

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Proyecto Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero
en Procesos y Diseño de Modas

**“Diseño como puente de comunicación entre el artesano rural y el
cliente urbano”**

Autora: Masaquiza Sailema, Luis Omar

Tutor: Dis. Mg. Paredes Morales, María Cristina

Ambato – Ecuador

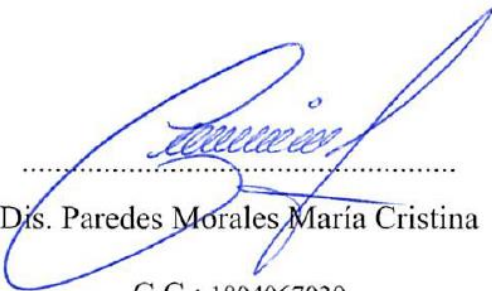
Noviembre, 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto Integrador sobre el tema: **“El diseño como puente de comunicación entre el artesano rural y el cliente urbano”** del alumno Masaquiza Sailema, Luis Omar, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, noviembre del 2018

LA TUTORA



Dis. Paredes Morales María Cristina
C.C.: 1804067039

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**El diseño como puente de comunicación entre el artesano rural y el cliente urbano**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, noviembre del 2018

EL AUTOR



.....
Masaquiza Sailema Luis Omar

C.C.: 1804455572

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, noviembre del 2018

EL AUTOR



.....
Masaquiza Sailema Luis Omar

C.C.: 1804455572

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“El diseño como puente de comunicación entre el artesano rural y el cliente urbano”** de Luis Omar Masaquiza Sailema, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, noviembre del 2018

Para constancia firman

PRESIDENTE

C.C.:

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

DEDICATORIA

A la persona que ha inspirado a perseguir este camino proceloso, incordio y extenuó, pero a la vez gratificante, plausible, de deleite y de conciencia,

A su persona, a su trabajo, a su legado etéreo, al más eximio y loable de las personas de acuerdo a mi criterio mi padre.

Masaquiza Sailema Luis Omar

AGRADECIMIENTO

A mi madre persona infatigable que me inculco, perseverancia, humildad, fortaleza, apego y solidaridad, a mis hermanas por su apoyo y amor que ayudaron para que plasmara mis ideales y los convirtiera en realidad.

Masaquiza Sailema Luis Omar

INDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
INDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
INDICE DE IMAGNES.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Tema.....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.2.1. Contextualización.....	4
1.2.2. Análisis crítico	9
1.2.3. Prognosis	10
1.2.4. Formulación del problema	10
1.2.5. Preguntas directrices	10

1.2.6. Delimitación del objeto de la investigación	11
1.3. Justificación.....	11
1.4. Objetivos	13
1.4.1. Objetivo general	13
1.4.2. Objetivos específicos	13

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL	14
2.1 Antecedentes investigativos	14
2.2 Fundamentación filosófica	15
2.3 Fundamentación legal	17
2.4 Categorías fundamentales	19
2.5 Señalamiento de variables.....	20
2.5.1 Variable dependiente.....	22
2.5 Hipótesis.....	62
2.6 Señalamiento de variables.....	62

CAPÍTULO III

3. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA.....	63
3.1 Enfoque investigativo.....	63
3.1.1 Cualitativa	64
3.2 Modalidad básica de la investigación	64
3.2.1 Bibliográfica.....	65
3.2.2 De campo	65
3.3 Nivel o tipo de investigación.....	66
3.3.1 Exploratorio.....	66

3.3.2 Descriptivo	67
3.4 Población y muestra	68
3.4.1 Tipo de muestra.....	68
3.4.2 Muestreo no probabilístico.....	68
3.6 Técnicas e instrumentos	73
3.7 Plan de recolección de la información	74
3.8 Plan de procesamiento de la información	74

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	76
4.1. Análisis del aspecto cualitativo.....	76
4.2. Interpretación de resultados	90
4.3. Verificación de hipótesis.....	95

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
5.1. Conclusiones	100
5.2. Recomendaciones.....	102

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA	105
6.1. Datos informativos.....	105
6.1.1. Título de la propuesta	105
6.1.2. Unidad ejecutora.....	105
6.1.3. Ubicación.....	105

6.1.4. Tiempo.....	105
6.1.5. Responsables:	105
6.2. Antecedentes de la propuesta.....	106
6.3. Justificación	111
6.4. Objetivos	112
6.4.1. Objetivo general	112
6.4.2. Objetivos específicos.....	112
6.4 Fundamentación de la propuesta	112
6.5.1. Análisis de parámetros y normativas.....	116
6.5.1.1. Normativa legal.....	116
6.6. Análisis de factibilidad.....	119
6.7. Diseño del producto	119
6.7.1. Memoria descriptiva.....	120
6.8. Administración de la propuesta Matriz de Naranja	133
6.8.1. Recursos	134
6.8.1.1. Humanos	134
6.9. Cronograma.....	135
6. 10. Evaluación de la propuesta.....	136
6.11. Conclusiones	136
6.12. Recomendaciones.....	137
BIBLIOGRAFÍA.....	139
ANEXOS.....	144

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.Árbol de problema	8
Figura 2.Categorías Fundamentales	19
Figura 3.Señalamiento de variable Diseño Social.....	20
Figura 4.Señalamiento de Variables Artesano	21
Figura 5.Modos de diseño	35
Figura 6.Segmentación de la artesanía.....	53
Figura 7.Diseño de triangulación concurrente	96

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Bolso Jesica Velasco.....	107
Imagen 2: Bolso Jessica Velasco	108
Imagen 3: Cartera Jessica Velasco	108
Imagen 4: Bolso <i>Chanel</i>	109
Imagen 5: Campaña bolsos Lowe	110
Imagen 6: Bolso hammock.....	110
Imagen 7: Estrategias generales	128
Imagen 8. Estrategias específicas.....	133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Procesos del diseño social.....	34
Tabla 2. Tipos de bolsos.....	58
Tabla 3. Artesanos.....	70
Tabla 4. Diseñadores.....	70
Tabla 5. Variable dependiente: Diseño social.....	71
Tabla 6. Variable independiente: Artesanía.....	72
Tabla 7. Técnicas e instrumentos de investigación.....	73
Tabla 8. Recolección de la información.....	74
Tabla 9. Procesamiento de la información.....	75
Tabla 10. Material utilizados por marroquineros.....	79
Tabla 11. Técnicas de los marroquineros.....	80
Tabla 12. Consumidor del marroquinería.....	81
Tabla 13. Comercialización productos marroquineros.....	82
Tabla 14. Diseño en la marroquinería.....	83
Tabla 15. Diseño en los profesionales.....	84
Tabla 16. Diseño en los profesionales ii.....	85
Tabla 17. Materiales utilizados por diseñadores.....	86
Tabla 18. Técnicas utilizadas por diseñadores.....	87
Tabla 19. Identidad del producto de diseñadores.....	88
Tabla 20. Consumidor de producto de diseñadores.....	89
Tabla 21. Comercialización producto de diseñadores.....	89
Tabla 22. Características de los artesanos.....	90
Tabla 23. Clasificación del artesano.....	91

Tabla 24.Aspectos del producto del diseñador	94
Tabla 25.Verificación de hipótesis.....	97
Tabla 26.Recursos materiales.....	135
Tabla 27.Cronograma de propuesta	135

RESUMEN EJECUTIVO

En la aldea global donde se empiezan a general criterios de valoración, rescate que involucran a las tradiciones y cultura que pro de una artesanía renovada, que la convierten en una tendencia sutil, apacible y contemporánea que empieza hacer eco en pequeños y vastos círculos culturales como sociales. Este discernimiento sobre la artesanía como elemento constitutivo de la historia de la humanidad, que está vigente en el contexto actual con diferentes realidades en el Ecuador enmarca el inicio de nuestra investigación. Donde se indaga y contrasta información para demostrar que el “Integrar el diseño en el medio artesanal marroquino para el mejoramiento de los procesos y productos a través de experiencias basadas en el co-diseño” es realizable.

La investigación con una metodología de enfoque cualitativa con una investigación de campo y sustentado de un modo bibliográfico demostró que el artesano tiene un concepto errado respecto al diseñador en busca una colaboración y conocimiento técnico basado en la moldearía, además se comprueba que el artesano se está degradando al escenario de simple duplicador destruye su esencia y se lo convierte en un escueto operario. Por parte del diseñador se comprobó que una formación promueve conceptos claros que son necesarios para el rescate de tradiciones y cultura que están al borde de la desaparición, en busca de un producto que promueva una realidad sostenible valores sociales, mejores condiciones económicas para todos sus actores.

El fomento de encuentros participativos artesano-diseñador en busca de una artesanía con diseño que promueva la innovación es trascendental , que se consigue con la incorporación de tecnología y mejoramiento en los procesos de diseño, que son vitales

para el desarrollo de una propuesta donde prime el trabajo colaborativo, con un alto grado de altruismo para que el aprendizaje en dos vías se produzca, con ello el producto tendrá un mercado nuevo con un concepto que puede ser llevado hacia la sostenibilidad, valorizando el trabajo manual artesanal con claros signos de identidad y pertenencia. La conexión entre el artesano y diseñador debe ser secuencial primando el aporte que cada uno, el artesano busca conocimiento sobre la realidad del diseño que puede ser desarrollada y facilitada por el diseñador como puente de comunicación para la colaboración.

**PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN ARTESANO-DISEÑADOR/DISEÑO
EN MARROQUINERÍA/CODISEÑO/ESTRATEGIAS DE DISEÑO**

ABSTRACT

In the global village where general criteria of valuation, rescue that involve the traditions and culture that pro of a renewed craftsmanship, that make it a subtle, peaceful and contemporary trend that begins to echo in small and vast cultural circles like social. This discernment about craftsmanship as a constituent element of the history of humanity, which is current in the current context with different realities in Ecuador, frames the beginning of our research. Where information is researched and contrasted to demonstrate that "Integrate design in the artisanal environment of the city for the improvement of processes and products through experiences based on co-design" is achievable.

The research with a methodology of qualitative approach with a field research and supported by a bibliographic mode showed that the artisan has a wrong concept regarding the designer in search of a collaboration and technical knowledge based on the mold, in addition it is verified that the artisan is degrading to the scenario of simple duplicator destroys its essence and becomes a bare operator. On the part of the designer it was found that a training promotes clear concepts that are necessary for the rescue of traditions and culture that are on the verge of disappearance, in search of a product that promotes a sustainable reality, social values, better economic conditions for all its actors.

The promotion of participatory artisan-designer meetings in search of a craftsmanship with design that promotes innovation is transcendental, which is achieved with the incorporation of technology and improvement in the design processes, which are vital for the development of a proposal where prime collaborative work, with a high degree of altruism so that two-way learning occurs, with it the

product will have a new market with a concept that can be taken towards sustainability, valuing manual craft work with clear signs of identity and belonging . The connection between the artisan and designer must be sequential, prioritizing the contribution that each one, the artisan seeks knowledge about the reality of the design that can be developed and facilitated by the designer as a communication bridge for collaboration.

**KEY WORDS: COMMUNICATION ARTISAN/ DESIGNER/DESIGN IN
LEATHER GOODS/ CODESIGN / DESIGN STRATEGIES**

INTRODUCCIÓN

La presente investigación servirá como aporte académico y práctico para que se propicien encuentros colaborativos donde confluyan artesanos, diseñadores y consumidor. Los artesanos son el referente de un modelo económico que promueven las micro, pequeñas y famiempresas, donde el aspecto socio-cultural de traspaso de conocimientos en el núcleo filial es relegado debido a la falta de interés de las presentes y nuevas generaciones. En Paralelismo el diseñador debe hacer frente a un panorama hostil de la sociedad que tiene relegado el papel que desempeña el diseñador en la generación de nuevos productos, para romper falsos esquemas que sobrepasen la praxis. Para que promuevan encuentros colaborativos con un alto grado de reciprocidad y altruismo que reconozcan el trabajo del artesano y el aporte del diseñador. El consumidor es la fase final del proceso productivo se convierte en un componente clave dentro de la cadena de producción, por eso la interpretación de todos sus aspectos debe ser minuciosa y puntual.

Capítulo I, se analiza la contextualización y la problemática del artesano donde y su relación con el diseñador , a través de este estudio concluir con los objetivos que se pretende alcanzar.

Capítulo II, del Marco Teórico, se despliega una serie de concepto que serán la guía de este proyecto, analizará la importancia del diseño social y la categorización de la artesanía

Capítulo III, en este se abarca la metodológica, los instrumentos de investigación, el establecimiento de la muestra, las técnicas de estudio cualitativo que nos permita conocer la realidad del artesano y el aporte del diseñador en la

El Capítulo IV, presenta la interpretación de resultados establecidas para el diseñador , artesano, clasificación del artesano.

El Capítulo V, se enmarca la conclusiones y recomendaciones de la investigación después de realizada la investigación.

En el Capítulo VI se presenta la Propuesta que se desenvuelve en torno de estrategias, aborda la descripción de las estrategias, conclusiones y recomendaciones y para concluir se registra la Bibliografía utilizada en el proyecto.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

El diseño como puente de comunicación entre el artesano rural y el cliente urbano

1.2. Planteamiento del problema

La globalización induce decisiones y débitos protervos hacia el artesano de marroquinería, pérdida que los consumidores, desempleo, depreciación, falta de innovación. Conllevan que su mercado orgánico sea invadido por productos que asumen constantes cambios de la industria, que establecen enormes brechas entre el productor local contra el producto industrializado, muy lejos de la capacidad socio-económico que países como Colombia aplican como modelo de producción. En Ecuador el artesano es relegado al papel de un obrero sin alguna otra preparación a la de su propio oficio.

Debido a que Ambato se dedica a una actividad productiva industrial, fuertemente influenciada por el consumo masivo, estandarización, bajos precios que son el sostén de cada una de las empresas, el diseñador debe incorporar y aplicar el diseño como una ventaja competitiva para lograr una aptitud sostenible, aceptando que el artesano no solo necesita maquinas, equipos o herramientas más bien una estrategia basada en conocimientos, habilidades y organización con un alto grado de prodigalidad para no degenerar el trabajo individual de cada uno de sus productos para evitar que se siga mermando económica, social y patrimonial del artesano.

1.2.1. Contextualización

La presencia vigorosa y vital del artesano no puede dejar de manifestarse como elemento testimonial de la cultura, en la producción artística y retórica de la humanidad. Su historia es tan arcaica y podría abordar desde la Edad Antigua y llegar a la Edad Media antes de la depreciación del oficio artesanal, donde el auge de esta llega con fuerza gracias a la organización que se conoció como taller o gremio, que era mucho más que un espacio para aprender y ejercer el oficio. Era un lugar de pertenencia a la sociedad, de esta manera el artesano fue valorado como verdadero creador, capaz de transformar las materias primas en infinidad de objetos únicos. Símbolo de su grandeza se localiza en la catedral de Chartres, en Francia sus vitrales rinden homenaje al más humilde y eximio de los trabajadores. (Fiell, 2016)

Emulando esta remembranza menestral, Europa y con una tónica muy diferente en los países escandinavos han apostado por dar un realce a la rama artesanal, con políticas de inversión social, enfoque democrático y diseño de productos en busca de una actitud moral humanista que enaltece la salvación a través del trabajo en beneficio para todos. Así sus embajadores de moda como Ganni, Acné Studio, Sack Potts entre otros sustentan equidad en el diseño atribuyéndole funcionalidad, utilidad, y naturalmente belleza artesanal atemporal digna de adquisición a nivel local como internacional. Cruzando de región pobre en los años 20 a un modelo económico-social digno de replicar. (Fiell, 2016, págs. 8,10,12,14)

Siendo Islandia la última en adquirir este patrón esta pequeña isla volcánica apuesta por la innovación en todas las áreas del diseño que fusionan nacionalidad, identidad, apegándolas a propios vínculos históricos y mitos que han servido de fuente de inspiración para desarrollar diferentes colecciones. Esto se ha logrado con

una política educativa insigne, los diseñadores adquieren conocimiento de los artesanos y como contraste los artesanos adquieren conocimiento de parte de los diseñadores. Una metodología dual que permite un gran discernimiento, con un punto de fusión que facilita al artesano la perspectiva de utilización de nueva maquinaria, materiales, insumos y tecnología. De esta manera podrá realizar el trabajo direccionado por el diseñador, un modelo altamente complejo como filántropo que ha sacado a este país de una recesión económica, despuntado a los diseñadores a conquistar el mundo y al artesano a ser revalorizado. (Fiell, 2016, págs. 44,46,48)

En Latinoamérica no se produce una evolución acelerada de la artesanía, es lenta y casi risible. Una de las razones es la falta de adaptaciones, cambios a nuevas necesidades del uso del objeto o en los materiales. Por otra parte, no existe por parte del artesano una consciencia de evolución, la artesanía cosecha decadencia y está al límite de la extinción frente a la industrialización, esto es algo que países como Argentina, Colombia analizaron, producto de aquello se obtuvo un debate entre la interacción del diseño y artesanía, comprendiendo que esto tiene un sin número de opiniones e ideas preconcebidas, pero con aristas concordantes. El rescate y el desarrollo con un modelo producción debe ser consensuado, de conciencia, de respeto, de las dos partes, repercutiendo en beneficios de manera filial, profesional, económica, contribuidos para instaurar una nación equitativa, prospera y moderna.

