibra como monederos, pequeñas carteras hechas con agujeta una manera distinta de trabajar esta fibra y que dio un acabado final bueno que quedara como una manera más de utilizar esta fibra.



*Ilustración 15 Proceso Tejido en Iraca*

### 2.2.3 Técnica 3: Tejido en Telar de Guanga

La tercera y última técnica a trabajar en este taller es el tejido en telar en guanga, una técnica con cierto grado de complejidad al igual que el tejido e iraca pero que ofrece resultados muy buenos, y ya en su práctica se convierte en sencilla pero de dedicación tiempo y paciencia al no ser del todo manual ya que para esta técnica se utiliza una estructura sencilla en madera en la que se disponen las fibras, puede ser cualquier tipo de hilo dependiendo del objeto que se desea elaborar, para este taller utilizaremos el hilo guajiro, con esta técnica se elaboran las correas de las mochilas wayuu, así como también se pueden elaborar productos como centros de mesa, individuales, portavasos, ponchos, bolsos e infinidad de objetos todo depende de la creatividad de la persona en como vea viable la utilización de esta técnica.



*Ilustración 16 Proceso de tejido en telar de guanga*

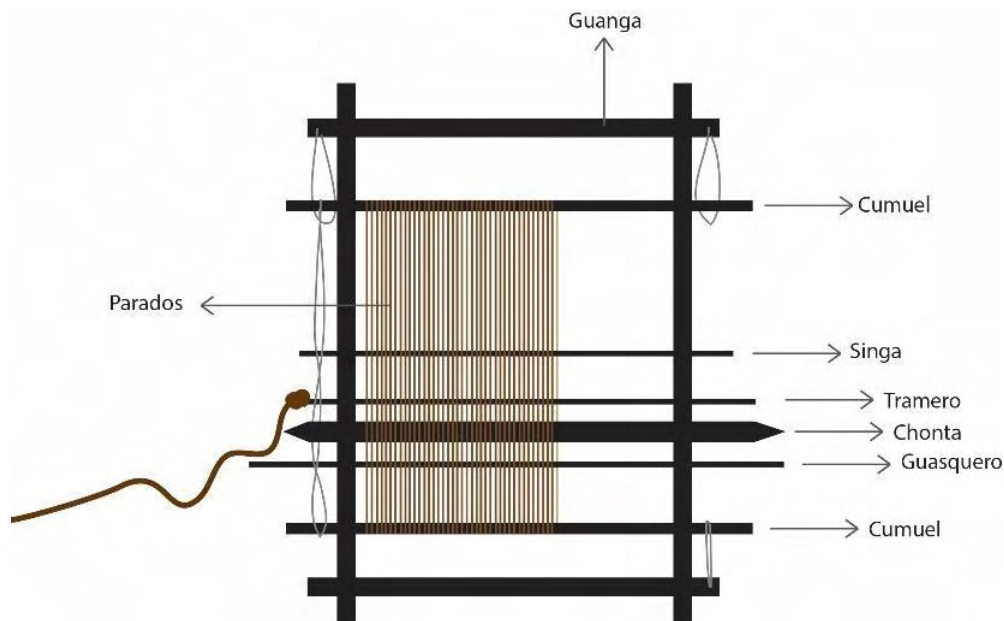


Ilustración 4 Componentes Telar de Guanga

La guanga está compuesta por un marco en madera del tamaño que se desee, dependiendo del tamaño de la pieza a tejer, sus esquinas deben cruzarse para tener un espacio sobre el cual se ataran a sus puntas cuatro cuerdas que sostendrán dos palos redondos llamados *cumuel*, sobre estos se envolverá el hilo que se vaya a tejer, a este se le llama *parado*, paso a seguir se inserta por en medio del parado un palo llamado *guasquero* que servirá de guía si se pierde en algún momento la secuencia del tejido, este palo también se sostendrá de una de las cuerdas que sostiene también al *cumuel* en la cuerda se debe hacer un cruce en 8 para colocarlo, este mismo proceso se sigue para otro palo que se llama *singa*, su función es ajustar el tejido en cada vuelta, para separar el parado y poder ingresar estos palos se utiliza una tablilla muy fina con dos puntas a los lados que se utilizan para separar el parado, teniendo el *guasquero* y la *singa* en su posición se ingresa otro palo que se llama *tramero*, a este va atado el hilo que realizara la trama con el hilo del *parado*, pasa

el *tramero* se retira la *chonta* y se asegura con la *singa* para dar la siguiente vuelta y repetir este proceso hasta finalizar el tejido.

En esta fase no hubo mayores complicaciones como en la anterior técnica, aquí lo más complejo fue aprender el orden de manejo de la guanga, esta técnica nos permite formar figuras o un tejido plano, si se desea formar figuras será más complejo ya que se debe utilizar hilos de diferentes colores y siempre hay que tener presente el orden de estos para que no haya inconvenientes y tengan que desarmar todo y volver a iniciar, es una técnica de mayor dedicación y concentración. La mayoría de las participantes aprendieron con éxito esta técnica que será utilizada como mencionamos antes en la elaboración de las correas para los bolsos y también en objetos de hogar como cojines, centros de mesa, individuales y portavasos.

Culminada esta fase de aprendizaje de estas técnicas, sumando las técnicas ya manejadas por las participantes se proceden a identificar cuáles serán los tipos de productos que cada participante presentara.