En Colombia y Argentina la implementación de este modelo ha llevado varios años, se ha basado en el desarrollo autogestionario que refuerza las instituciones culturales locales y comunidades, abandonando la individualidad de manufactura, económica y de discernimiento. Históricamente siempre que se quiere lograr grandes cambios se requiere de un contingente humano calificado y con un grado altruista

exánime que no destruya al producto artesanal, más bien que brinde instrumentos para su mejora y darle el roce significativo que sea digno de emerger al mercado, de esta manera romper esquemas arraigados que en ocasiones son parte de la propia identidad que conlleva ocaso. De esta manera el modelo de estos países se afianza en la intervención del diseño para lograr la autogestión, el éxito empresarial que generara productos innovadores, para hacer eco de empleo, generación de divisas y ser viables económicamente para la sociedad y se convierta en marca país.

El conocimiento de la realidad artesanal ecuatoriana es una tarea complicada, y esto tiene que ver con diversos factores. Existe disimilitud respecto de la existencia de estudios sobre el tema en las diferentes provincias y Tungurahua no es la excepción, esto a su vez posee vinculaciones con las diversas situaciones nacionales y con el rol que han jugado las artesanías en los procesos históricos particulares. Por ejemplo, en Ecuador las artesanías han sido utilizadas ideológicamente como un factor identificativo y constitutivo de la "nacionalidad", Por otra parte, no existen cifras exactas acerca del volumen de la producción y del empleo en la artesanía para el desarrollo de productos donde el diseño haga su participación.

Ello obedece a diferentes razones, pero básicamente se relaciona con la dificultad en la profesionalización e individualización de la actividad. Y del escaso contacto de parte del artesano a innovaciones. En el país y de una manera vaga a nivel provincial ya entrada la década del 90, y ajena a la disciplina artesanal, se produce una renovación en la perspectiva desde la cual se aborda esta problemática. Como referente se tiene al El Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) como organizador del primer encuentro Iberoamericano sobre artesanía en el Ecuador. El énfasis ya no estará puesto en el objeto artesanal en sí, sino en los procesos que orientan su

producción. Se observa asimismo la necesidad de ampliar el estudio hacia las instancias de la comercialización y el consumo, como recurso teórico-metodológico conducente a una comprensión cabal del fenómeno para evitar grupos marginales y movilidad social.

Pero en el caso local específicamente tales estudios se centran en ámbitos de producción y sustentabilidad económica mayoritariamente del ámbito rural con 450 artesanos en confección en cuero según JNDA, tal es el caso de Quisapincha donde existen curtiembres, fabricas, y alrededor de 200 locales que manufacturan y expenden una gran gama artículos como zapatos, carteras, chompas y sombreros, Cevallos existen alrededor de 40 almacenes, tres organizaciones de producción y cuatro organizaciones artesanales según un artículo publicado en el diario la hora . Esta nueva perspectiva subraya enfáticamente un punto: la necesidad de situar la producción artesanal dentro de un marco más global, es decir, atendiendo a su inserción en un mercado industrializado lejos del vanguardismo, para equipararlo con los objetivos económicos locales, donde el modelo capitalista prima. de esta manera el factor humano es nuevamente relegado para su lento declive.

Árbol de problemas

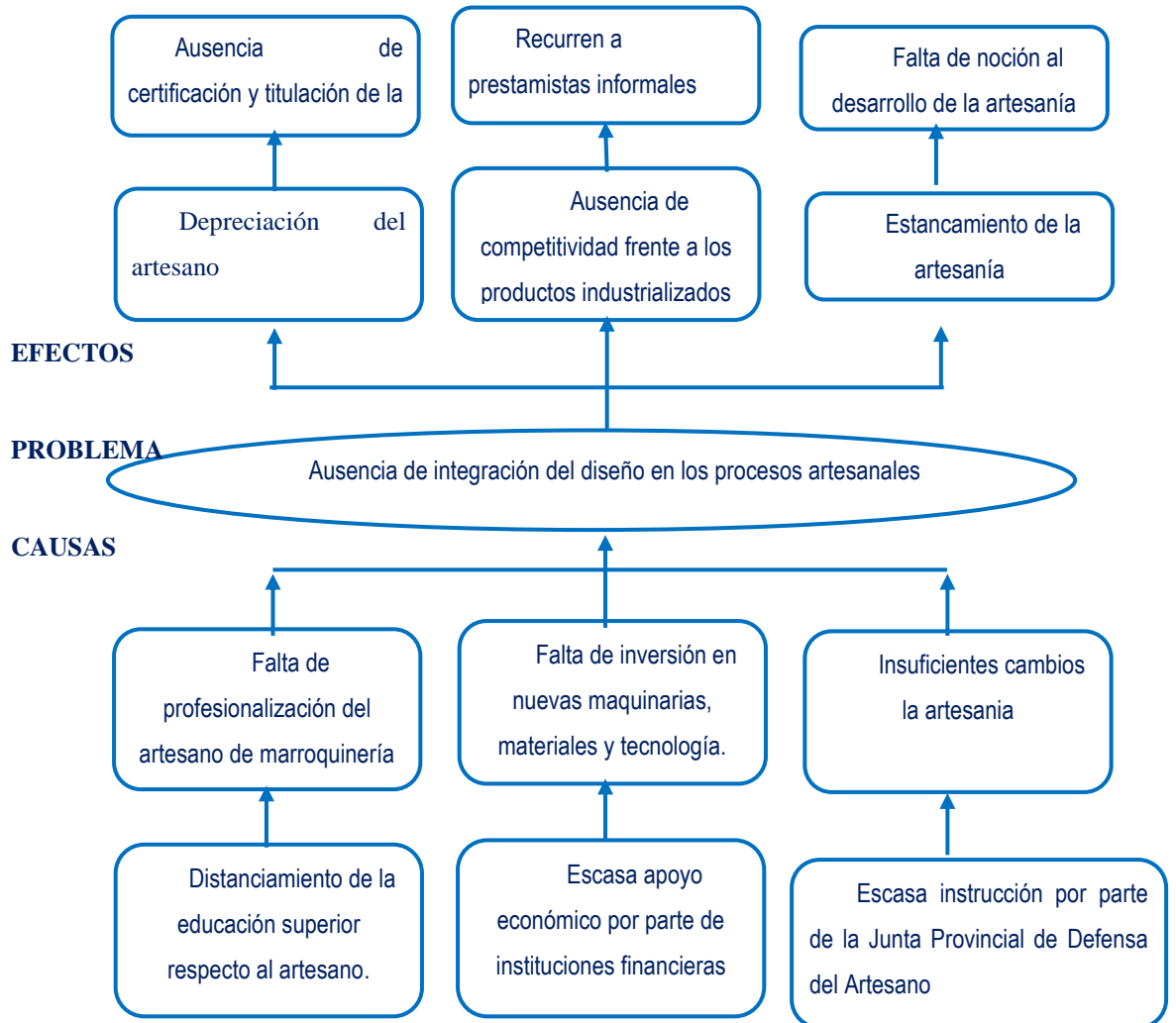


Figura 1. Árbol de problemas

1.2.2. Análisis crítico

De no llevarse a cabo la investigación y dotarse de una solución a la ausencia de integración del diseño en los procesos artesanales los problemas en relación al mercado de la artesanía, esta seguirá coexistiendo debido a la falta de profesionalización del artesano de marroquinería este se origina en el modelo educativo, cuyas autoridades no jerarquizan este trabajo y lo relevan a simple oficio, que genera un distanciamiento. A si mismo con un argumento empírico el artesano esta en desconexión de procesos de diseño, con ausencia del mismo cuyo desenlace es la escasa diversificación de productos enfocadas hacia un mercado.

El principal dificultad que afronta un artesano para implementar mejoras es el escaso apoyo económico de parte de las instituciones financieras intereses elevados y tramitología en abundancia que ocasiona la ausencia de inversión en nueva maquinaria , tecnología y materiales lo que produce una ausencia de competitividad frente a los productos industrializados que se encuentran en el mercado con ello obstaculiza el desarrollo individual como colectivo, que provocará el cambio a nuevos oficios y actividades, Desvalorización de la artesanía

A si mismo otro de los principales problemas que existen en la ciudad es la desidia del Artesanos hacia el entorno productivo, tecnológico, social, político y creativas, las causas son diferentes pero estos insuficientes cambios vanguardistas, que repercuten a la artesanía local, con pérdida de sus clientes del mercado orgánico, con ello falta de consumidores produciendo una desvalorización de la artesanía y finalmente una depreciación artesanal que deteriore este oficio.

1.2.3. Prognosis

De no llevarse a cabo la investigación y dotarse de una solución a los problemas en el proceso de confección artesanal, esta seguirá coexistiendo con un argumento empírico lo que obstaculiza el desarrollo individual como social, que provocará un estancamiento en cuanto al modelo productivo de la ciudad, afectando el patrón económico del país, pero simultáneamente desaparecerá la esencia del trabajo de este artífice, su valor histórico, su valor social y su importancia en la inserción integra en el contexto actual.

Por ello es necesario darle del soporte teórico que abarque las características esenciales y específicas para ser aplicadas a su modelo de producción, aumentando el parámetro de calidad y estética. Con el pertinente estudio de interacción diseño- artesanía para que deje de ser un argumento relegado, con límites en el tejido particular, industrial y educativo. Con esta condición la sociedad no estará direccionada a desvalorizar al producto artesanal y desatender al ser detrás de él. Desconexión del artesano con entornos profesionales y productivos de apoyo Desidia del Artesanos hacia el entorno productivo, tecnológico, social, político y creativo, Perdida de interés del cliente hacia sus productos.

1.2.4. Formulación del problema

¿Los artesanos marroquineros no son conscientes del beneficio del diseño para el desarrollo de productos artesanales para cubrir nuevas necesidades?

1.2.5. Preguntas directrices

¿Cuáles son las características esenciales de las artesanías en marroquinería?

¿Cuál es el rol del diseño como estrategia productiva en el entorno artesanal?

¿Cómo se puede conectar el diseño y la artesanía para proyectar en productos de marroquinería?

1.2.6. Delimitación del objeto de la investigación

a. Campo: Diseño de Modas

b. Área: Industria y producción

c. Aspecto: Artesanía

d. Tiempo: Marzo - octubre 2018

e. Espacio:

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

f. Unidades de observación: Talleres artesanales de marroquinería

1.3. Justificación

La artesanía debe estar basada en la utilidad, ser económicamente viable, no ser estática, de esta manera el contingente humano detrás de ella, no se compromete a sufrir los declives económicos que conllevan a su abandono, olvido e inexorable extinción. Diseño, arte y trabajo se perfilan como elementos que a lo largo de la historia ecuatoriana se ha desarrollado íntegramente de la mano del “ser humano como el gestor irremplazable e inigualable en el manejo de las técnicas artesanales; pues son ellos, los portadores de saberes tradicionales que se han mantenido en el

tiempo sin mayor modificación, pero que a su vez sirven para que se desarrolle una nueva visión productiva que combina el oficio con el diseño” (Ordoñez , Carta al editor,s.f.) conocer tal camino es significativo, esencial y trascendental.

Los diseñadores son la interfaz entre la tradición y la modernidad, que rescata, revaloriza, además manifiesta este aporte histórico -social. Así el presente proyecto busca preservar los recursos culturales artesanales de la marroquinería, que está presente en la ciudad de Ambato y es fuente de trabajo y desarrollo económico que no tiene mucha visibilidad como la producción del calzado e indumentaria en cuero, en base a una depurada investigación que aborda el diseño social junto a una muestra histórica social de la artesanía, en la aldea global, llevándolo íntimamente a su transformación y contexto, abordando finalmente el caso Ecuatoriano. Para redimir a través de un vínculo la artesanía y diseño, que afirme su posterior difusión sin correr el riesgo de perder rasgos significativos de una manera coherente, innovadora, planificada y estratégica. Para evitar su malversación con posibles contradicciones sobre su trascendencia ya que la artesanía ecuatoriana es y será parte de la herencia patrimonial que perdurará en el tiempo.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Integrar el diseño en el medio artesanal marroquino para hacer notorio su beneficio en el mejoramiento de los procesos y productos a través de experiencias basadas en el co-diseño

1.4.2. Objetivos específicos

1. Identificar las características esenciales, constantes y variantes de la actividad artesanal.
2. Identificar los aspectos del diseño que pueden aportar a la evolución de los artesanos manteniendo las constantes y modificando las variables.
3. Establecer nexos estratégicos y creativos entre el artesano y el diseñador para la generación de nuevos productos.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes investigativos

En la tesis de maestría de la Dis. María Elisa Guillén Serrano que tiene como título “Investigación semiótico de los bordados artesanales encontrados en los cantones Cuenca y Gualaceo: innovación en diseños aplicados a esta técnica como reflejo de la identidad cultural.” con un enfoque cualitativo y cuanti-cualitativo menciona en una de las conclusiones que la situación actual de los talleres artesanales es alarmante, debido a que esta generación y las futuras no presentan interés por el conocimiento de las técnicas de los artesanos, que sobrepasan los 50 años. Por último, recalca la importancia de la preservación de la técnica. Además, aborda al diseño social como alternativa para generar estos posibles cambios, el trabajo social y bien retribuido debe estar presente en la artesanía para que el papel protagónico del artesano sea reivindicado. Este caso es la realidad del artesanos en el Ecuador que tienen un sin número de similitudes en los aspectos mencionados además de nuevas problemáticas que esperaran explorar posibles soluciones, en este contexto se encuentra el artesano de marroquinería. (Guillén, 2018)

En el estudio denominado “*El diseño artesanal y su influencia en la comercialización*” de Lizeth Yesenia Patio Suarez y Mary Liliana Rojas de la Universidad Escuela de Administración de Negocios (EAN) de tipo correlacional y de enfoque cualitativo. Su objetivo de investigar el proceso y analizar los diferentes diseños de los bolsos y mochilas artesanales de Colombia así como establecer los elementos que influyen en su comercialización internacional, obtuvo como conclusión general que la artesanía con la intervención del diseño da muestras de innovación que es el valor agregado y la oportunidad de comercialización en el extranjero. En este

estudio se aborda la incuestionable informalidad y la desigualdad del artesano, así como la intervención del estado como herramienta que fortalece al sector. Este estudio define el mercado para la artesanía resultado de la fusión de una manera superficial pero que se enmarca modelo implantado por Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversión del Ecuador respecto a la artesanía que utilizaremos para el desarrollo de nuestro estudio. (Días, 2017)

En el estudio de la Dra. Silvana Navarro-Hoyo de la Pontificia Universidad Javeriana del 2016 que tiene como título “*La artesanía como industria cultural: desafíos y oportunidades*” menciona que el artesano es integrante de la cultura, que se encuentra en continua modificación y evolución. Este estudio aborda los términos artesanía, artesano e industria cultural. Asimismo, se reflexiona sobre la marroquinería como producto folclórico en torno a la disyuntiva arte o artesanía. Por último, examina los procesos de evolución en torno al producto artesanal en las industrias culturales y se reflexionara sobre el diseño como interventor de este cambio. (Navarro Hoyos, s.f.)

2.2 Fundamentación filosófica

El siguiente trabajo se basa en la perspectiva de Enzo Manzini en su libro *Cuando todos diseñan una introducción al diseño para innovación social*, el autor relaciona el diseño con un cambio social en un mundo donde todos son colaborativos y protagonistas, el artesano como el diseñador se ven en la necesidad de plantear y replantear su papel en la sociedad. Además de impulsar propuestas individuales y sociales en beneficio de todos, esto se viabiliza “cuando las personas, el conocimiento experto y los bienes materiales entran en contacto de forma que se hace posible la creación de nuevos significados y oportunidades inéditas.” (Manzini, 2015, pag. 101)

Para que la transformación sea viable y se produzca, necesita ser colaborativa por decisión personal y no obligada, debido a que la interconexión entre actores y el entorno ayuda a fomentar y orientar iniciativas en todos los niveles y en todos los campos en que pueda aplicar. Otro punto esencial y complementario es la experimentación y la replicación que ayuda a dar soluciones y que estas soluciones estén al alcance de los futuros actores, un modelo altamente altruista que exige de mucha disciplina y compromiso laboral en que todos corresponden su r participación. En un modelo dual en donde el conocimiento transita en esta interconexión colaborativa lo que a la postre supondrá desarrollar proyectos sociales donde el diseño hará su intervención con la innovación hacia un mundo donde la sostenibilidad será esencial.