### **2.3 Proceso y Diseño de Colección**

Aquí se recalca la importancia que tiene el diseño como ente interventor en el proceso y métodos de trabajo que aportara una nueva perspectiva al trabajo hecho anteriormente, para esto se debe abordar en puntos clave como:

- Recuperación: Al desaparecer las técnicas, se debe recalcar la importancia de estas al ser parte de la identidad cultural de una comunidad.

- Rediseño: Aportar al producto una renovación de medidas, tamaño, acabados, materias primas manteniendo la identidad original para ampliar las posibilidades de nueva producción.
- Materias primas: Trabajar en el mejoramiento de las técnicas y uso de las materias primas pensando en la demanda de nuevos mercados y las exigencias que estos presentan.
- Producción: Detectar en el proceso de producción cuando surjan problemas, necesidades en sus procesos de desarrollo.

En esta fase se define los productos finales que serán elaborados por los participantes del taller, se definieron 3 etapas para la elección de estos.

### **2.3.1 Producto**

En este proceso se desarrollan nuevos diseños, teniendo siempre presente la que se debe prevalecer los elementos culturales y de identidad que forman parte de la tradición de esta comunidad. Debe prevalecer en los diseños la identidad distintiva del lugar de origen.

El identificar estos elementos de tradición e identidad para el desarrollo de los productos permite encontrar características e identidad que prevalecerán en los diseños:

□ Singularidad en cada pieza

- Atracción visual mediante los elementos gráficos de identidad.
- Preservar el proceso de las técnicas tradicionales artesanales.

- Difusión de los valores culturales de su comunidad.

Para encontrar estos elementos de identidad se debe tener presente las diferentes etapas en el proceso de desarrollo como:

- Materiales y técnicas tradicionales
- Sus formas
- Su iconografías, decoración y ornamentación
- El color
- Grupo étnico productor

Aquí se trabajó con todos los participantes identificando las diferentes áreas en las que pueden trabajar y escoger los productos a elaborar como objetos de cocina, decoración, mobiliario, iluminación, lencería para hogar, bolsos, etc.

Las opciones son muy variadas, de esta manera se obtendrá una gran cantidad de opciones en objetos para que cada participante pueda desarrollar una propuesta distinta de los demás, así esta diversidad de opciones les permitirá salir de su zona de confort y no hacer lo que antes de este proceso han desarrollado, en su gran mayoría solo han elaborado mochilas sin mirar más allá que con las técnicas que poseen pueden aplicarlas a lo que deseen y de esta forma ampliar sus opciones a la hora de diseñar y no cerrarse en lo mismo de siempre.

### **2.3.2 Bocetación**

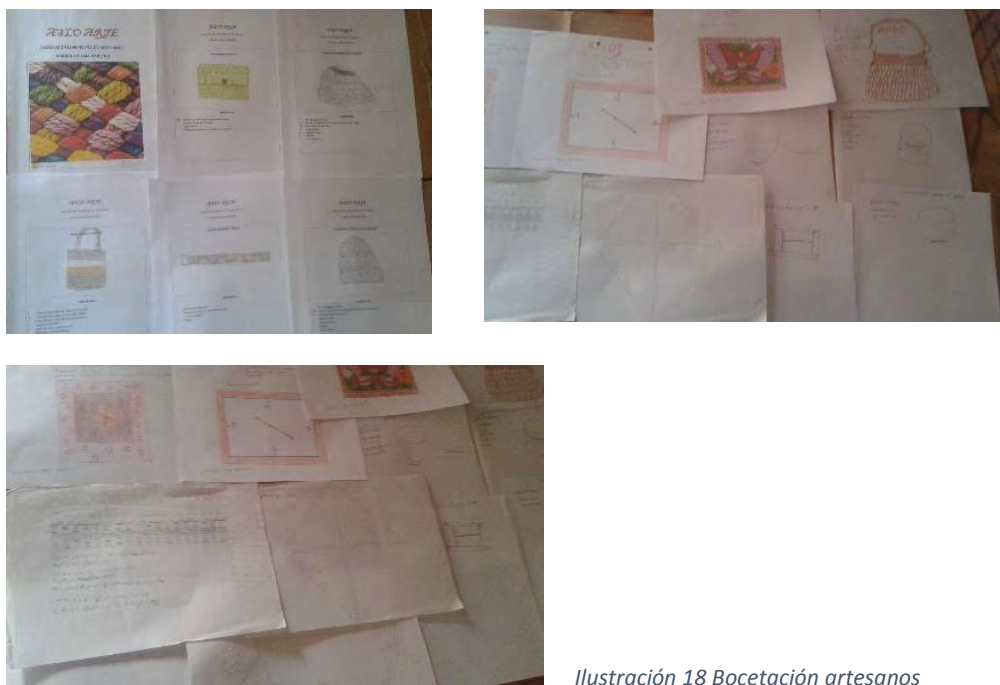
En esta fase los participantes del taller deben establecer las propuestas de diseño para la realización de los productos finales, acá se definen entre 4 y 5 propuestas de línea, por ejemplo, en la línea de cocina se trabajó líneas de mesa como portavasos, individuales, porta cubiertos, fruteros, centros de mesa, bandejas y demás elementos que hacen parte de una mesa de cocina y que en conjunto forman una línea, así mismo en las otras áreas como decoración, mobiliario, iluminación, etc. En las cuales deben las propuestas deben interrelacionarse los objetos entre sí para que la línea a presentar por cada persona tenga congruencia.