En relación a la artesanía la visión de Claudio Malo en su libro *Lo útil, lo bello* presenta la siguiente frase

“Las artesanías no son estáticas, cambian a lo largo del tiempo pues la cultura de la que forman parte también cambia. Las necesidades requeridas por las colectividades y las apreciaciones estéticas varían, no sólo de cultura a cultura sino a medida que pasan los años, debiendo los objetos que apetece el ser humano adecuarse a los tiempos en que se vive. En el diseño, la adecuada relación entre los productos y sus usuarios requiere modificaciones que de manera espontánea las realiza el artesano y con una visión más concreta el diseñador profesional. Si diseñar es cambiar, no tiene sentido que el diseño se limite a reproducir con exactitud el pasado. Alguien que reproduce con sorprendente exactitud una pieza de cerámica precolombina, no diseña sino

copia, al igual que el joyero que reproduce una joya diseñada en Roma.”(Malo, Artesanias, lo bello, lo util, 2008, pág. 117)

El pasaje recalca la importancia en el proceso de diseño es contar con ambos tipos de componentes: el artesano en un contexto global, nacional o regional. El diseño, entendido como ordenamiento creativo y significativo, debe tomar en cuenta contenidos provenientes de diferentes áreas para encajar el argumento del artesano combinando lo popular y lo elitista para que la artesanía se difunda con carácter, sentido y fundamento además de belleza.

2.3 Fundamentación legal

La presente investigación se cimienta en el (SENPLADES, 2017), que toma como referencia la Constitución del Ecuador elaborada en Montecristi y que fue aprobada por el pueblo ecuatoriano a si mismo Ley De Defensa Del Artesano Congreso Nacional, en concordancia a la siguiente especificación legal.

En el objetivo 1 que es garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021- Toda una Vida resalta “la importancia de la profesionalización de la ciudadanía (oficios, artesanos, artistas, otros), para lo cual es prioritario fortalecer la educación técnica y tecnológica al considerarla como de tercer nivel” (SENPLADES, 2017, pág. 53), que es una aseveración de la artesanía dentro del el modelo educativo y de quienes la forjan. De igual manera en el objetivo 2 que Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas en donde las “representaciones culturales, expresiones y saberes; la preservación de la memoria colectiva; el fortalecimiento

organizativo comunitario; la gestión y el emprendimiento en procesos conjuntos de creación, producción y circulación artística y culturales”

En lo Referente a la Constitución de la República del Ecuador en el artículo No. 62 (2008) menciona:

La cultura es patrimonio del pueblo y constituye elemento esencial de su identidad. El Estado promoverá y estimulará la cultura, la creación, la formación artística y la investigación científica. Establecerá políticas permanentes para la conservación, restauración, protección y respeto del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza artística, histórica, lingüística y arqueológica de la nación, así como del conjunto de valores y manifestaciones diversas que configuran la identidad nacional, pluricultural y multiétnica. El Estado fomentará la interculturalidad, inspirará sus políticas e integrará sus instituciones según los principios de equidad e igualdad de las culturas. (Constituyente, 2008, pág. 12)

En la ley de defensa del artesano en la su última modificación el 14 de mayo del 2008 considera que:

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente. (JNDA, 2018)

Como se manifiesta en el presente capítulo, el Estado Ecuatoriano garantiza el trabajo del artesano a través de la Ley del Artesano, comunicando acerca de la resguardo y recuperación para un progreso integral del trabajo manual. Además recalca la calidad del producto valorando el trabajo artesanal para concebir un desarrollo social, económico y político que permita el cierre de brechas, la incorporación e impulso en forma productiva y competitiva del artesano en el crecimiento económico sostenible.

2.4 Categorías fundamentales

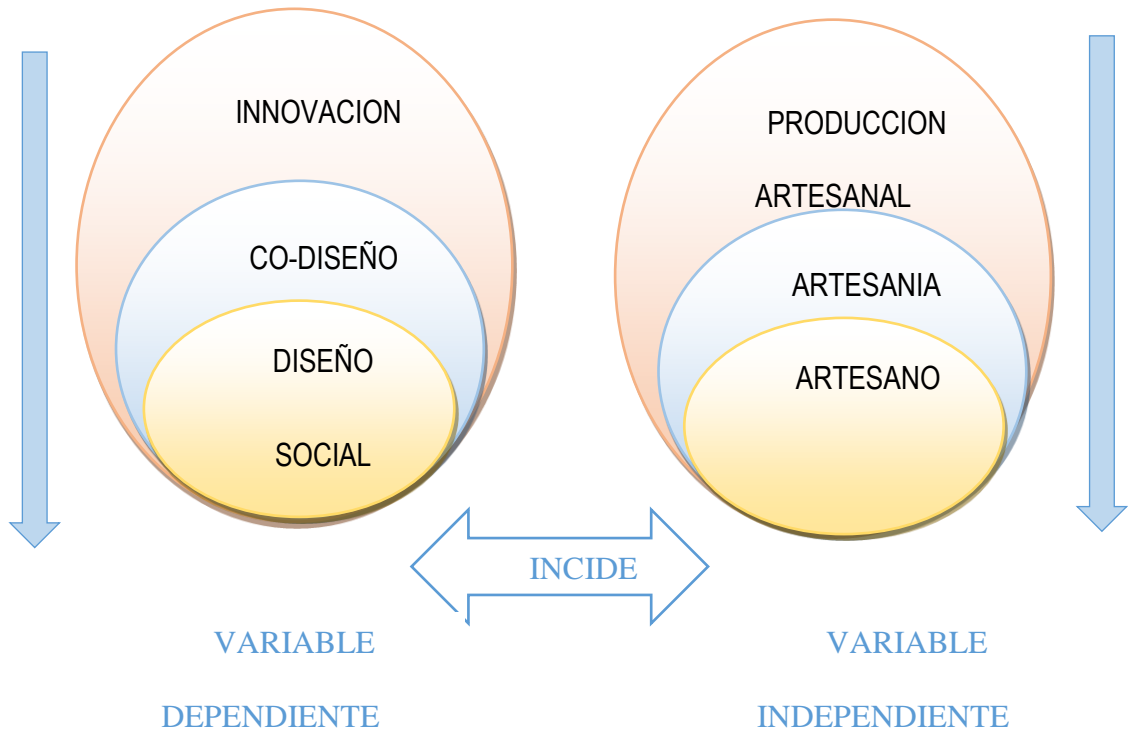


Figura 2. Categorías Fundamentales

2.5 Señalamiento de variables

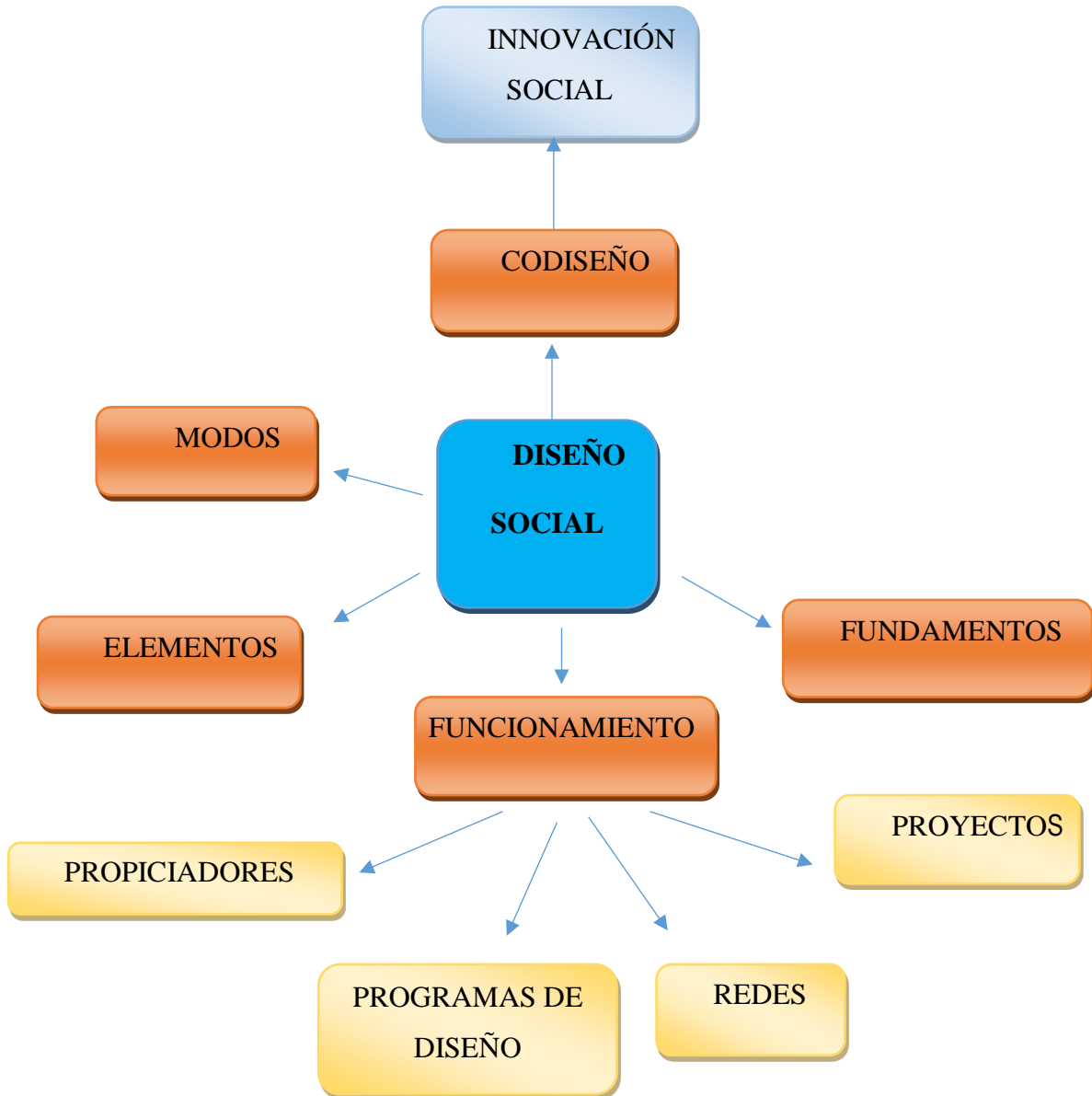


Figura 3. Señalamiento de variable Diseño Social



Figura 4. Señalamiento de Variables Artesano

2.5.1 Variable dependiente

Innovación

De acuerdo a la percepción de la Cámara de Comercio de España la innovación es:

Actividad relacionada con la creatividad, el azar o la inspiración de un momento. Pero estos elementos, que pueden ser importantes para que se dé el proceso de innovación, son sólo algunos de los componentes que intervienen en dicho proceso. En efecto, tener ideas es sencillo, tener buenas ideas ya es más complicado, pero lo que realmente constituye un reto estratégico para las empresas es generar continuamente buenas ideas y convertirlas en productos y servicios con éxito comercial en el mercado. Eso es lo que llamamos gestión de la innovación, centrada en estos casos en innovación en producto/servicio. (España, s.f.)

Según (Mazini, 2015) abarcando la parte social define a la innovación como “ideas que satisfacen las necesidades sociales y crean nuevas relaciones o formas de colaboración” (pág.14). Esta se ha extendido debido a la situación económica existente, para salir de la pobreza ven un sin número de iniciativas, y toman decisiones, en donde muchas personas asimilan una nueva forma de vida y redelinean su prosperidad de maneras que no son tradicionales. Además, debe ejecutarse en función del contexto local, con una observación a las comunidades y reducidas unidades productivas, a través de un punto de vista colmado de herencia cultural que corresponda la metamorfosis que se produce por la incorporación de la innovación. (Galán,2011)

Clasificación de la innovación

La innovación envuelve a la concepción de nuevos productos además de servicios y a la forma de hacer las cosas. Por lo cual, existen diversas definiciones de clases de innovación. La referencia bibliográfica en materia de innovación define los siguientes tipos de innovación según (de Oslo, 2005)

Innovación de producto

Según (Jansa, 2010) este tipo de innovación discurre que un producto con características y rendimientos diferenciados de los productos existentes, que atrae la mejoras en plazos o en servicio en una empresa para esto necesita:

características técnicas

-favorece un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado,

uso u otras funcionalidades

-mejora con conocimiento o tecnología,

-adelantos en materiales,

-avance de componentes

- perfeccionamiento en la informática integrada..

Innovación de proceso

Según (Jansa, 2010) este tipo de innovación se emplea tanto a los sectores de producción como a los de distribución. Su finalidad proveer transformaciones reveladoras aplicadas a las técnicas. El preámbulo de una nueva, o perceptiblemente

mejora en la información y la comunicación (TIC) está propuesta a mejorar la eficiencia y/o la calidad de una acción. Sus características son:

- disminución de los costes unitarios de producción o distribución,
- transformar de calidad,
- programas informáticos empleados,
- transformar los procesos de producción
- innovar procesos
- optimización de la contabilidad
- mejora de procesos de mantenimiento.

Innovación en Marketing

Según (Jansa, 2010) este tipo de artesanía utiliza un método de comercialización nuevo para la empresa, que conlleva permutas específicas en diseño, embalado, posicionamiento, promoción o tarificación. La diferenciación en el método admite un distanciamiento total al modelo establecido con anterioridad. Presenta las siguientes características

- creación de nuevos canales de venta
- venta directa,
- modificaciones en la forma de exhibir el producto o
- la venta de licencias de uso
- modificación en la comunicación

- utilización de nuevos soportes,
- sustitución del logo,
- utilización de nuevos sistemas de fidelización
- utilización los sistemas personalización de la relación con el cliente.
- creación de nuevos modelos de tarificación

Innovación en organización

Según (Jansa, 2010) este tipo de innovación fomenta permutas en las prácticas y procedimientos, optimando la productividad o reduciendo los costes de transacción internos para los clientes y proveedores. Las características de este tipo de innovación son:

- modernización en la gestión del conocimiento
- modificaciones en el lugar de trabajo
- muda en relaciones exteriores
- nuevas decisiones estratégicas
- introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción
- incorporación de nuevos sistemas de suministro
- incorporación de nuevos sistemas de gestión de la calidad
- nuevos modelos de relaciones con clientes y proveedores,
- incorporación de centros de investigación
- integración de proveedores

- subcontratación de actividades
- integración de nuevos programas informáticos y
- nuevos modos de recopilación de datos

Codiseño

El codiseño es:

Experiencia interdisciplinar en el que cada interviniente tiene un papel importante y también contribuye al proyecto, con independencia de su entorno social, cultural o profesional. La asociación con los usuarios garantiza su inclusión en el desarrollo del conocimiento, la creación de la idea conceptual y desarrollo de productos, cuyo objetivo final es servir mejor a los propios usuarios. Esta perspectiva promueve el conocimiento de las necesidades, preferencias, deseos, creencias, origen, los valores ideológicos y éticos de los usuarios, obligando a los diseñadores a orientarse hacia una mayor investigación empírica, presentando soluciones derivadas de una comunicación permanente y bidireccional con los que van a utilizar su proyecto. (Aguas, 2016)

Según (Mazini, 2015, pág. 86) el codiseño es un proceso complejo que depende de los individuos involucrados, donde son escuchados y están dispuestos a escuchar, cambiar su perspectiva y establecer un criterio sobre los corolarios logrados. Esto debe estar representado por todos los implicados para que no surja antiguas premisas, donde unos cuanto influyen a la creación de un producto, relegando la cultura, tradición de los espacios donde se generan. Esta respuesta es extensa e interdisciplinaria entre sujetos y conjuntos que instauran propuestas de diseño que ofrezcan liberar un debate social y nutrir con nuevas opiniones ya que son dinámicos y deben estar conectados.

Encuentro colaborativo

La colaboración tiene lugar cuando los sujetos se encuentran uno delante del otro para intercambiar tiempo, intereses, costumbres, culturas etc., para crear una valía en simultáneo, que además de personas también intervienen cosas y lugares. Pero para que la interacción se produzca se deben aclarar las razones para su participación pues estas corresponden a la fuerza del vínculo social y la intensidad relacional. El diseño nos da la capacidad de entender esos encuentros en torno a las palabras, la sensibilidad y la creatividad con ello ayudar a las personas a dilucidar nuevas confluencias. (Mazini, 2015, págs. 121,122,123)

Diseño social

El diseño social senda pausadamente, pero con insigne representación la sociedad actual, casos como el programa de vivienda colaborativa en Milan, Psiquiatría Democrática o Slowd Food en Italia, mencionados por (Mazini, 2015) en su libro *Cuando todos diseñan, una introducción para al diseño para la innovación social* son el lucido ejemplo de un modelo utilitario, que puede formar sistemas, bienes o servicios con innovación, para dar soluciones a los diversos problemas que se hallan en contexto local o global gracias a un trabajo en conjunto con alta grado de filantropía y representativo. Esto es uno de los tantos eslabones dentro una compleja cadena de problemáticas establecidas que empieza en la parte individual de cada actor (pág.85)

La indagación de nuevas y eficaces soluciones ha llevado a la sociedad a proveer cambios significativos en donde se desmarcan de un modelo establecido, abordando un camino mancomunado, diferenciado, económicamente viable donde la innovación

y la comunicación son esenciales para tal transformación. El caso de agricultura sostenida por la comunidad Luizhou en China recogida por Manzini proporciona un claro ejemplo donde se pueden establecer mercados para productos orgánicos, a precios justos donde el cliente como el productor son beneficiados, y rescatado la práctica de la agricultura como valor patrimonial. Todo esto se desarrolla por un modelo de invención que fue estudiado y discernido por el conjunto de actores que participan en el proyecto. Rompiendo el patrón global donde el agricultor no recibe un trato indolente y un pago exiguo.

Pero este cambio está enmarcado, dentro de un modelo colectivo que es sumado de forma individual, donde el sujeto, suma a una serie de actores inmersos por voluntad propia sin ataduras, que a su vez llaman a más actores para desarrollar un complejo sistema, en este escenario el diseñador hace su aparición al proporcionar originalidad, creatividad y demostrar habilidad como conocimiento, previo a un análisis minucioso de la situación para dar posibles soluciones a los problemas que va afrontar. Pero esto no implica que es el único que da reparaciones o establece caminos, los individuos lo acompañan en un modelo recíproco desde el sentido ideológico, como productivo un papel dual donde se intercambian experiencias, discernimientos a sí mismo conceptos que enriquecen el proyecto. Esto es un trabajo arduo, pero no perecedero en el sentido moral como en el participativo.

Emplazar el diseño social al entorno artesanal conlleva a referirse a la carencia económica y al desapego del entorno socio-política del individuo:

De ahí surge la noble naturaleza ética del diseño social, pero también sus limitaciones: si os implicados en esos temas socialmente sensibles no pueden expresar una demanda formal, tampoco pueden soportar los costes que

conlleven y, por consiguiente, los expertos en diseño se ven en las obligaciones de trabajar en forma gratuita como si se tratara de un activada benéfica (aunque a veces puedan trabajar para una organización benéfica que les pague con ello, tal cosa tiene lugar en el marco de iniciativa, en general, son de esa naturaleza).en consecuencia, hay una modalidad habitual de diseño que opera en términos icónicos y otra que lo hace por motivaciones éticas y de forma benéfica. (Mazini, 2015, pág. 85)

El compromiso social concertó la equidad de la sociedad según (Garcia, 2011) “con todos los grupos de interés que le rodean y con los que tienen algún tipo de relación: clientes, proveedores, comunidad, gobierno, trabajadores esta relación justa se plasmara en acciones concretas que serán diferentes según la naturaleza, tamaño o sector de la actividad” (pág. 169) .Esta correspondencia es en beneficio para la orbe y da palabra a individuos que sin esta visión no tendría voz. A nivel global Christina Kim promueve la artesanía proporcionando voz a los pueblos más olvidados de Latinoamérica asistiendo con las artesanas de Oaxaca o en la India con el don humanitario de sus creaciones donde lo social impulsa la figura femenina colaborando con grupos como la Asociación de Mujeres Trabajadoras. Una representación de trabajo desde y para la sociedad, sin concentrar el individualismo según (Avendaño, 2018).

Organizaciones del diseño

Las organizaciones residen en valor de las prácticas, técnicas, ocupaciones y compromisos para el establecimiento de procesos, y la aplicación de metodologías que sirven para el acortamiento de metodologías de trabajo permitiendo una recomendable coherencia, coordinación optimización de los recursos y actividades para el conjunto de personas que lo integran un modelo donde el beneficio colectivo es su razón de ser.

(Munch, 2007) Louerdes señala 9 principios que tienen las organizaciones:

Unidad Organizacional:

Cualesquiera de las actividades determinadas como por ejemplo existencia de una estructura, función, proceso, procedimiento en la organización están unidas con objetivos, la misión y la visión de la empresa para alcanzar la misión de la organización. Al no lograr esto se pueden generar estructuras, sistemas y funciones que resten de costos, esfuerzos, que ocasionan gastos innecesarios. (Munch, 2007, pág. 2)

Especialización:

Contempla que el trabajo de una persona o un área, está sujeto a la confinación si es viable a la ejecución de una sola actividad. (Louerdes, 2005)

Jerarquía:

Discierne el papel de la autoridad, sus límites responsabilidades que deben estar establecidas y comprendidas por sus sub alternos.

Paridad de autoridad y responsabilidad:

A cada grado de responsabilidad conferido, debe corresponder el grado de autoridad necesario para cumplir dicha responsabilidad.

Unidad de mando.

Según (Louerdes, 2005, pág. 2) “Determinar centros de autoridad y decisión, para cada función debe designarse un solo jefe, y que los subordinados no deberán reportarse a más de un superior” ya que mantener dos figuras del mismo nivel destrosa criterios de los sub arternos.

Difusión.

Cualesquiera de los procesos, sistemas o técnicas establecidas en la empresa deben ser socializadas a al grupo o departamento donde serán tratadas. Para que esto se realice. (Louerdes, 2005)

Amplitud o tramo de control.

Establece que gerente no debe practicar jurisdicción directa a más de cinco o seis áreas o subordinados, esto permite que el titular del cargo pueda desempeñar el puesto y cumplir con todas sus funciones con optima capacidad.

Coordinación.

Según (Louerdes, 2005) el equilibrio en todas las áreas de la empresa debe ser optimo propiciando una conexión que permita la optimización y eficacia.

Mejora continua.

Determinado la estructura organizacional esta debe mantenerse, optimizarse y concordar con las circunstancias de contexto de la empresa. (Louerdes, 2005)

Los individuos por libre elección deciden que crear y cómo pueden crearlo, son decisiones que conllevan a ser colaborativo y activo. De esta manera producen proyectos de vida, en donde el diseño deja de ser una elección, cuando se tiene alternativas dónde no somos conscientes de todas las posibles repercusiones de la modernidad. Manzini define a las organizaciones en un marco colaborativos que son:

Aquellos grupos sociales que emergen en entornos altamente conectados. Sus miembros optan por colaborar con el objetivo de conseguir resultados específicos y, al hacerlo, producen también beneficios sociales, económicos y ambientales. Se caracterizan por la libertad de elección (sus miembros pueden

libremente decidir cuándo y cómo se unen al grupo o cuándo y cómo lo abandonan) y por su disposición abierta (representan una actitud positiva hacia “otros”, ya sean otras personas, ideas u organizaciones). (Mazini, 2015)

Clases de diseño

Se divide en dos: diseños difusos se relaciona a la capacidad natural para el diseño es realizada por inexpertos, diseño experto que son personas formadas para actuar como tales de una manera competente y se proponen a sí mismo como profesionales de esta disciplina. De esta manera los primeros se encuadran en organizaciones colaborativas las tienen dos caminos la uno se respalda en el redescubrimiento sociocultural que es el resultado de la reflexión al problema de crisis de tradiciones que está establecido y la segunda que se denomina salto de etapas en esta realidad encontramos las siguientes organizaciones:

Empresas sociales difusas:

Produce a un tiempo resultados concretos y calidad social, referido a organizaciones colaborativas en la que la gente se vuelve activa para ayudar a los demás y crear un valor comúnmente reconocido con propuestas que sean al mismo tiempo ejemplo tangibles de nuevas formas de ser y hacer.

Asociaciones, servicios y empresas de producción

Son grupos de personas que trabajan juntas para descubrir soluciones y posibilidades además se convierten en coproductores, de tipo particular en donde los usuarios finales participan activamente y asumen e papel de diseñadores y coproductores.

Asociaciones Prototipo:

Son las que tienen una idea que pueden ponerla en práctica, pero están en etapa inicial y una gran inversión de tiempo y atención por parte de los integrantes para saber si lograrán subsistir en el tiempo

Convergencia del diseño difuso y diseño experto

La búsqueda del valor cultural como el de resultados prácticos separados por largo tiempo han encontrado un punto de fusión debido a las mejoras técnicas y el acceso a ciertas organizaciones colaborativas. Como ejemplo, en la búsqueda de soluciones para salir de la crisis económica el individuo busca la manera más rápida y eficaz para resolver la dificultad, dejando la individualización y una evolución lenta sin resultados visibles. Saltan de un modelo tradicional a uno con organizaciones abiertas con cierto grado de libertad, es decir se produce un salto en etapas sociales dejando de lado la progresión habitual. (Mazini, 2015, págs. 113,114)

Procesos del diseño social

El diseño para la innovación está basado en el diseño experto el cual procede dentro de técnicas de colaboración abierta con un sin número de iniciativas con modos, términos y efectos bien establecidos con esto se produce un cambio que conlleva a romper paradigmas.

Tabla 1.

Procesos del diseño social.

Etapas	Funcionamiento
Pensamiento	El profesional asume que su cultura y perfil operativo son una mezcla de creatividad, conocimientos del diseño y capacidad para el dialogo
Proyectos	A través de esto alcanzan desarrollo autónomo activando innovadores sociales que llegaran a ser independientes de los diseñadores
Diseñar programas	Con esto se identifica un grupo adecuado para construir valores, e intereses convergentes, reunir y hacer propuestas combinando la capacidad de visión con la capacidad de entendimiento mutuo
Propiciadores	Los diseñadores quienes realizan debates, generan visiones deben concretar propuestas que conecten iniciativas locales con otras de mayor escala.

Fuente: Mazini,E (2015, pág.87,88,89,90,91,92)

Modos del diseño

Indican quienes son los expertos en diseño y cuáles son las personas capaces de diseñar, conocer como realizan estos procesos, su capacidad, su representación y los motivos que está dividido en cuatro cuadrantes

Según (Mazini, 2015) en los modos de diseño participan:

Organización base

Solución de problemas /diseño difuso cuadrante 1 es utilizada por grupo de personas con iniciativas a los problemas, no son profesionales.

Activistas culturales

Diseño difuso/proporcionar sentido cuadrante 2 tienen intereses en actividades culturales y proponen lugares de encuentro, manifestaciones artísticas son los promotores culturales

Diseño y agencia de comunicación

Diseño experto/creación de sentido cuadrante 3 son diseñadores que conciben y desarrollan productos con comunicación, agencias de diseño

Diseño y agencias tecnológica

Experto en diseño/solución de problemas cuadrante 4 son diseñadores con perfil técnico solucionan problemas complejos, agencias basadas en equipos interdisciplinarios.



Figura 5. Modos de diseño

Fuente: (Mazini,E pág.52)

Fundamentos del diseño

El buen diseño es la mejor expresión de la esencia de algo (Wong, 1995)

Elementos del diseño

Un diseñador puede realizar diseños sin conocimiento alguno sobre la materia, ya sea por gusto personal o por su sensibilidad a la creación visual sin embargo conocer de estos principios le hará ser un mejor diseñador. En general se distinguen 4 grupos: elementos conceptuales, elementos visuales, elementos de relación, elementos prácticos.

A. Elementos Conceptuales

Los elementos conceptuales son aquellos que están presentes en el diseño, pero que no son visibles a la vista. Se dividen en 4 elementos

Punto: Indica posición, no tiene largo ni ancho, es el principio y el fin de una línea.

Línea: Es una sucesión de puntos, tiene largo, pero no ancho, tiene una posición y una dirección.

Plano: Un plano tiene largo y ancho, tiene posición y dirección y además está limitado por líneas

Volumen: El recorrido de un plano en movimiento se convierte en volumen, tiene posición en el espacio, está limitado por planos y obviamente en un diseño bidimensional el volumen es ilusorio.

B. Elementos Visuales

Por ejemplo cuando se dibuja una figura en el papel, esa figura esta formada por líneas visibles, las cuales no solo tienen un largo, sino que un ancho, un color y claro una textura (definida por lo materiales utilizados). Asi pues como ya han de suponer, los elementos visuales son:

Forma: Todo lo visible tiene una forma, la cual aporta para la percepción del ojo una identificación del objeto.

Medida: Todas las formas tienen un tamaño.

Color: El color se utiliza comprendiendo no solo los del espectro solar, sino asimismo los neutros (blanco, negros, grises) y las variaciones tonales y cromáticas.

Ampliación: El color es un fenómeno físico de la luz, relacionado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético, que perciben las personas y algunos animales a través de los órganos de la visión, como una sensación que nos permite diferenciar los objetos del espacio con mayor precisión.

Textura: Tiene que ver con el tipo de superficie resultante de la utilización del material. Puede atraer tanto al sentido del tacto como al visual.

C. Elementos de Relación

Se refiere a la ubicación y a la interrelación de las formas en un diseño. **Dirección:** La dirección de una forma depende de como esta relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.

Posición: La posición de una forma depende del elemento o estructura que la contenga.

Espacio: Todas las formas por mas pequeñas que sean ocupan un espacio, el espacio así mismo puede ser visible o ilusorio (para dar una sensación de profundidad)

Gravedad: El efecto de gravedad no solamente es visual, sino que también psicológica. Podemos atribuir estabilidad o inestabilidad a una forma o a un grupo de ellas.

D. Elementos Prácticos

Los elementos prácticos van mas allá del diseño en si y como es de esperar son conceptos abstractos.

Representación: Se refiere a la forma de realizar el diseño: puede ser una representación realista, estilizada o semi-abstracta.

Significado: Todo diseño conlleva conciente o subconscientemente un significado o mensaje.

Función: Para lo que esta creado dicho diseño. Si bien la información recopilada y analizada en este artículo trata sobre el diseño en general, puede ser aplicada muy fácilmente al diseño web o al diseño gráfico. Si bien es cierto cada rama tiene sus diferencias parten de una misma base para todos, al fin y al cabo, la función de un diseño es crear un elemento tanto estéticamente adecuado como al mismo tiempo funcional y práctico.

Leyes de la Gestalt

Según el movimiento de psicología de Alemania sostiene que la Leyes de la Gestalt se “encarga de configurar, mediante diversos principios, todos aquellos elementos que se pasan a formar parte de ella gracias a la acción de la percepción o al acervo de la

memoria”en este pensamiento , el todo nunca es equivalente a la sumatoria de sus diversas partes, más bien es diferente.

Ley general de figura y fondo:

Según (Calderon, 2018) Implanta la realidad que el cerebro no puede descifrar un objeto como figura o fondo a la vez. Obedece a la apreciación del objeto observado. Esta ley abarca en simultaneo las otras leyes que serán tratadas y tiene como características organizar con simples grafías bidimensionales el plano en que operan.

Ley general de la buena forma (Prägnanz o Pregnancia):

Es la impregnación de la información, la fuerza de la forma, es la dictadura que la forma ejerce sobre los ojos. La ley de la buena forma se basa en la observación de que el cerebro intenta organizar los elementos percibidos de la mejor forma posible, esto incluye el sentido de perspectiva, volumen, profundidad etc. El cerebro prefiere las formas completas y estables de esta manera esta ley involucra a otras leyes anteriormente mencionadas.

Ley del cierre o de la completación:

Esta ley consiste en que nuestra mente cierre por nuestro imaginario las figuras con ciertas características Las formas cerradas y acabadas son más estables. Tendemos a cerrar y a completar con la imaginación las partes faltantes. Tanto mejor será una forma, cuanto mejor cerrado esté su contorno. Las formas abiertas o inconclusas provocan incomodidad y por lo que existe una tendencia a completar con la imaginación aquello que falta.

Ley del contraste:

La posición relativa de los diferentes elementos incide sobre la atribución de cualidades (como ser el tamaño) de los mismos. Una forma es tanto mejor percibida, en la medida en que el contraste entre el fondo y la forma sea más grande. Percibimos diferencias. Sin contraste no hay percepción. Si el papel es blanco y la tinta blanca no podré percibir. En el terreno de lo psíquico esta ley se utiliza comparar situaciones y contextos. En este sentido, aunque los valores absolutos (medidas) se mantienen, el compararla con otra puede hacer que una situación cobre un valor diferente.

Ley de la proximidad:

Los elementos aislados, pero con cierta cercanía tienden a ser considerados como grupos. Tendemos a considerar como "un todo" a aquellos elementos que están más próximos. Suponemos que las personas que conviven, por ejemplo, están afectivamente próximas. Existen diferentes calidades de distancias: físicas, emocionales, intelectuales, de clase, etc.

Ley de la similitud:

Los elementos que son similares tienen a ser agrupados. Los elementos similares tienden a verse como parte del mismo conjunto o bloque y se pueden separar claramente del resto. Esta ley tiene la importante función de hacer familiar el mundo desconocido.