En esta etapa del proceso se deben definir con los participantes las características esenciales que permitirán entender y desarrollar de manera eficiente el trabajo de diseñar cada producto, para esto se evaluara:

- Uso del producto
- Materias primas
- Medidas
- Colores
- Ornamentación
- Textura
- Acabados

Aquí se presentaron algunos problemas en la hora de realizar las propuestas, ya que los participantes nunca habían hecho este ejercicio, la mayoría presentaban miedo al

dibujar, y expresar sus propias ideas, el propósito de esta fase es que integraran en las propuestas la utilización de las diferentes técnicas y materiales trabajados a lo largo del taller, en esta etapa se desarrolló las respectivas asesorías explicando y guiando en cómo se debía aplicar las técnicas y materiales. Al final se logró definir con cada uno su propuesta final aconsejándolos en la manera de ejecutar y como aplicar los conocimientos poseídos por cada uno



*Ilustración 18 Bocetación artesanos*

### **2.3.3 Desarrollo de Productos**

Al finalizar la etapa de bocetación y definiendo las propuestas finales de diseño se procede al desarrollo de los productos, teniendo definido los colores, formas, materiales y técnicas, se lleva de igual manera un seguimiento continuo del proceso de trabajo, controlando que se apliquen correctamente los materiales, no haya desperdicio de estos, y solucionando los problemas surgidos, ya que en muchos casos nunca habían



realizado este tipo de productos y era todo totalmente nuevo, como en el caso de los que realizaron propuestas de bolsos y en su experiencia solo tenían la mochila wayuu básica, aquí se trabajó con ellos y con todos en general el proceso de cómo realizar patronaje para estos y de esta manera puedan ejecutar sus diseños, o en el caso de las propuestas de mobiliario que se hicieron con la técnica de tejido de canastos, manejaban la técnica pero se debió reforzar en estructuras y forma para que puedan lograr con éxito la elaboración de estos, se presentaron algunos inconvenientes con el proceso de tinturación de las fibras naturales, algunos de los colores no se adherían a las fibras pero en conjunto con los participantes se encontró solución al tinturarlos de forma natural por ejemplo para la obtener el color café que fue el que la mayoría presento problema con las anilinas, se obtuvo el color mediante la cocción de estas fibras con hojas de nogal que le dieron un color realmente agradable y de buen tono y así mismo el color amarillo que se obtuvo de las vallas de pino, estos fueron los colores con los que se tuvo problema, con resto de colores las anilinas funcionaron correctamente; en el proceso de barnizar y dar acabado a los productos no hubo mayor complicación ya que conocían como se debe utilizar el barniz, los sellantes y pintura.

Para el desarrollo de estas piezas se tiene en cuenta algunas características y puntos clave para obtener el resultado final:

- Uso y manejo de moldes y plantillas de ser requeridas.
- Implementar el uso y mezcla de diferentes materias primas, estudiando la viabilidad en la aplicación de estos.

- Hacer un uso y manejo adecuado de las materias primas naturales.
- Combinación y aplicación de diferentes técnicas en un mismo producto.
- Tiempo de producción, control de material, y costeo.



*Ilustración 19 Seguimiento y asesoramiento en el proceso y desarrollo de los productos.*



*Ilustración 20 Seguimiento y asesoramiento en el proceso y desarrollo de los productos.*

## Capítulo 3

### Resultados

#### 3.1 Producto

Los productos obtenidos como resultado del proceso desarrollado con los participantes, fueron diversos, diferentes categorías estudiadas y que se vio en esta viabilidad para desarrollarlas entre las que están:

- Línea de Cocina: encontramos en esta categoría productos como fruteros, porta cubiertos, canasta de pan, bandejas, individuales, portavasos, centros de mesa y remeseros.
- Línea de Decoración y Hogar: Aquí están presentes productos como cojines, alfombras, relojes, jarrones, centros de mesa, ceniceros, organizadores.
- Lencería de Hogar: en esta categoría se realizaron juegos de baño.
- Bolsos: Se desarrollaron diferentes propuestas desde mochilas, monederos, mochilas wayuu, carteras, totes o bolso playero, carrieles, etc.
- Iluminación: en esta categoría se desarrollaron lámparas de piso, de techo y mesa.

### 3.1.1 Catálogo de Productos



**Producto:** Mochila Wayuu

**Materiales:** Hilo Guajiro y cuero

**Tamaño:** 46 x 38 cm

**Técnica:** Tejido en agujeta, tejido en guanga

**Artesano:** Lucia Cristina Delgado

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, vereda Armenia



**Producto:** Mochila Personal

**Materiales:** Hilo Guajiro, fique, iraca y cuero

**Tamaño:** 30x34x6

**Técnica:** Tejido en agujeta, tejido en guanga

**Artesano:** Lucia Cristina Delgado

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, vereda Armenia



**Producto:** Frutero

**Materiales:** Carrizo y bejuco negro

**Tamaño:** 40 x 45 x 24 cm

**Técnica:** Tejido técnica de casnastos

**Artesano:** Liliana Ceron Bolaños

**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda



**Producto:** Lampara de piso

**Materiales:** Carrizo y guadua

**Tamaño:** 110 alto x 50 cm diametro

**Técnica:** Tejido técnica de casnastos

**Artesano:** Floralba Gomez

**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda



**Producto:** Canasta para pan

**Materiales:** Carrizo e iraca

**Tamaño:** 20 x 50 x 20

**Técnica:** Tejido técnica de casnastos

**Artesano:** Floralba Gomez

**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda



**Producto:** Centro de mesa, individuales y portavasos

**Materiales:** Carrizo, iraca y fique

**Tamaño:** C. mesa 58 x 40, Individuales 35 x 30,  
Portavasos 10 x 6

**Técnica:** Tejido en agujeta, tecnica de croche

**Artesano:** Celmira Meneses

**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda



**Producto:** Jarron

**Materiales:** Carrizo e iraca

**Tamaño:** 16 x 25 x 10 cm

**Técnica:** Tejido técnica de casnastos

**Artesano:** Elia María Meneses

**Lugar:** Grupo El Carmen, El Carmen



**Producto:** Jarron

**Materiales:** Carrizo e iraca

**Tamaño:** Grande 98x55x20 cm, pequeño

**Técnica:** Tejido técnica de casnastos

**Artesano:** María Elena Ordoñez

**Lugar:** Grupo El Carmen, El Carmen





**Producto:** Cartuchera

**Materiales:** Cuero

**Tamaño:** 23 x 17 cm

**Técnica:** Confección

**Artesano:** Mercedes Rodríguez

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, Cabecera Municipal



**Producto:** Funda PC

**Materiales:** Hilo Guajiro y fique

**Tamaño:** 35 x 29 cm

**Técnica:** Tejido en agujeta, tecnica de croche

**Artesano:** Ana Cristina Castillo

**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda Valparaiso



**Producto:** Cartera de mano grande

**Materiales:** Hilo Guajiro, iraca, fique y cuero

**Tamaño:** 30 x 40 cm

**Técnica:** Tejido en agujeta, tecnica de croche

**Artesano:** Martha de la Cruz, Nataly Delgado, yuly Santacruz

**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda Valparaiso



**Producto:** Carriel

**Materiales:** Fique y cuero

**Tamaño:** 24 x 21 cm

**Técnica:** Tejido en agujeta, tecnica de croche

**Artesano:** Gratulina Valdez

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, vereda el Mirador



**Producto:** Cartera de mano  
**Materiales:** Fique y cuero  
**Tamaño:** 25 x 20 cm  
**Técnica:** Tejido en agujeta  
**Artésano:** Mercedes Rodríguez  
**Lugar:** Grupo San Lorenzo, Cabecera Municipal



**Producto:** Cartera mediana  
**Materiales:** Cuero  
**Tamaño:** 30 x 17 cm  
**Técnica:** Confección  
**Artésano:** Mercedes Rodríguez  
**Lugar:** Grupo San Lorenzo, Cabecera Municipal



**Producto:** Monedero  
**Materiales:** Hilo guajiro y fique  
**Tamaño:** 16 cm  
**Técnica:** Tejido en agujeta, técnica de croche  
**Artésano:** Yuly Santacruz  
**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda valparaiso



**Producto:** Sobre  
**Materiales:** Hilo guajiro y fique  
**Tamaño:** 24 x 15 cm  
**Técnica:** Tejido en agujeta, técnica de croche  
**Artésano:** Yuly Santacruz  
**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda valparaiso



**Producto:** Cartuchera

**Materiales:** Hilo Guajiro y cuero

**Tamaño:** 17 x 28

**Técnica:** Tejido en guanga

**Artesano:** Lucia Cristina Delgado

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, vereda Armenia



**Producto:** Morral

**Materiales:** Cuero

**Tamaño:** 35 x 42 x 15

**Técnica:** Confección

**Artesano:** Mercedes Rodriguez

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, Cabecera Municipal



**Producto:** Tula

**Materiales:** Hilo guajiro

**Tamaño:** 30 x 25 x 6

**Técnica:** Tejido en guanga

**Artesano:** Luz Ordoñez

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, vereda San Rafael



**Producto:** Centro de Mesa

**Materiales:** Hilo guajiro

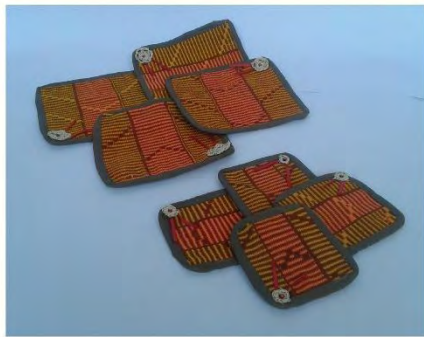
**Tamaño:** 90 x 37

**Técnica:** Tejido en guanga

**Artesano:** Luz Estela Cifuentes

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, Cabecera Municipal





**Producto:** Individuales y Portavasos  
**Materiales:** Hilo guajiro y Cuero  
**Tamaño:** Individuales 20x20 cm, Portavasos 14x12 cm  
**Técnica:** Tejido en guanga  
**Artesano:** Lidia Montero  
**Lugar:** Grupo San Lorenzo, Cabecera Municipal