Continuidad:

Los elementos son conectados a través de líneas imaginarias en lugar de ver puntos o grupos de puntos. Esta ley se manifiesta en la tendencia a unir elementos separados a fin de crear formas continuas. Como en la ley de cierre, se completan las partes faltantes. Esto se corresponde con el acto de completar las partes que no vemos en historias, El pensar que las cosas y personas que no vemos siguen estando allí. Asimismo pensamos que las partes no visibles son similares a las que vemos, pensamos que las personas se comportan en todos lados igual que cuando las vemos.

Movimiento común o destino común:

Los elementos que se desplazan en la misma dirección tienden a ser vistos como un grupo o conjunto. En el orden psíquico esta ley se manifiesta en las tendencias a agrupar a las personas o eventos por un rasgo común como sucede en el caso de la similaridad. Los movimientos comunes en lo psíquico definen rasgos de homologación entre caracteres, la diferencia es que estos rasgos se relacionan con el hacer (moverse) más que con el ser como en la similaridad.

Ley de la simetría

Las imágenes simétricas son percibidas como iguales, como un solo elemento, en la distancia.

Principio de Birkhoff:

Una forma será tanto más pregnante, cuanto mayor sea el número de ejes que posee.

Principio de memoria o de la experiencia:

Las formas son tanto mejor percibidas por un organismo cuanto mayor sea el número de veces que hayan sido presentadas a ese mismo organismo en el pasado.

Ley de la transposición:

Cuando las modificaciones introducidas no alteran su estructura, la forma permanece, pero cualquier adición o supresión produce efectos diferentes así se pone de manifiesto la idea de estructura. Ciertas líneas introducida en una construcción formal pueden modificar la percepción de la misma.

Principio de Jerarquización:

Una forma compleja será más pregnante cuando la percepción del receptor esté mejor orientada de lo principal a lo accesorio; es decir, que sus partes estén mejor jerarquizadas.

Principios del diseño

Se denomina principios a los procedimientos del diseño se clasifican en:

Equilibrio

Organización de los elementos para que haya estabilidad en el diseño, puede ser: simétrico, asimétrico y radial.

Contraste

Creación de una diferencia profunda entre los elementos para generar interés visual.

Patrón

Repetición de elementos

Repetición regular de elementos para producir la sensación de movimiento.

Énfasis

Enfoque, lograr la atención en una área o elemento

Proporción

Sensación de unidad creada cuando todas las partes corresponden con el todo entre sí.

Unidad

Integración de los elementos y principios para obtener un diseño armonico.

2.5.2 Variable independiente

Producción artesanal

Todas las empresas grandes como la microempresa también necesitan capital para poder trabajar. Por ello, el obstáculo mayor que tiene el microempresario para expandirse es la asistencia crediticia. La manera más eficaz para que el microempresario aprenda a usar el crédito es utilizándolo, día tras día, en su actividad, afirmó el representante de la Corporación Financiera Nacional en una entrevista al diario la hora. Los problemas se minimizarán en la nueva ley que está en trámite la cual incluye otros beneficios, como el Fondo de Desarrollo Artesanal, que estar destinado al emprendimiento y crecimiento del sector, que actualmente genera empleo a más de un millón de personas, que trabajan en 108.000 talleres en el país, pertenecientes a 172 ramas de producción y servicios artesanales. La normativa fue socializada por la ministra de Industrias y Productividad (Mipro), Eva García, con gremios artesanales del país, para conocer los alcances del proyecto, como promover el bachillerato artesanal, la certificación profesional, la tecnificación en institutos técnicos y en escuelas de artes y oficios en un artículo publicado en el Diario el Telégrafo. (El telegrafo, 2018)

Actividad artesanal

Según (Bustos, 2009) un sistema de producción es un método, un procedimiento que desarrolla una organización para transformar recursos en bienes y servicios. Existen en la realidad diferentes sistemas productivos y pueden clasificarse según varios criterios, por ejemplo, según el grado de intervención del ser humano pueden ser (Tawfik, 1992) manuales, cuando las operaciones o actividades son

realizadas íntegramente por personas; semiautomáticas, personas y máquinas se distribuyen las operaciones; automáticas, el ser humano se limita a la supervisión de las operaciones ejecutadas por las máquinas. Según la naturaleza del proceso, pueden ser de integración, cuando se unen varios componentes para la elaboración de un nuevo producto; de desintegración, se divide una materia prima o insumo en varios productos; de modificación cuando diferentes operaciones van dando forma al nuevo producto, también cuando se cambian detalles o componentes del objeto sin alterar su naturaleza. Según la continuidad del proceso, se pueden clasificar en varios tipos o enfoques (Heizer, 2001)

Los artesanos suelen tener un taller o sitio donde desarrollan su actividad y luego pueden vender sus productos en tiendas, ferias o incluso en la actualidad por internet. Los artesanos pueden realizar desde accesorios de moda como anillos, collares, pulseras, pero también muebles, lámparas, ropa, y toda clase de objetos decorativos. Además, se considera una artesanía los tejidos, pinturas y grabados cuando fueron realizados por un artesano. Las ferias de artesanos son el espacio generalmente en plazas, parques u otros lugares asignados específicamente para que los mismos vendan y expongan sus artesanías.

Artesanía

Según la definición acordada en el Simposio Internacional “La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera” (Manila, Filipinas, 1997) “Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la

contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente. (UNESCO, 2018)

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) de México, a través de su "Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad",¹ nos señala que la artesanía es: "Un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano. El dominio de las técnicas tradicionales de patrimonio comunitario permite al artesano crear diferentes objetos de variada calidad y maestría, imprimiéndoles, además, valores simbólicos e ideológicos de la cultura local. La artesanía se crea como producto duradero o efímero, y su función original está determinada en el nivel social y cultural, en este sentido puede destinarse para el uso doméstico, ceremonial, ornato, vestuario, o bien como implemento de trabajo..." (FONART, 2018)

Identidad

La artesanía es un concepto dinámico, que ha ido cambiando a lo largo del tiempo, que generalmente resurge en los momentos de cambio social como un modo de producción y consumo que se desenvuelve en un modelo dominado por la

industrialización, que es desempeñando por el artesano quien es que se enfrenta a un panorama con nuevas problemáticas que tendrá que resolver para no salir del entorno.

La artesanía es un concepto múltiple, con significados y valores diferentes para cada grupo de consumidores. En la medida en que personifican un guía de producción personalizado, se configura como un sector inmensamente diverso y fragmentado. Cuya identidad está marcada por una serie de factores donde nace y produce. En las manos del artesano donde se forma de esta manera estará vinculada a su entorno y contexto. Esta se desarrolla como resultado del discernimiento reflejado en sus hábiles manos

La artesanía es una actividad productiva que necesita ajustarse a las demandas del mercado. Como existen muchos mercados diferentes dentro de la artesanía, cada artesano tiene que seleccionar en cual se posiciona y articula que nuevamente estará dirigida por su artífice y su realidad. De esta manera la identidad de la artesanía está íntimamente ligada al artesano y viceversa.

Segmentación de la artesanía

La segmentación de la artesanía se relaciona a la evolución de la sociedad que en palabras de Juan Carlos Santos en la conferencia impartida en el marco del Encuentro Alicante Artesanía y Lujo by creativity el 4 de diciembre del 2014 menciona que la sociedad evolucione de un cumulo de colisiones o saltos y es coherente a la forma que percibimos la realidad a lo que llamamos comúnmente cosmovisión. La artesanía es exigida por nuevos mercados y para ello necesita transformación, integrando un valor específico, una estrategia comercial y de comunicación deferente. De esta manera lo folclórico, el universo del lujo, el

movimiento Do It Yourself (hazlo tú mismo) y el mundo del diseño están creando, desde diferentes perspectivas, valores que impregnen sentido a la artesanía

La evolución del mercado de la artesanía está basada en dos estereotipos: el primero relaciona la reparación de la artesanía tradicional que involucra la valía de su cultura entorno a materiales, técnicas e identidad, que se desarrolla a partir de clientes que requieren souvenir. Pero esta demanda deriva a productos de bajo valor con lo que es imposible subsistir, disminuyendo calidad, creatividad y cultura a la artesanía y desvalorizando al artesano. La segunda donde solo persistieron los artesanos con modelos empresariales, está basada al desarrollo de una artesanía creativa que es moderna, artística y está en el contexto actual, que logro ubicarse en mercadillos y tiendas hasta ser reemplazada por los productos asiáticos más baratos. En este marco grandes tendencias de artesanía se desarrollan, la folclórica, suntuaria, formal y contemporánea que se relaciona con una división menor la artística, techno artesanía, etnográfica que aportan ciertas particularidades a las grandes tendencias. (Santos J. , 2014)

Artesanía folclórica

Nace de los esfuerzos de rescatar la artesanía tradicional en los años 70 con el auge en los años 80 y una vulgarizándose en la última década debido al souvenir que termino convirtiéndose en un estereotipo de baja calidad. Relacionado con vínculos afectivos y de valores por apariencia del producto. Dinamiza la economía de las pequeñas empresas familiares y se representa de forma sociocultural en eventos locales. (Garcia, 2011, pág. 82)

Las características representativas de esta artesanía son las siguientes

- Su apariencia estética esta disminuida en referencia a la presentación y al producto
- Estandarizan su producción, utilización moldes, plantillas y calcas
- Mantienen algún proceso manual
- Diseño espontaneo fresco y simpático
- Utilización de materiales naturales y reciclados
- Perspectiva ecológica por generar empatía
- Se comercializa en feria mercadillos, lugares de encuentros familiares, hoteles de turismo rural, espacios de asociaciones, tiendas de souvenir
- Packaging representativo al artesano
- Consumidor poco cualificado de edad media y estatus medio bajo
- Precio bajo

Artesanía Informal

Procede de la neo artesanía de los años 80, está relacionada con actitud de independencia, valores, autenticidad, compromiso social y amonestación al modelo vigente de sociedad. relacionada con la tecnología y las redes sociales, enmarcado en el corriente DIY (“Do It Yourself”, “hazlo tú mismo”), que siembran el acercamiento social e ideológico de la artesanía. (Santos, 2010).

Las principales características de la artesanía informal son:

- Consumidor estatus económico medio, joven
- Perspectiva ecológica

- Representación del artesano en el producto
- Integración a diferentes colectivos
- Modos de producción alternativas
- Comercialización por redes sociales, páginas web, blogs
- Contacto personal y cooperativo a través de la artesanía
- Precio bajo

Artesanía Suntuaria

Diferenciado por dos tipologías de empresa; grandes marcas de lujo como Chanel o Lowe que en la tradición afirma legitimidad y dan tendencia a esta artesanía y pequeños talleres con fuerte referencia local y producto La artesanía está relacionada históricamente con el mercado de la ostentación, en el cual resalta los valores tradicionales, referentes culturales y el empleo de técnicas y saberes ancestrales, propios de una comunidad como expresión de status, elitismo y sofisticación. (García, 2011)

Las principales características de la artesanía son:

- Consumidor de estatus económico alto y estilo conservador
- Imagen corporativa establecida
- Plan de comunicación resaltando prestigio, exclusividad personalidad.
- Presentación de dos colecciones anuales
- Vinculación de marca con personaje conocidos
- Patrocinador de eventos sociales y culturales

- Presencia en web, redes sociales medios tradicionales
- Desarrollo dos líneas de productos, exhibición y comercialización respectivamente
- potencia el uso de técnicas y materiales
- Reinterpretación de tendencias bajo filosofía de marca
- Intervención del diseñador
- Artesanía de precio alto

Artesanía Contemporánea

Surge al final de los años 90 inscrito al representativo vanguardista que refleja practicidad, narración, protagonismo, para la creación productos conceptuales que enuncien doctrinas que susciten la deliberación que se consigue gracias la incorporación del diseño que tiene como actores a los artistas, artesanos y jóvenes diseñadores. La proliferación de pequeñas editoriales de moda que promueven la colaboración del artesano y del diseñador nace de este segmento así como los desing-marker que son aquellos diseñadores que hacen artesanos o los artesanos con un gran conocimiento del diseño. (Garcia, 2011)

Las principales características de esta artesanía son

- Combinación de materiales naturales e inteligentes
- Combinación de técnicas manuales y tecnológicas
- Consumidor estatus económico alto, joven muy cualificado
- Dos líneas de productos una conceptual y otra comercial
- Comercialización tiendas culturales, galería e internet

-Valor de marca innovadora, original conceptual

-Intervención del diseñador

-Artesanía de precio alto

La segmentación menor esta concedida de la siguiente forma según (Santos, 2010)

Tecno-Artesanía

Se desarrolla por el auge de nuevas tecnologías, vinculada a los movimientos de diseño emergente. las características son: software libre, tecnología accesible y sofisticada, articulación de metodologías del diseño en busca del activismo social.

Artesanía artística

Esta artesanía esta involucrada en el concepto entre arte y artesanía que siempre ha sido indeterminado, se basa en el reconocimiento social debido a estilo personal que refleje su apreciación de la realidad para concebir piezas únicas orientadas al coleccionismo

Artesanía recreativa

La sociedad es la conductora directa para la aparición de esta artesanía que promueve al artesano la impartición de cursos o talleres para complementar su actividad, considerada como una actividad social y de ocio.

Artesanía etnográfica

La artesanía ha estado relacionada a la evolución de la sociedad de este concepto nace el desarrollo de una revalorización, y rescate para afirmar vínculos socio-culturales. Las instituciones abordan este complejo desarrollo a través de proyectos museísticos, de restauración, de investigación y de exhibición.

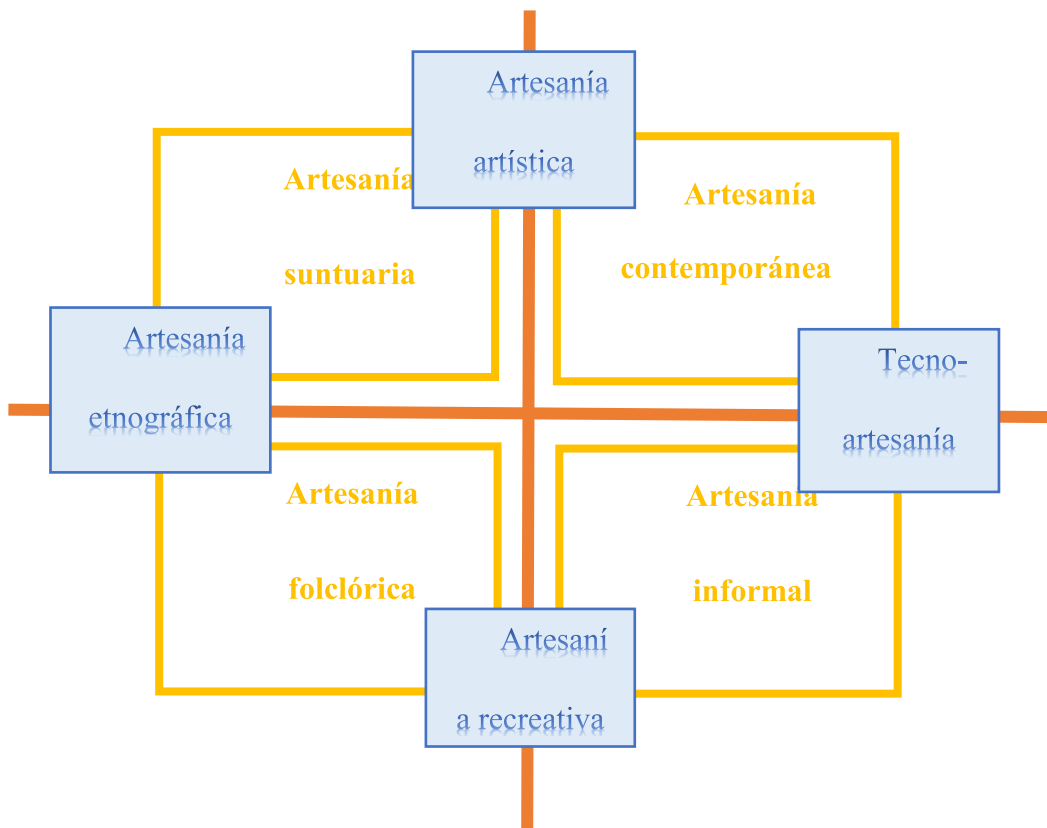


Figura 6.Segmentación de la artesanía

Fuente: (Garcia, 2011, pág. 79)

Artésano

Definir el término al artesano conduce a una serie de problemas, confusiones y posiciones divergentes porque, en sí mismo, es un agregado cuya característica indiscutible es su profunda heterogeneidad interna según la publicación del Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS, 2018). Esa dificultad se enuncia en las distintas ponencias vertidas por los expertos y artesanos acorde con la realidad ecuatoriana. La opinión de los expertos El Dr. Claudio Malo, funcionario del CIDAP, señala que "los términos artesanos involucran un importante conglomerado humano en el cual las diferencias económicas, sociales y de estilo de vida superan las

semejanzas. "de la misma manera adicionando una estratificación Edgar Pita, funcionario del CONADE, "en el artesanado coexisten una infinidad de modalidades de trabajo con desigual grado de atraso o modernización, unas asentadas en las urbes, otras en las áreas rurales".