**Producto:** Centro de mesa y Cenicero  
**Materiales:** Hilo Guajiro, iraca y guadua  
**Tamaño:** Diametro c. de mesa 26cm, cenicero 10cm  
**Técnica:** Tejido en agujeta  
**Artesano:** Mireida Delgado y Yoly Bolaños  
**Lugar:** Grupo El Carmen, El Carmen



**Producto:** Gorro, Gorra y Bufanda  
**Materiales:** Lana e hilo guajiro  
**Tamaño:** Bufanda 50 largo, Gorro y gorra 20 diametro  
**Técnica:** Tejido en agujeta  
**Artesano:** Martha Cecilia de la Cruz  
**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda Valparaiso



**Producto:** Dulcera  
**Materiales:** Carrizo e Iraca  
**Tamaño:** 17 x 25 x 10 cm  
**Técnica:** Tejido técnica de canastos  
**Artesano:** Maria Elena Ordoñez  
**Lugar:** Grupo El Carmen, El Carmen



**Producto:** Monedero

**Materiales:** Hilo Guajiro, iraca, fique y cuero

**Tamaño:** 20 x 14 cm

**Técnica:** Tejido en agujeta, tecnica de croche

**Artesano:** Lucía Cristina Delgado

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, vereda Armenia



**Producto:** Funda pc

**Materiales:** Hilo guajiro y fique

**Tamaño:** 36 x 30 cm

**Técnica:** Tejido en agujeta, tecnica de croche

**Artesano:** Yuly Santacruz

**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda valparaiso



**Producto:** Cartera de mano

**Materiales:** Hilo guajiro y madera

**Tamaño:** 35 x 25 x 8 cm

**Técnica:** Tejido en agujeta, técnica de croche

**Artesano:** Yanilse Ojeda

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, Cabecera Municipal



**Producto:** Carriel

**Materiales:** Cuero

**Tamaño:** 25 x 20 cm

**Técnica:** Confección

**Artesano:** Yanilse Ojeda

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, Cabecera Municipal



**Producto:** Jarron

**Materiales:** Carrizo e iraca

**Tamaño:** 114x50x22 cm

**Técnica:** Tejido técnica de casnastos

**Artesano:** Maria Consuelo Hidrobo

**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda



**Producto:** Jarron

**Materiales:** Carrizo e iraca

**Tamaño:** 41 x 25 x 20 cm

**Técnica:** Tejido técnica de casnastos

**Artesano:** Floralba Gomez

**Lugar:** Grupo El Carmen, vereda



**Producto:** Cartera de mano

**Materiales:** Cuero e Iraca

**Tamaño:** 32 x 25 x 4 cm

**Técnica:** Tejido en Iraca

**Artesano:** Yanilse Ojeda

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, Cabecera Municipal



**Producto:** Cartera de mano

**Materiales:** Hilo Guajiro y cuero

**Tamaño:** 23 x 30 x 9 cm

**Técnica:** Tejido en agujeta, tecnica de croche

**Artesano:** Lucia Cristina Delgado

**Lugar:** Grupo San Lorenzo, vereda Armenia

*Ilustración 21 Catálogo de Productos*

Finalizando el proceso, se encuentra un problema en el trabajo al ver en las propuestas que sus diseños están pensados para ellos mismos, a pesar del trabajo que se hizo en esa parte, se necesita reforzar aún más en la identidad de un producto, y en los mercados actuales y dejar un poco su gusto personal y piensen en cuál es el mercado real.

### 3.2 Presentación de Resultados

Con el resultado final de los productos desarrollados, se realiza una feria artesanal en la cabecera municipal del municipio de San Lorenzo el día 11 de marzo del año en curso como parte de la celebración del día de la mujer en el municipio, se contó con la asistencia de los 40 artesanos para realizar la clausura y certificación del taller, la participación de la comunidad de San Lorenzo al estar alrededor de 2.000 personas participando de las actividades que se realizaron en la celebración del día de la mujer.







*Ilustración 22 Certificación Artesanos*

Este espacio fue idóneo para realizar la presentación oficial ante la comunidad para que conozcan del proceso desarrollado y de igual manera como se está presentando un nuevo producto se aprovecha para evaluar por medio de la opinión de consumidores acerca del producto, diseño, precios; esto permitirá establecer el mercado, publico objetivo y cuales productos responden adecuadamente a las necesidades del usuario, de esta manera permitirá evaluar y establecer que elementos deben ser replanteados, corregir y perfeccionar.





*Ilustración 23 Muestra Artesanal*

La acogida del producto por parte de la comunidad fue buena, las ventas conseguidas en ese día fueron mayor de las esperadas, al venderse un 40% del total de los productos elaborados y conseguir futuros clientes que realizaron pedidos de productos que se agotaron como bolsos y mochilas que fueron los productos que se destacaron en la feria.



*Ilustración 24 Resultados Taller y muestra artesanal*



*Ilustración 25 Muestra Resultados Taller*

### **3.3 Identidad**

La identidad se percibe como parte de la cultura de una comunidad creando un mercado y consumo, que se encuentra representado a través de un patrimonio cultural, material e inmaterial dentro de un ámbito económico y de sentido de pertenencia cultural.

Debe prevalecer en el desarrollo de esta identidad características propias de esta comunidad como sus valores, tradiciones, y saberes culturales que brindaran el concepto propio de quien es esta población, su expresión cultural.

La intervención del diseño en el trabajo artesanal genera un cambio en la percepción del trabajo artesanal permitiendo un acercamiento entre el diseño y la artesanía para lograr una reflexión sobre el proceso productivo y la importancia de prevalecer el oficio y la identidad cultural que representa este trabajo.



En el proceso de desarrollo de la imagen para el grupo que se conforma a partir de este proyecto se estudiaron diferentes puntos y factores, lo más importante es que en este se resalte a la comunidad de San Lorenzo, encontrar los ítems que lo representan entre los que están sus paisajes al ser un municipio rodeado por montañas lo que le brinda una variedad de vegetación y diversidad de aves, por el municipio cruzan dos ríos el Mayo y el Juanambú, está presente también la cordillera occidental, un municipio bastante colorido que caracteriza a su gente por su amabilidad, solidaridad y carisma, personas muy creativas y pujantes, una comunidad muy unida.

Estas características brindan las claves para obtener el concepto para el desarrollo de la imagen y nombre del grupo que se conforma el cual será una asociación de artesanos la cual tendrá por nombre “ASLOARTE – Asociación Lorenceña de Artesanos”

### ***3.3.1 Brainstorming***

Para desarrollar la imagen se crea un concepto en base a todo lo que representa a la comunidad de San Lorenzo, en el recorrido que se realizó por todo el municipio permitió conocer a fondo a este municipio, sus paisajes, su gente, y los diferentes atributos que lo caracterizan.





Ilustración 26 Referentes imagen

Encontrando las características que representan a su comunidad, se aplican para el desarrollo del logo que representara al grupo, se identifica que aspectos son pertinentes y pueden trabajarse como concepto para esta imagen, este logo debe representar a una comunidad, su identidad y su valor artístico

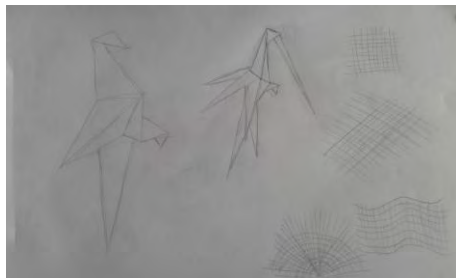
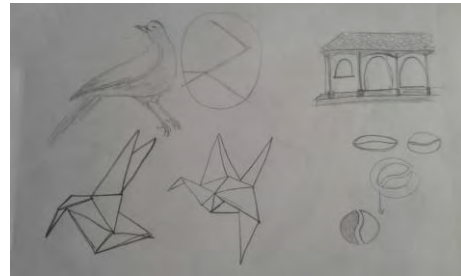


Ilustración 27 Bocetación Logo

En el trabajo de bocetación, se pensó en jugar con las formas y para esto se tomó puntos característicos como las montañas, su flora, aves, arquitectura, cultivos como el café y el trabajo artesanal. Al hacer una descomposición en las formas se pudo encontrar un punto que pudiera integrar todo esto, la técnica de origami es una forma de representación artística en el trabajo artesanal, que para este proceso de diseño de la imagen se considera idónea para expresar mediante su forma geométrica incluyendo en esta detalles de cada punto de inspiración como el color que se encuentra en las flores, el tejido en las técnicas artesanales del cual se toma su trama como aporte, las montañas por su forma se podrán plasmar en la tipografía al contar en el nombre con dos A que se asemejan a la forma de las montañas y las aves como una expresión de belleza son el complemento para obtener el logotipo que representara al grupo transmitiendo el mensaje correcto y generando gran impacto visual y de recordación.



*Ilustración 28 Imagen Asociación ASLOARTE*

### 3.3.2 Manual de Identidad Corporativa

#### MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

#### INDICE

- 1. Identidad
  - Misión
  - Visión
  - Principios
- 2. Marca
  - Imagotipo
  - Relación de Espacio
  - Tamaños
  - Uso Tipográfico
  - Paletas
  - Usos Incorrectos
- 3. Papelería
- 4. Merchandising
  - Etiquetas
  - Embalajes
  - Cartelería
  - Otras Aplicaciones

#### ASLOARTE

Es una sociedad de economía mixta, constituida en el municipio de San Lorenzo Herito que contribuye al progreso del sector artesanal con el desarrollo de productos impulsando y comercializando el trabajo de artesanos lorenceños.

#### MISIÓN

Contribuir al desarrollo y mejoramiento de la actividad artesanal a través de la presentación de las técnicas y oficios artesanales, el desarrollo de productos y su comercialización de manera que genere la sostenibilidad de la actividad artesanal y el bienestar de los artesanos.

#### VISIÓN

Asloarte será una empresa reconocida en el área comercial artesanal enfocada a fortalecer el valor de esta actividad, su desarrollo y preservación de este oficio y tradición brindando al público productos que cuenten con la más alta calidad y muestran al mundo el trabajo hecho en el municipio de San Lorenzo.

#### PRINCIPIOS

- Amabilidad y respeto por todos los personas en nuestras funciones laborales y comerciales.
- Responsabilidad económica, social y personal en nuestro trabajo.
- Tolerancia en las diferencias que surgen en esta actividad artesanal.

#### 2.

#### MARCA

#### IMAGOTIPO

El imagotipo, se usará en su versión a color preferentemente en la que lleva a todas sus líneas (gammas delínicas). Cuando lo anterior no sea posible, se utilizarán las siguientes opciones: en blanco, negro, se versará en blanco y negro como también en escala de grises y de la forma que en el mismo se indique.