Para la presente investigación se tomará la definición en la que "Un artesano es un productor de un artículo que está hecho a mano y que requiere una especialización que no forma parte de una cadena mecánica de producción. Un artesano es un productor especializado que trabaja, principalmente, con las manos para hacer artículos de uso cotidiano. Los artesanos son personas que hacen artículos/productos o que suministran servicios, tanto de valor utilitario como decorativo, utilizando las manos e implementos/herramientas tradicionales". (SRUTI, 1995)

Además, complementaremos el concepto con el que "Un(a) artesano(a) tiene atributos de dos clases, esenciales y secundarios. Sólo la persona que cuenta con todos los atributos esenciales es considerado artesano. La característica esencial de un(a) artesano(a) son las siguientes: Hace productos y / o proporción servicios a otros. Utiliza su propia técnica y trabajo para este fin. Hace productos y suministra servicios que usan técnicas tradicionales, es decir, técnicas que se han asociado históricamente con una actividad artesanal concreta, aunque se hayan adaptado con el paso tiempo a tecnologías, materiales y productos en evolución. Las características secundarias de un(a) artesano(a) son las siguientes: Es trabajador/a autónomo/a en el sentido de que esta persona disfruta de todo lo que produce con su propio trabajo o de todo el

valor que se añade al material en el que está basado. Funciona individualmente o a nivel doméstico”. (SRUTI, 1995)

Artesano de marroquinería

La creatividad del artesano de marroquinería queda manifestada en sus productos , éstos le permiten plasmar obras artísticas en las innumerables transformaciones con cuero, creando objetos útiles y duraderos hablese para esta investigación un bolso , todo es destreza y arte, la manera artesanal de trabajar el cuero no ha tenido grandes cambios con el tiempo pero en este punto cabe destacar que la incorporación de la máquina y ciertas herramientas han hecho que su existencia, se justifique por la necesidad del cliente hacia los objetos elaborados por estas manos.

Como es natural toda la producción de artículos de cuero conlleva una cadena de trabajo que va desde la crianza del propio animal hasta la venta en un establecimiento. Por resumir todo este proceso podemos diferenciar tres etapas fundamentales en este proceso:

- La materia prima: Los ganaderos deben cuidar las reses y mantenerlas en óptimo estado hasta que llegue el momento adecuado.
- La curtición: Una vez se poseen las pieles, éstas deben pasar por un proceso de curtición tanto físico como químico, para que adquiera la textura y el acabado que cada fabricante imprime a sus productos.
- La elaboración: Ya con el material en plenas condiciones y en manos del fabricante final, cada artesano da forma a su diseño ya sea de manera artesanal

o mediante el uso de máquinas que facilitan la labor y hacen que producir artículos de cuero conlleve una menor carga de tiempo.

Materiales de confección

La cadena de valor del artesano de marroquinería está íntimamente relacionada con el cuero y sus manufacturas que en el Ecuador se la considera una industria en evolución acorde con el Ministerio de Industrias y Productividad. Su particularidad es que la materia prima es un residuo del mercado de carnes de modo que su oferta es independiente de los vaivenes de su demanda. Así el segmento productivo y sus cifras económicas están relacionadas con este sector. (MIPRO, 2018)

Por otra parte según (Rojano, 2018) Concorre una gran variedad de materiales manipulados para la marroquinería, es decir que se podría llegar a utilizarse una amplia gama de materiales para su confección, para relleno y forma.

Los materiales se dividen en:

- Tejidos base.-La tela base es el material usado en la parte externa del bolso se puede utilizar tejidos planos como: gabardinas, tafetas, popelinas, tejidos de punto como lycras, flece, jeans, materiales no tejidos como la piel bovina. Caprina, porcina, cunicola, sintéticas como la cuerina.
- Rellenos.- Son los refuerzos internos que le dan cuerpo y firmeza al bolso o cartera, pueden ir pegados o cosidos, pueden ser tejidos no tejidos, elásticos o no elásticos. Entre los más usados están; cartón, cuero flex, suela, termo plástico etc.
- Forros.- el material para forro debe ser más liviano, debe tener resistencia al desgaste, libre de estática para que no se adhiera al cuerpo externo por sus

características se puede optar por materiales como: popelinas, rasos batistas y tafetas. (Rojano, 2018, pág. 19)

Proveedores insumos y componentes

La provisión de partes y componentes es uno de los problemas más cruciales en el sector. Si bien es cierto que los fabricantes presentan deficiencias en torno a la organización y al control de stock de la materias primas pocos artesanos cuentan con la tecnología para aumentar la manufactura y realizar un ciclo productivo, también es cierto que los proveedores no están en condiciones de satisfacer por completo sus pedidos. La oferta de insumos presenta deficiencias en calidad, homogeneidad y en el desarrollo de los mismos. Las fábricas tienen sus propias predeterminaciones. Problemas similares se registran en la mayoría de los insumos Cuero, adhesivos, materiales textiles y sintéticos y otros componentes como herrajes, hilos, forros, aprestos, cremalleras, tintas, etc.

Según (Rojano, 2018) los insumos y enseres son la parte fundamental en la programación del diseño de un bolso, y depende del contexto para ser utilizado ya que este puede proporcionar soporte. Se pueden encontrar una gran cantidad de avíos, los cuales modifican a su vez en diseños, materiales, formas, funciones, colores, etc. Los avíos se distinguen por:

Avíos funcionales: cumplen una función concreta; sujetar, amarrar o trabar alguna parte importante de los bolsos.

Avíos ornamentales: cumplen alguna función determinada pero también sirven para adornar y decorar como por ejemplo; las tachas, las etiquetas, el tira cierres con logos de marca, etc. (Rojano, 2018, pág. 20)

Tipos de marroquinería

Según (Rojano, 2018) todos tienen el deseo de entablar una retrospectiva a partir de algún elemento de marroquinería, chaquetas, correas, billetesas, portamonedas, bolso etc. Es donde se encontrara las respuestas enigmáticas e intrínsecas de la psicología femenina. El género femenino busca establecer una serie de símbolos que pueden estar representados en una serie de objetos que refuercen su propio criterio, este valor considerado autoestima es una parte de la esencia de la mujer. No hace falta mirar a una mujer a los ojos para saber cómo es esta, solo es necesario echar un vistazo al elemento que usa. (García, 2014)

Los bolsos son accesorios que ayudan a definir el atuendo gracias a sus formas y colores, crean unos conjuntos creativos, llamativos y únicos. “Los bolsos, en particular los de mano, han pasado a ser un poderoso símbolo tanto de riqueza como de poder” (Lau, 2013) Inicialmente fueron creados para satisfacer la necesidad de transportar diversos artículos de uso personal de un lugar hacia otro, hoy en día es realizado de manera personalizada de acuerdo con los gustos y preferencias del cliente, con diferentes tipos de materiales ya sean naturales o sintéticos, con acabados rústicos o suaves al tacto.

Por tomar una consideración el bolso por ejemplo es el aditamento necesario, predilecto e inherente de la mujer, que es esgrimidos por la ocasión, lugar, estatus económico, edad, etc. Es solo es una representación de los innumerables productos de la marroquinería que pueden llegar a significar lo mismo. Sus características y formas están adecuadas para su uso de esto se recalca la importancia de su tipología. (Nambaste, 2017)

Herramientas para la Confección

Según (Malo, Un acercamiento de la talabartería de Cuenca, 2006) Para manipular artículos de cuero en una primera fácil donde la etapa del proceso es manual siendo estas de fácil accesibilidad que son utilizadas en la talabartería. Para la parte de armado y confección se utiliza maquinaria dependiendo la función requerida.

Dentro de las elementales contamos con:

Tabla de madera blanda (sobre la que se realizarán los trabajos de corte)

Cinta métrica (para tomar medidas)

Martillo (para martillar el cuero y remachar el herraje)

Cuchillo (para cortar la piel)

Chaira (para sacar y asentar el filo de la herramienta)

Pica hielo (se usa para rayar o trazar líneas)

Lesna (sirve para agujerear el cuero)

Plantillas (copiar los diferentes modelos sobre el cuero)

Pinzas (para sostener la piel)

Tijeras (para cueros delgados)

Sacabocados (para perforar prolijamente el cuero)

Regla (de metal inoxidable para trazar líneas)

Compás metálico (para marcar líneas y puntos)

Rayador de madera (para marcar orillas)

Marcadores de letras (para grabar las mismas)

Figuras y números (para grabar los mismos)

Remachadores (para fijar broches de presión).

Máquina de coser recta

Máquina de aparar

Destalladora

Proceso de elaboración

El proceso productivo de la marroquinería comienza con el diseño y el posterior desarrollo del producto, es decir la fabricación del prototipo del artículo. Las publicaciones y los eventos relacionados con el sector marroquinerero son elementos centrales para definir el diseño y el prototipo. Asimismo, las provisiones de insumos completan los materiales para la producción industrial. Estos insumos son: cuero, adhesivos, materiales textiles y sintéticos y otros componentes como herrajes, hilos, forros, aprestos, cremalleras, tintas, etc. (Malo, Un acercamiento de la talabartería de Cuenca, 2006)

Se puede manifestar que existen cuatro procesos **de** producción de un objeto elaborado: preparación del material; manipulación del material: medición, trazado y corte; elaboración de las partes del objeto: , modelado, armado cosido y acabados.

Preparación del material

La preparación del material es realizada en las curtiembres en base ha especificaciones de cada artesano si ese fuera el caso de acuerdo al tipo de producto que se desee elaborar, lo que significa que esto varía de compromiso a cada caso.

Manipulación del material

El segundo paso es el corte, el cuero viene por pieza, como se imaginan tiene la forma del animal, por lo tanto distribuir el molde en el cuero es una tarea a conciencia acomodar cada pieza, todos los moldes, probar de una y otra forma, antes de marcar y empezar el corte, a fin de aprovechar lo máximo posible. El corte se realiza sobre una placa de vidrio o chapa, con bisturí o trincheta, en este procedimiento consideramos el rendimiento de la pieza. (Malo, Un acercamiento de la talabartería de Cuenca, 2006)

Elaboración de las partes del objeto

En esta parte intervienen dos funciones que deben hacer confluír su trabajo el primero es el trabajo de mesa quien es el que prepara las piezas antes del armado realiza funciones como colocar cemento con el pincel a lo largo de las piezas, dejar orear cuando al tacto resulte seco, proceder a hacer el dobladillo para luego enfrentar las dos piezas y pegarlas. La segunda función de armado donde se realiza la unión de los segmentos y se engrana todas las piezas de la cartera es un trabajo pródigo, minucioso, en donde existe la calidad, técnica necesaria para una buena apariencia de la artesanía.

Acabado

Finalmente se procede a un inspección del producto terminado , cortando los sobrante, y puliendo los detalles en lo referente a la apariencia posteriormente de la limpieza, desmanchado, inspección y reengrase, continua con el planchado, aplicación a pistola de colorante, reparación de la superficie, coloración de las napas, uso de adhesivos etc., en procura den mejora o reparación de los acabados existentes,

Ciertamente, no es necesaria la aplicación de todas estas técnicas a la totalidad de las prendas, pero hay que conocer las características de cada una y disponer de todos los materiales y métodos. (Malo, Un acercamiento de la talabartería de Cuenca, 2006)

2.5 Hipótesis

El diseño ha transgredido la confianza del artesano marroquino.

2.6 Señalamiento de variables

Variable dependiente: diseño

Variable independiente: artesano

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3. Descripción de la metodología.

Se define como la disciplina que elabora, sistematiza y evalúa el conjunto del aparato técnico procedimental del que dispone la ciencia, para la búsqueda de datos, la construcción del conocimiento científico. Radica en un conjunto más o menos coherente, racional de técnicas y procedimientos cuyo propósito fundamental apunta a implementar procesos de recolección, clasificación además de validación de datos y experiencias provenientes de la realidad, a partir de los cuales pueda construirse el conocimiento científico.

Esta favorece la producción de nuevos conocimientos en todas las áreas del saber humano, y constituye una herramienta básica para que el diseñador a través del manejo instrumental profundice y generar nuevos saberes en el campo de la artesanía donde se va interactuar, cabe recalcar que en la presente investigación el termino artesano marroquiner no se encuentra como clasificación dentro de las ramas artesanales si no que se lo sitúa dentro del grupo 3231 confección en cuero para soporte conceptual y procedimental para asegurar la contrastabilidad, aplicabilidad, pertinencia y validez de la presente investigación. (JNDA, 2018)

3.1 Enfoque investigativo

Es un proceso sistemático, disciplinado y controlado cuyo propósito es la guía para determinar resultados congruentes, claros, objetivos y significativos. Está directamente relacionada el método inductivo generalmente asociado con la investigación cualitativa que consiste en ir de los casos particulares a la generalización.

3.1.1 Cualitativa

“El proceso cualitativo no es lineal, sino iterativo y recurrente, las supuestas etapas en realidad son acciones para adentrarnos más en el problema de investigación y la tarea de recolectar datos y analizar datos es permanente” (Sampieri R. , 2014, pág. 523) El enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin una medición numérica para descubrir o afirma preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso, así mismo pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes y después, para refinarlas y responderlas según Sampieri.

Para el desarrollo de la siguiente investigación se utilizará el enfoque cualitativo, debido a que se llegará a reflexionar, analizar, busca y observar el proceso del análisis teórico y práctico del trabajo del artesano de marroquinería. Se tomará en cuenta el argumento y el discernimiento que tienen los involucrados para indagar el contexto en la cual se desarrollan sus productos y su realidad. Es esencial para el estudio ya que está orientada en aprender de la experiencia y puntos de vista del artesano para hacer valorar sus procesos, y por parte del diseño generar teorías elementales sobre la inmersión del diseño en ella, sus ventajas y las posibles soluciones a sus problemas.

3.2 Modalidad básica de la investigación

Consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viables para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de la organización o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. (Arias, 1999, pág. 14)

3.2.1 Bibliográfica

En los estudios cualitativos, más que integrarse en un marco teórico formal, se revisa la literatura con propósitos comentados previamente y su rol varío en el inicio y en la parte final del estudio. (Creswell, 2005, pág. 80) Es imperativo realizar un análisis bibliográfico y documental mínimo para no discutir extensivamente sobre el tema de esta manera facilitar que los datos y la información emerjan de los participantes, sin limitarnos a la visión de otros estudios. De esta manera se puede justificar y documentar la necesidad de realizar el estudio, además de apoyar o modificar los resultados existentes documentados en la literatura (Sampieri R. , 2014, pág. 531)

Con este contexto se examinará fuentes biográficas donde se encuentren técnicas, proceso materiales del artesano marroquineró en un contexto histórico por lo tanto de sus diferentes variaciones culturales como sociales, para apoyarnos en datos estadísticos y otros estudios previos para dimensionar el problema y al final tener un punto con el cual contrastar los resultados. Identificar si los estudios han llegado a conclusiones similares. En el campo del diseño social de similar forma el estudio se centrara en el ámbito de encuentros colaborativos donde existan casos o proyectos donde el diseño hace su interfaz ayudan al individuo a usar su innata creatividad y su capacidad para el beneficio colectivo.

3.2.2 De campo

Para la investigación se elige un ambiente, contexto o lugar apropiado donde se comenzará a responder a las preguntas de la investigación, este ambiente puede ser tan variado como el planteamiento del problema. (Sampieri R. , 2014, pág. 533). De esta manera debemos elegir al artesano marroquineró que va a ser parte primordial

del estudio para primeramente evaluar la conveniencia y accesibilidad ya que el acceso a nuestro ambiente es esencial para seguir. Por consiguiente, la investigación de campo es la mejor enseñanza debida a que solo observando directamente el ambiente se puede dar una eficaz clarificación de todos sus aspectos.

De la misma manera se seleccionará a los diseñadores que han colaborado con los artesanos para definir sus experiencias y consideraciones producto de la colaboración.

3.3 Nivel o tipo de investigación

Es visualizar el grado de profundidad con la que se estudia ciertos fenómenos o hechos en la realidad social, y todo ello dentro de una investigación.

3.3.1 Exploratorio

La investigación exploratoria se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido. Así mismo, suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo. Los estudios exploratorios sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa, sobre un contexto particular de la vida real. En este caso investigar problemas del comportamiento del artesano marroquiner y la intervención del diseñador, identificado conceptos o variables promisorias, prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones verificables.

3.3.2 Descriptivo

Danke (1989) señala que el estudio descriptivo no suele contener hipótesis, y ello se debe a que en ocasiones es difícil precisar el valor que se puede manifestar en una variable. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

En este caso, el objeto de estudio se da entre la artesanía y el diseño como los pilares fundamentales, para identificar sus dimensiones particulares y poder describirlas. Esto permitirá tener una visión clara de la participación del artesano y del diseñador en el desarrollo de productos innovadores sin destruir las características que permiten identificar a un producto realizado con procesos artesanales.

Al artesano de marroquinería se deberá medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar anticipando una serie de cuestiones. El proceso de la descripción se relaciona con condiciones, conexiones existentes, prácticas que tienen validez, opiniones del artesano, puntos de vista, actitudes que se mantienen y procesos en marcha. En la investigación descriptiva seleccionará el aporte del diseñador y el contexto de su intervención para seleccionar conceptos y medir cada uno de forma individual para describirlas, este análisis es importante y pretende especificar los puntos importantes del diseño, el artesano y su entorno. .(Cazau, 2006).

Como síntesis se dirá que los estudios descriptivos se centran en medir los explicativos en descubrir. El investigador debe definir que va a medir y a quienes va a involucrar en esta medición.

3.4 Población y muestra

Para el presente estudio se priorizarán dos perfiles, el primero está enfocado a los artesanos cuya actividad productiva es el desarrollo de artículos de marroquinería. Para lo cual, se abarcará a los artesanos que han adquirido una experiencia con un diseñador, para su ubicación se recurrirá a la Junta Nacional de Defensa del Artesano dentro del grupo 3231 Curtiduría, cueros y afines. El segundo grupo se diferencia a profesionales de diseño que han desarrollado proyectos con el apoyo de artesanos, o a su vez han trabajado en el desarrollo de productos.

3.4.1 Tipo de muestra

La muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación con procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica siendo esta una parte representativa de la población.

El realizar el diseño muestral es importante porque: a) Permite que el estudio se realice en menor tiempo. b) Se incurre en menos gastos. c) Posibilita profundizar en el análisis de las variables. d) Permite tener mayor control de las variables a estudiar.

3.4.2 Muestreo no probabilístico

Es aquel utilizado en forma empírica, es decir, no se efectúa bajo normas probabilísticas de selección, por lo que sus procesos intervienen opiniones y criterios del investigador.

3.4.2.1 Muestreo por conveniencia

Para la presente investigación se utilizará el muestreo por conveniencia debido que nuestro estudio busca establecer el contexto real de los artesanos marroquínos que realizaron alguna experiencia con un diseñador y no la representatividad del rama artesanal de marroquinería en general ya que necesitamos “casos que nos proporcionen sentido de comprensión profunda del ambiente” (Sampieri R. , 2014, pág. 563), con esto se busca inferencias que alcancen planos lógicos y de juicio de la población objeto de estudio, donde el diseño realiza su intervención. La representatividad estará determinada por el investigador de modo subjetivo, es utilizada porque se requiere una estrecha colaboración por parte de los artesanos y los diseñadores, es la única opción para que el estudio sea viable.

Para seleccionar y llegar las unidades de análisis se ha establecido las siguientes pautas, que los artesanos trabajen en cuero y afines, que sean marroquínos, que hayan obtenido una experiencia con un diseñador y además como eje fundamental la predisposición en las pautas citadas, debido a que la colaboración del artesano es relegada o condicionada de manera general. Ya que como señala Mertens (2005) en este tipo de muestreo cualitativo” es usual comenzar con la identificación de ambientes propios, luego grupos, y finalmente individuos.

Esta serie de filtros permitirán seleccionar el estudio de caso en donde el tamaño de la muestra va de una a varios casos cumpliendo con los requisitos para realizar el estudio. (Sampieri R. , 2014, pág. 563)

De una muestra de 3.738 de artesanos en la provincia de Tungurahua cabe recalcar que esta es una variedad en donde se encuentran diferentes actividades. Por cada

actividad artesanal tiene diferentes particularidades, para la realización del siguiente estudio se utilizar a los artesanos de marroquinería que han colaborado con un diseñador, desprendida de la rama que trabaja en cuero y afines.

De 3738 artesanos 334 trabajan en cuero y afines de ellos 66 en marroquinería y de estos 7 han tenido la experiencia con un diseñador

Tabla 2.

Artesanos

NOMBRE ARTESANO	DEL	ACTIVIDAD PRODUCTIVA	UBICACIÓN
Oscar Gordillo		Confecciones en cuero	Ambato
Olmedo Chango		Confecciones en cuero	Ambato
Wilmer Rodríguez		Confecciones en cuero	Ambato
Reinaldo Ramírez		Confecciones en cuero	Ambato
Carlos Salgado		Confecciones en cuero	Ambato

TABLA 3.

Diseñadores

NOMBRE ARTESANO	DEL	PROFESIÓN	UBICACIÓN
Silvia Zeas Carrillo		Mg. Dis. Textil y Modas	Cuenca
María Elisa Guillén		Mg. Dis. Textil y Modas	Cuenca
Silvana Peralta	Amoroso	Mg. Dis. Textil y Modas	Cuenca

Tabla 4. Variable dependiente: Diseño social

Contextualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas, Instrumentos
<p>Es modelo utilitario, que puede formar sistemas, bienes o servicios con innovación, para dar soluciones a los diversos problemas que se hallan en contexto local o global gracias a un trabajo en conjunto con alta grado de filantropía y representativo. Esto es uno de los tantos eslabones dentro una compleja cadena de problemáticas establecidas que empieza en la parte individual de cada actor</p>	Diseño	Experiencia	¿Podría describir la experiencia de trabajar con un artesano?	Entrevista, fotografías
		Proceso	¿Indique el proceso que realiza cuando colabora con un artesano?	Entrevista, fotografías
		Intervención	¿En qué etapa del proceso interviene el artesano?	Entrevista, fotografías
		Expresión	¿Que desea expresar y comunicar en el producto en colaboración con el artesano?	Entrevista, fotografías
		Obtención	¿Qué obtiene el diseñador del artesano durante la colaboración?	Entrevista, fotografías
		Aporte	¿Cómo relaciona el aporte del artesano con el del diseñador?	Entrevista, fotografías
		Contribución	¿La contribución del diseño en el producto artesanal es?	Entrevista, fotografías
		Desventajas	¿Señale las desventajas de trabajar con un artesano?	Entrevista, fotografías
		Aporte	¿Como considera el aporte de diseño en la elaboración del producto con el artesano?	Entrevista, fotografías
		Materiales	Tipos	¿Que tipos de materiales le ha sugerido utilizar al artesano para la elaboración de un producto?
	Razón		¿Señale la razón por la cual usted ha sugerido al artesano este tipo de materiales?	Entrevista, fotografías
	Aceptación		¿Cuál ha sido el nivel de aceptación de la sugerencia de materiales?	Entrevista, fotografías
	Técnicas	Procesos	¿En la elaboración del producto usted ha observado que el artesano utiliza?	Entrevista, fotografías
		Propuestas	¿Usted ha propuesto continuar o cambiar de técnica? ¿Cual es la razón de su respuesta?	Entrevista, fotografías
	Identidad	Refleja	¿El producto resultante del artesano y diseñador refleja?	Entrevista, fotografías
		Razón	¿Explique la razón de su respuesta?	Entrevista, fotografías
	Consumidor	Perfil	¿Cuándo ha colaborado con un artesano usted ha observado que él tiene un consumidor de perfil?	Entrevista, fotografías
	Comercialización	Precio	¿Cuál es precio del producto resultante de la colaboración de un artesano dar detalles del producto?	Entrevista, fotografías
		Promoción	¿Cuál es la promoción que usted daría a los productos en colaboración con un artesano?	Entrevista, fotografías

Tabla 5. Variable independiente: Artesanía

Contextualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas-Instrumentos	
<p>“Un artesano es un productor de un artículo que está hecho a mano y que requiere una especialización que no forma parte de una cadena mecánica de producción. Un artesano es un productor especializado que trabaja, principalmente, con las manos para hacer artículos de uso cotidiano. Los artesanos son personas que hacen artículos/productos o que suministran servicios, tanto de valor utilitario como decorativo, utilizando las manos e implementos/herramientas tradicionales”. (SRUTI, 1995)</p>	Diseño	Experiencia	¿Podría describir la experiencia de trabajar con un diseñador?	Entrevista, fotografías	
		Conocimiento	¿Para mejorar sus conocimientos de producción usted recurre a?	Entrevista, fotografías	
		Aporte	¿Cómo considera el aporte del diseño en la elaboración de su producto?	Entrevista, fotografías	
		Beneficios	¿El beneficio de colaborar con un diseñador fue?	Entrevista, fotografías	
	Materiales	Inconvenientes		¿Señale algún inconveniente que se produjo al colaborar con un diseñador?	Entrevista, fotografías
			Tipo	1.¿Qué tipos de materiales utilizan para la confección de bolsos?	Entrevista, fotografías
			Lugar	¿Para la adquisición de materiales de confección usted acude a?	Entrevista, fotografías
			Referencia	¿Para la adquisición del material usted toma como referencia?	Entrevista, fotografías
	Técnica	Motivo		¿Señale la razón por la cual acude a este tipo de proveedores?	Entrevista, fotografías
			Tipo	¿En la elaboración del bolso usted utiliza?	Entrevista, fotografías
	Consumidor	Motivo		¿Señale la razón para la utilización de esta técnica?	Entrevista, fotografías
			Genero	¿Su producto es demandado por un consumidor?	Entrevista, fotografías
			Edad	¿Su producto es demandado por un consumidor?	Entrevista, fotografías
			Nacionalidad	¿Su producto es demandado por un consumidor?	Entrevista, fotografías
	Comercialización	Nivel socio-económico		¿Su producto es demandado por un consumidor?	Entrevista, fotografías
			Valor	¿Señale el valor de venta de sus productos?	Entrevista, fotografías
			Venta	¿La venta es realizada por?	Entrevista, fotografías
			Motivo	¿Cuál es el motivo de la venta?	Entrevista, fotografías
			Fin	¿El fin de elaboración de su producto es?	Entrevista, fotografías
		Realizada por	¿La venta de sus productos se realiza por?	Entrevista, fotografías	

3.6 Técnicas e instrumentos

En opinión de Rodríguez Peñuelas, (2008:10) las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, en el que se registra los datos observables, de forma que representen verdaderamente a las variables que el investigador tiene por objeto. Las técnicas son recursos o procedimientos de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento y se apoyan en instrumentos para guardar la información elementos estrictamente indispensables para registrar lo observado durante el proceso de investigación.

Tabla 6.

Técnicas e instrumentos de investigación

OBJETIVO	TÉCNICA	INSTRUMENTO	TIPO DE INFORMACIÓN
1-2	Entrevista: es una técnica orientada a establecer contactos directo con las personas que se consideren fuente de información. Tiene como propósito tener información mas espontánea y abierta, durante la misma, puede profundizarse la indagación de interés de estudio.	Cuestionario estructurado	Primaria
1-2	Observación directa: es directa y confiable con un procedimiento sistematizado y controlado para el cual se utilizan medios audiovisuales muy completos, especialmente en estudios del comportamiento de la persona de trabajo	Fotografías video	Primaria
1-2	Análisis de documentos: es una técnica basada en fichas bibliográficas que tiene como propósito analizar material impreso usada para la elaboración del marco teórico de estudio con el propósito de contratar y complementar los datos para una investigación de calidad	Fichas bibliográficas	Secundaria

3.7 Plan de recolección de la información

La recopilación de información es un proceso que implica una serie de pasos para responder a los objetivos y para probar la hipótesis de la investigación, o ambos estos pasos son: tener claro los objetivos propuestos en la investigación las variables de la hipótesis, seleccionar población o muestra del objeto de estudio, definir las técnicas de recolección de información, recoger la información para luego proseoarla.

TABLA 7.

Recolección de la información

N	ACTIVIDAD	PROPÓSITO
1	Revisión bibliográfica	Identificar las características descritas de la artesanía y diseño
2	Visitas de campo	Conocer de cerca las experiencias del artesano en el desarrollo de sus productos
3	Ejecución de las entrevistas	Obtener información de experiencias entre el diseñador y la artesanía

3.8 Plan de procesamiento de la información

Esta parte de la investigación radica en procesar los datos que se encuentran dispersos, desordenados e individuales obtenidos de la población objeto de estudio durante el trabajo de campo, y tiene como propósito general resultado a partir de las cuales se realizaran análisis según los objetos y las hipótesis o preguntas de la

investigación realizada, o de ambos. El procesamiento debe realizarse mediante el uso de herramientas estadísticas con el apoyo de los programas estadísticos.

TABLA 8.

Procesamiento de la información

N	ACTIVIDAD	REPRESENTACIÓN
1	Revisión bibliográfica	Fichas de síntesis ,mapas mentales
2	Análisis de la información de campo obtenido	Matriz de criterios
3	Comparación de la información bibliográfica y de campo	Esquema de triangulación

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La investigación tuvo como objetivo general integrar el diseño en el medio artesanal marroquinerero para el mejoramiento de los procesos y productos a través de experiencias basadas en el co-diseño. Para lo cual se determinó dimensiones en base a las dos variables en estudio y en la teoría planteada por (Universidad de Extremadura) y Jesús-Ángel Prieto (Escola Massana – Universidad Autónoma de Barcelona), miembros de la Comisión de Diseño del Observatorio de la Artesanía en su obra titulada “Diseñando con las manos: proceso y proyecto en la artesanía del siglo XXI”, donde se establece las categorías de artesanías de acuerdo a la tradición, el consumidor, mercado, presentación, precio, calidad, procesos, interpretación del acervo cultural, materiales, promoción, desarrollo del producto.

En base a esto, se elaboraron preguntas semiestructuradas que fueron contestadas por los artesanos marroquinereros de la provincia de Tungurahua y diseñadores que han trabajado con estos

4.1 Análisis del aspecto cualitativo

En este apartado se presentan los gráficos de los parámetros establecidos para obtener la muestra.

1.-Trabaja en cueros y afines

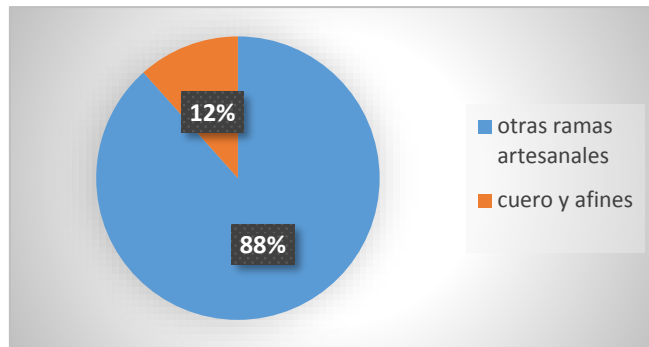


Figura 7: Artesanos de cuero y afines

Análisis

Existen 3738 artesanos de la provincia del Tungurahua de los cuales el 12% trabaja en relación a cuero y afines.

Interpretación

En vista a los resultados obtenido se puede determinar que existe un gran número de artesanos en la provincia de Tungurahua que se dedican a trabajar con el cuero por un el estudio en un número considerable de personas con las cuales e puede obtener información referente a la investigación planteada.

2.-Trabaja en marroquinería.

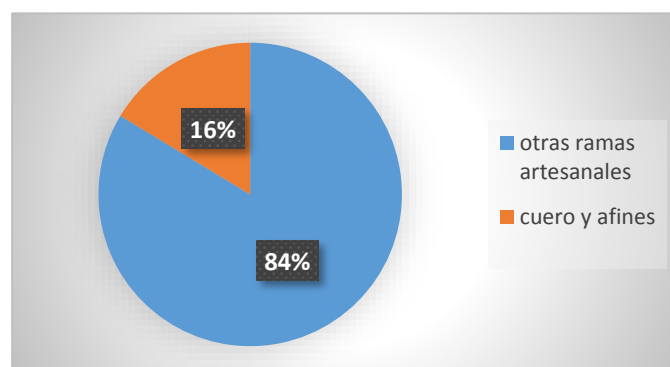


Figura 8: Artesanos de marroquinería

Análisis

De los artesanos que trabajan en cuero y afines se denota que el 16% se considera artesano marroquínero.

Interpretación

Esto determina que existe un mínimo número de artesano que se considera artesano marroquínero.

3.-Experiencia con un diseñador

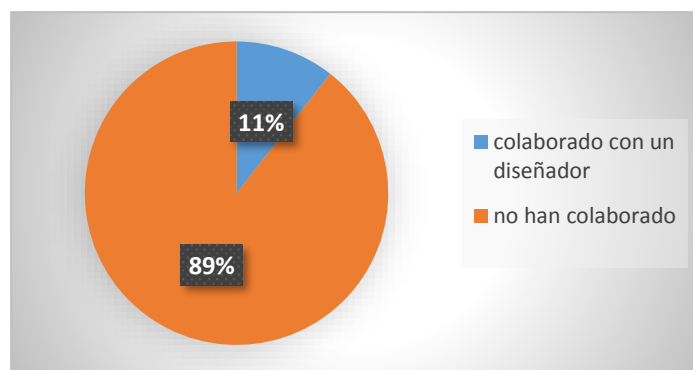


Figura 9: Artesanos colaboración con diseñador

Análisis

De los artesanos que se consideran marroquíneros el 11% ha tenido alguna experiencia con un diseñador.