Este se puede conseguir oírnamiento a los diseñadores sobre el uso del imagotipo, haviéndoles proporcionado que la identidad de Asloarte "Asociación Lorenceña de Artesanos" no puede estar en función de un diseño determinado, y que resulta más eficaz para el imagotipo que la credibilidad respecto los normas de Identidad Corporativa y se aconseja en función de las mismas, así como por otro el diseño, tamaño, color, publicación, etc. debe de cumplir su función.

#### BLANCO Y NEGRO

#### ESCALA DE GRISES

#### RELACION DE ESPACIO

Con estas proporciones se marcan las pautas para reproducir el imagotipo en todos los formatos, sean por medios electrónicos o físicos, convencionales, como por otros medios de reproducción.

Es necesario destacar que no está permitido ningún cambio en la proporción del imagotipo. Cualquier cambio en la proporción será considerado como un uso incorrecto de este manual y, por lo tanto, inelícito.

#### TAMAÑOS



Ilustración 29 Manual de Identidad Corporativa

### 3.4 Propuesta Publicitaria de Sensibilización

Para realizar la presentación y promoción comercial el objetivo se conseguirá a través de una campaña de sensibilización en donde se dará a conocer a este grupo poblacional y de artesanos que surgen, mediante la cual se resaltara los diferentes valores de este trabajo y su comunidad, se abordaran varias plataformas para transmitir y comunicar el trabajo y su mensaje.

La artesanía representa la identidad cultural de una comunidad, siendo también un oficio que genera oportunidades de trabajo y permite mostrar al mundo a una comunidad abriendo puertas para el desarrollo turístico, siendo una oportunidad para el crecimiento y fortalecimiento de una comunidad en su identidad.

A través de la fotografía realizar una muestra del trabajo que se realiza y del ambiente y espacio que rodea a estos artesanos, y así el público tenga una visión cultural y de identidad de esta población, mostrar a la artesanía no solo como un trabajo arraigado a la tradición cultural; el diseño interviene en esta parte y con sus aportes en los procesos productivos y de diseño generaran una diferencia en la producción industrial y la artesanía tradicional.

El diseño es primordial en la proyección comercial del producto, ayudando a establecer los valores culturales de esta comunidad, teniendo en cuenta que sus técnicas artesanales tradicionales no son exclusivas de esta comunidad y existen como parte de las tradiciones de otras regiones y países, el diseño en esta parte debe enfocarse en definir la identidad que será el valor agregado y que representará a esta comunidad.

A través de la participación en ferias artesanales dentro y fuera de la región para tener una mayor visualización del trabajo para esto se dispondrá en el espacio de exhibición un lugar para que artesanos estén trabajando en vivo logrando de esta manera atraer mayor público y nuevos consumidores.

Abordar la muestra del trabajo permanentemente haciendo aprovechamiento de nuevas tecnologías, esto se hará a través de internet como otra herramienta para llegar a más usuarios y que a través de esta plataforma se puede llegar a mayor público pensando en local, nacional e internacional.

### **3.4.1 Características Desarrollo Campaña**

- Esta etapa se denomina “**briefing creativo**” y recoge toda la información sobre los objetivos a comunicar, el público objetivo y el producto o beneficio que tendrá el consumidor. Con esta información se obtendrá la idea creativa final de la campaña.
- **Organización y estructura.**

En esta fase se concretará el contenido final, medios y soportes que se utilizarán para la comunicación y transmisión del mensaje al público.

- **Objetivo y Mensaje final.**

La campaña su fin social reclaman a la creatividad golpes de efecto para llamar la atención, para conseguir grandes dosis de notoriedad y un impacto emocional notable afectando la conciencia del público objetivo.

Estos objetivos secundarios distintos a los publicitarios se conseguían, por lo general, mostrando la realidad con toda la crudeza que la caracteriza y exponiendo el problema que



aqueja al grupo social en cuestión, protagonista de la campaña, sin temor o pudor a herir la sensibilidad de algún integrante del público objetivo.

Para muestra de ello, las ferias artesanales en donde más se puede apreciar la muestra cultural y creativa existente, que servirá como escenario para poner en conocimiento al grupo de artesanos.

Para mitigar este tipo de conductas no deseables, la creatividad publicitaria de las campañas dirigidas a la integración de los inmigrantes suele coincidir en los siguientes elementos:

#### □ **Target**

El público objetivo en este tipo de campañas es la sociedad en general. Por lo general, el target se concreta en un público de alcance económico alto que, aunque no aparece reflejado en el anuncio, sí es el más receptivo a este tipo de mensajes y más permeable a las técnicas persuasivas, ya que su estatus económico le permite apoyar este tipo de proyectos. Esta segmentación se evidencia en el uso de un lenguaje muy directo, de tú a tú.

#### □ **Valores**

Los principales valores que sirven de eje para las campañas dirigidas a favor y mejoramiento de la población vulnerable son el respeto y la igualdad; la consideración de estos como parte de una comunidad en la que no se excluyan por

su nivel de vulnerabilidad. Se trata, por tanto, de que con el tiempo se les perciba como iguales, con las mismas aptitudes, con igual potencial, con capacidades y cualidades parejas para desarrollarse personal, social y profesionalmente. Así, la publicidad suele recurrir a elementos retóricos y símbolos con una gran carga semántica, analogías de elementos parecidos para diferentes culturas, etc. Y respecto a los conceptos creativos, predominan los indirectos, muy sugeridos y connotados, dejando margen a la interpretación de éstos por parte del público objetivo a través de un lenguaje directo y participativo en el sentido de que el destinatario del anuncio tiene que poner de su parte para comprender el mensaje e interiorizarlo; hacerlo suyo. Pero cabe destacar a la tolerancia como uno de los conceptos principales en torno al cual gira la campaña publicitaria en muchas ocasiones.

#### □ **Estilo**

Para conseguir estos objetivos publicitarios, las campañas son más eficaces cuando presentan el lado más emocional y cuando apelan a los sentimientos más universales y humanos como los que se acaba de describir. Por tanto, la apelación directa al raciocinio del público objetivo se hace a modo de pregunta retórica, intentando que éste responda al ponerse en el lugar del artesano y siendo capaz de sentir la necesidad que estos tienen en su vida.



También, para desarrollar el concepto de la campaña, se prefieren elementos que enarbolan una gran cantidad de sentimientos puestos en escena a la vez; así se consigue, por lo general, mensajes muy sencillos. En cuanto a la producción, los presupuestos no permiten excesos en esta partida, pero si hay una gran carga semántica y emocional.

### □ **Fotografía**

Como conceptos para la campaña están los valores y detalles mas característicos de la población de San Lorenzo. Para el desarrollo de la fotografía que servirá para difusión y apoyo visual a los productos, sus artesanos y región.











Ilustración 27 Fotografía Campaña Publicitaria

## **Conclusiones**

El diseño y la artesanía son procesos multidisciplinarios que en conjunto intervienen diversos factores y habilidades, en las que se atraviesan varias fases hasta completar el proceso y generar un resultado para ser comercializado.

Para garantizar que el proceso desarrollado en lo largo de este proyecto, se resalta factores importantes como:

- Implementación de nuevas prácticas y conceptos.
- Nuevas propuestas de diseño y de producción artesanal.
- Seguimiento y comunicación que generen armonía grupal.

Desde la perspectiva del diseño se debe tener una sensibilización hacia la cultura y costumbres de los artesanos, que permita conectarse con estos con respeto para un buen desarrollo del proceso de trabajo para abordar y atender de manera apropiada a las necesidades de estos.

El seguimiento a los artesanos debe ser continuo para que el proyecto tenga éxito y lograr que el grupo continúe con la práctica del proceso desarrollado a lo largo del proyecto.

El compromiso debe ser de ambas partes diseñador y artesano para que la intervención y aporte de diseño que se hizo permita en la continuación asegurar que estos podrán diseñar, producir y comercializar día a día nuevas piezas.

Consiguiendo éxito en este proceso se podrá garantizar el fortalecimiento en el trabajo artesanal, cultural y económico de este grupo y de su comunidad, al ser por medio de este proceso fomentar la preservación de los saberes artesanales ancestrales que hacen parte de la identidad y patrimonio de esta comunidad.

Por medio de este oficio se genera una oportunidad para promover el trabajo autónomo y sustentable, que brinda el bienestar comunitario al mejorar la calidad de vida de estas personas por medio de la comercialización de su trabajo.

De esta manera se podrá impulsar la valorización de la identidad cultural y promoción de su municipio y comunidad.

Implementando una nueva metodología de trabajo y pensamiento permita que se generen nuevos productos que incorporen elementos de diseño y tradición, que promoverán oportunidad de una calidad de vida para ellos y generaciones futuras y que estas puedan ver

en el trabajo artesanal grandes oportunidades y asegurar así que este oficio sus saberes y técnicas prevalezcan a futuro.

El trabajo social desarrollado en esta comunidad se convierte en una experiencia que enriquece el crecimiento personal y profesional, el aporte mutuo de conocimientos y saberes, crea vínculos con personas maravillosas con un sentido humano lleno de humildad y cariño.

Descubrir como el diseño puede aportar trabajo en un ámbito social y vulnerable muy ajeno al mundo del diseño, ayudar en el surgimiento de una comunidad apoyando en la tecnificación de saberes y habilidades como forma de trabajo.

## Bibliografía

- Zambrano, María Jesús. 2012. Marketing Social Aplicación Práctica. Editorial IEPALA y Librería “Tercer Mundo”
- Guiliani, Antonio Carlos; et al. 2012. El Marketing Social, el marketing relacionado con causas sociales y la responsabilidad social empresarial el caso del supermercado pão de açúcar, de Brasil. Invenio, vol. 15, núm. 29, Universidad del Centro Educativo Latinoamericano. Rosario, Argentina pp. 11-27
- Kotler, P. & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35, 3-12.
- Brochand, B. & Lendrevie, J. (1993). *Le Publicitor*, 4ème ed. Paris: Dalloz.
- Ries, A. y Trout, J. (1989). *Posicionamiento*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana.
- Joannis, H. (1996). *La creación publicitaria desde la estrategia de marketing*. Bilbao: Deusto.
- Alcaldía Municipal San Lorenzo (2016 – 2019), *Acuerdo Plan de Desarrollo. San Lorenzo, Nariño*
- *Artesanos, Manos a la Obra*  
<https://eet651produccionartesanalm.wordpress.com/definicion-y-conceptos-deartesanias/>