Interpretación

De los resultados denotamos que existe un reducido porcentaje de los artesanos que han colaborado con un diseñador.

En este apartado se presentan tablas por dimensiones de los artesanos de bolsos que tuvieron experiencias con un diseñador, siendo estas: materiales, técnicas, identidad, consumidor, comercialización y diseño desde el enfoque artesanal y del diseño respectivamente.

Tabla 9.

Materiales utilizados por los marroquineros.

NOMBRE DEL ARTESANO	MATERIALES QUE UTILIZA	LUGAR DE ADQUISICIÓN	REFERENCIA DE ADQUISICIÓN	MOTIVO DE LA FUENTE DE ADQUISICIÓN
Oscar Gordillo	Cuero, Lona	Productores, Comercializadores	Precio, Accesibilidad, Tendencia	Disponibilidad
Olmedo Chango	Cuero,	Productores	Precio	Variedad
Wilmer Rodríguez	Cuero	Productores	Precio	Disponibilidad
Reinaldo Ramírez	Cuero	Productores	Precio	Calidad
Carlos Salgado	Cuero, reciclados, reutilizables	Productores	Precio	Calidad

Interpretación y análisis de resultados:

El material utilizado por los artesanos de marroquinería es el cuero que es un rasgo esencial y heredado de su trabajo, que se remonta a los inicios del aprendizaje de este oficio. Este no ha mutado, su presencia se afirma en la confección de cada producto, debido al contexto donde se desarrolla ya que en la provincia de Tungurahua se concentran la mayoría de curtiembres del país que proporcionan calidad, variedad y

buen precio de su principal materia prima. La combinación de materiales es nueva y se debe a la incursión de productos extranjeros y la exagerada representación en internet como en redes sociales que han propiciado la utilización de materiales reciclados, reutilizables y lona con el único objetivo de disminuir costos.

Tabla 10.

Técnicas utilizadas por los marroquineros.

NOMBRE DEL ARTESANO	1. TIPO DE TÉCNICA QUE UTILIZA	2. RAZÓN DE UTILIZACIÓN
Oscar Gordillo	Mixtas	Disponibilidad, celeridad
Olmedo Chango	Mixtas	Presentación
Wilmer Rodríguez	Mixtas	Básica, celeridad
Reinaldo Ramírez	Mixtas	Necesidad, básico
Carlos Salgado	Mixtas	Celeridad

Interpretación y análisis de resultados:

Los artesanos en su totalidad utilizan técnicas mixtas, pero el vínculo con las técnicas tradicionales no se ha desprendido de su diario vivir debido a que son utilizadas al inicio del proceso de confección y al final de este. La calidad de la confección es algo representativo además de diferenciador que es la causa por la cual su producto es demandado. La celeridad es un factor que a contribuido a la deformación de las técnicas manuales de confección, pero a la vez ayuda al artesano

en el sentido de adaptación al nuevo mercado de consumo que pide productos inmediatamente y a precios bajos.

Tabla 11.

Consumidor de los productos de marroquinería

NOMBRE DEL ARTESANO	1. GENERO	2 . EDAD	3.NACIONALIDAD	4. NIVEL SOCIO-ECONÓMICO
Oscar Gordillo	Femenino	Adultos	Nacionales	Medio Medio alto
Olmedo Chango		adultos	Nacionales	Medio
Wilmer Rodríguez	Femenino	Adultos	Nacionales	Medio
Reinaldo Ramírez	Masculino, femenino	Adultos	Nacionales	Medio
Carlos Salgado	Masculino, femenino	Adolescentes, adultos, tercera edad	Nacionales	Medio

Interpretación y análisis de resultados:

El género femenino de edad adulta es el principal consumidor de los productos artesanales, donde prevalece un nivel socioeconómico medio que adquieren sus productos por diferentes formas. El cliente extranjero no hace su presencia como

consumidor, factores como falta de promoción y visualización del producto imposibilitan el impulso de la artesanía que es relegada solo a un cliente nacional.

Tabla 12.

Comercialización productos de marroquinería

NOMBRE DEL ARTESANO	1.VALOR VENTA	2.VENTA DIRECTA	3. MOTIVO DE LA VENTA	4.FIN DE LA ELABORACIÓN	5.VENTA REALIZA POR SE
Oscar Gordillo	56 \$ Tamaño medio básico	Si	Beneficio propio	Exhibición	Local propio
Olmedo Chango	35,40\$ tamaño medio básico	No	Beneficio propio	Comercialización	Intermediario
Wilmer Rodríguez	30\$ tamaño medio básico	Si	Beneficio propio	Exhibición, comercialización	Centros comerciales
Reinaldo Ramírez	30\$ tamaño medio básico	Si	Beneficio propio, relación con el cliente	Exhibición, comercialización	Local propio
Carlos Salgado	20,30\$ tamaño medio básico	Si	Beneficio propio, relación con el cliente	Exhibición, comercialización	Local propio, intermediario

Interpretación y análisis de resultados:

Los artesanos priorizan la fidelización de sus potenciales clientes con una venta directa para poder entablar una relación donde la confianza se desarrolla de una forma secuencial y eficaz. El valor de una artesanía depende de las características que esta

contiene, un bolso básico de tamaño medio puede costar de 30 a 56 \$. Los intermediarios pueden hacer llegar sus bolsos a centros comerciales, pero está en se desarrolla de forma mínima y que es escasamente representativa para la producción del artesano.

Tabla 13.

Participación del diseño en la marroquinería

NOMBRE DEL ARTESANO	1.COLABORAR CON UN DISEÑADOR	2.OPTIMIZACIÓN CONOCIMIENTOS	3. APOORTE DEL DISEÑO	4. ENEFICIO DE COLABORACIÓN	5.INCOVENIENTES DE COLABORACIÓN
Oscar Gordillo	Tener diseños exclusivos	Libros, revistas, manuales, internet,	Poco satisfactorio	Ninguno	Falta de recursos
Olmedo Chango	Perfección modelaje	Especificaciones del cliente	Satisfactorio	Mejora producto, mejorar presentación	Falta de recursos
Wilmer Rodríguez	Perfección modelaje	Libros, revistas, manuales, internet, diseñador	Muy satisfactorio	Mejorar la presentación	No hay desventaja
Reinaldo Ramírez	Ninguna	Libros, revistas, manuales, internet	Satisfactorio	Mejorar la presentación	No se siente a gusto
Carlos Salgado	Ninguna	Libros, revistas, manuales, internet, diseñador	satisfactorio	Mejorar el producto	Falta de recursos

Interpretación y análisis de resultados:

El artesano busca la colaboración del diseñador para el perfeccionamiento del modelaje. El profesional no hace un papel relevante según la realidad y pensamiento del artesano. Lo que provoca la depreciación de la artesanía y la proliferación réplicas atentando con los derechos de autor. La falta de recursos económicos para pagar a un diseñador, así como la falta de reciprocidad y la deficiencia beneficios prestados a imposibilitado una colaboración más intrínseca con el diseñador.

Tabla 14.

Aplicación del diseño por el profesional.

NOMBRE DEL DISEÑADOR	1. EXPERIENCIA CON EL ARTESANO	2.PROCESO CON EL ARTESANO	3.INTERVENCIÓN CON EL ARTESANO	4.EXPRESIÓN PRODUCTO ARTESANAL	5.OBTIENE EL DISEÑO
Silvia Zeas Carrillo	Satisfactoria, complementaria,	Determinar el contexto del artesano problemáticas y soluciones	En la confección	Valor propio del artesano y diseñador	Aprendizaje, Sentido de pertenencia, sensibilidad
María Elisa Guillén	Gratificante, aprendizaje en dos vías	Determinar el contexto del artesano problemáticas y soluciones	Interviene en todo el proceso	Trabajo social e innovador de la fusión, revalorizar saberes ancestrales y productos culturales	Aprendizaje profundo de las técnicas ancestrales y las connotaciones simbólicas

Silvana Amoroso Peralta	Inspirador, Conmovedor,	Interviene en todo el proceso	Subjetivo dependiendo del contexto del artesano	Experiencia de vida y experiencia técnica
--------------------------------	----------------------------	-------------------------------	---	---

Interpretación y análisis de resultados:

El diseñador ha catalogado la interacción y colaboración con un artesano como satisfactoria, complementaria, inspiradora, conmovedora y complementaria. Debido que esta es ejecutada previo a un análisis del contexto del artesano para no afectar sus características esenciales, además procura que la intervención sea paulatina, además de constante de esta manera el artesano realice sus presencias en todo el proceso y nutra con sus conocimientos y discernimientos a la propuesta. Que da como resultado un producto artesanal que expresa diseño y que generar el paso de una artesanía popular a una suntuaria que tiene una valoración más exime y privilegia el trabajo artesanal

Tabla 15. Aplicación del diseño por el profesional ii.

NOMBRE DEL DISEÑADOR	6.APORTE DEL ARTESANO	7.CONTRIBUCIÓN DEL DISEÑO	8.DESVENTAJAS DEL TRABAJO	9.APORTE DEL DISEÑO
Silvia Carrillo	Aporte en dos vías ,el trabajo del artesano es el valor agregado	Innovación	Ninguna	Muy satisfactorio
María Guillén	Aporte de dos vías conocimientos y solucionar problemáticas	Innovación	Falta de comunicación	Muy satisfactorio

Silvana Amoroso Peralta	Aprendizaje mutuo, la actividad se convierte en su vida que sobrepasa la praxis	Innovación	Compatibilidad	satisfactorio
--------------------------------	---	------------	----------------	---------------

Interpretación y análisis de resultados:

El aprendizaje para solucionar problemáticas sobrepasa la praxis. Dar diseño a la artesanía es fundamental, para que su aporte sea muy satisfactorio, y existan los mínimos problemas en torno a la comunicación. De esta manera a largo plazo se genere un cambio de mentalidad por parte de los actores y se produzca a futuro innovación.

Tabla 16.

Materiales utilizados por los diseñadores.

NOMBRE DEL DISEÑADOR	1.TIPOS DE MATERIALES	2.RAZON DE SUGERENCIA	3.ACEPTACION DE MATERIALES
Silvia Zeas Carrillo	Tradicionales	Rescate de lo étnico, revalorización	Muy satisfactorio
María Elisa Guillén	Naturales-reutilizables	Amigables con el medio ambiente, sostenibilidad	Muy satisfactorio
Silvana Amoroso Peralta	Naturales-reutilizables	Acceso al material	Satisfactorio

Interpretación y análisis de resultados:

Los diseñadores utilizan materiales tradicionales, reutilizables de acuerdo a su acceso esto es fundamentado con la premisa de rescatar las tradiciones y propiciar la sostenibilidad, que es un criterio que ya está presente a nivel mundial. El nivel de aceptación de materiales por parte de los artesanos es muy satisfactorio.

Tabla 17.

Técnicas utilizadas por los diseñadores.

NOMBRE DEL DISEÑADOR	1.TÉCNICAS DEL ARTESANO	2.PROPUUESTAS DE TÉCNICAS
Silvia Zeas Carrill	Técnicas mixtas (confección manual y maquina)	Conservar técnicas, variación de materiales, formas
María Elisa Guillén	Técnicas tradicionales (confección manual)	Dos líneas manual , otra con técnicas mixtas y tecnológicas
Silvana Amoroso Peralta	Técnicas mixtas(confección manual y maquina) según el contexto	De acuerdo a la artesanía que se elabora.

Interpretación y análisis de resultados:

Técnicas utilizadas en las propuestas de los diseñadores son las mixtas, la razón de la propuesta es conservar técnicas manuales como rasgo tradicional del artesano que puede ser combinarla con técnicas mixtas y tecnológicas para la adaptación del panorama actual que tenga una aceptación favorable de los posibles consumidores.

Tabla 18.

Identidad d del producto del diseñador.

NOMBRE DEL DISEÑADOR	1.ARTESANÍA REFLEJA	2.RAZÓN DE LA ARTESANÍA
Silvia Zeas Carrillo	Identidad diseñador y del artesano	Resaltar la identidad de artesano y diseñador
María Elisa Guillén	Identidad hibrida	Fusión de identidad diseñador y artesano
Silvana Amoroso Peralta	Identidad del diseñador, del artesano, pueblo, comunidad, familiar, mercado	De acuerdo a lo que se quiera expresar en la artesanía

Interpretación y análisis de resultados:

La artesanía resultante de la colaboración refleja diseño que es impuesto por el diseñador y trabajo como perspectiva del artesano. En donde se quiere dar a conocer la realidad del artesano, que se basa en su núcleo familiar y comunidad como elemento diferenciador de otros productos. Que es direccionada e interpretada por el diseñador para exhibir una fusión donde la artesanía transmite este conjunto de mensajes de una manera fácil al consumidor.

Tabla 19.

Consumidor del producto del diseñador.

NOMBRE DEL DISEÑADOR	1.PERFIL DE CONSUMIDOR
Silvia Zeas Carrillo	Neotradicional
María Elisa Guillén	Neotradicional
Silvana Amoroso Peralta	Étnico

Interpretación y análisis de resultados:

El producto resultante de la colaboración entre el diseñador y el artesano tiene un consumidor neo tradicional y étnico que es propio del resultado de la intervención del diseño en la artesanía.

Tabla 20.

Comercialización del producto del diseñador.

NOMBRE DEL DISEÑADOR	1.PRECIO DEL PRODUCTO	2.PROMOCION DE PRODUCTO
Silvia Zeas Carrillo	Poncho cruzado 60 dólares	Local propio, redes sociales
María Elisa Guillén	Blusa bordada a mano 90-100 dólares	Galerías
Silvana Amoroso Peralta	Es acorde al objeto artesanal	Internet

Interpretación y Análisis de resultados:

El precio de la artesanía resultante de la colaboración varía entre 60 a 100 dólares, acorde al objeto artesanal. Su valor aumenta por la intervención del diseño, que a su vez marca la promoción de los mismos que es realizada en galerías, locales propios e internet dando así un salto significativo y de amplia visualización que no sería alcanzado en su promoción habitual.

4.2. Interpretación de resultados

Variable artesano

Tabla 21.

Características de los artesanos

INDEPENDIENTE	ESENCIALES	CONSTANTES	VARIANTE
	Trabajo 100% manual	Utilización de técnicas mixtas: manual y máquina	Utilización de tecnología
	Utilización del cuero natural	Combinación el cuero natural con materiales alternativos	Variación de materiales
	Utilización de herramientas de talabartería para el trabajo manual		
	Actividad productiva heredada		Mejoramiento del proceso
	Pasión por el desarrollo de la actividad		
	Trabajo centralizado en el aspecto técnico		Estética del producto

La reciprocidad del artesano con el consumidor se enmarca en un argumento interpretativo deficiente que se inicia con el asedio de percepción, que origina el incorrecto desarrollo de un producto, cuyo resultado excluye al diseño y es remplazado por una interpretación tomada en diferentes fuentes bibliográficas, que conducen a réplicas y conllevan a infringir leyes y normativas donde el derecho de autor como el registro de propiedad intelectual son vulnerados. Inconscientemente el artesano deshace sus rasgos establecidos y sus características esenciales para situarse en el contexto de simple operario que está centralizado al aspecto técnico y cuya particularidad queda cercada a la técnica, calidad y proceso de confección que no es suficiente para describirla como artesanía.

Tabla 22. *Segmentación del marroquiner*

NOMBRE DEL ARTESANO	CARACTERÍSTICAS DEL ARTESANO	CARACTERÍSTICAS DE LA ARTESANÍA INFORMAL	TIPO DE ARTESANÍA
Oscar Gordillo	Material básico cuero adquirido a comercializadores por la tendencia, utilizado por tradición Técnicas mixtas por la celeridad, estandarización Comercialización mediante local propio, valor de 56\$ para la exhibición, comercialización, dinamiza la economía local Consumidor es femenino, adulta, nivel socioeconómico medio alto, nacional Exclusividad del diseño por interpretación del mercado, priorizan la moda, los conocimientos los obtiene por libros, revistas, internet,	Actitud de independencia, responsabilidad social y autenticidad. Productos accesibles, que enfatizan valores humanos, venta directa fomenta relación con el cliente y es adaptable a sus requerimiento Consumidor urbano, estatus económico medio, con espíritu joven.	Popular
Olmedo Chango	Material básico cuero adquirido a productores por precio y variedad, por tradición Técnicas mixtas por la celeridad, estandarización	Actitud de independencia, responsabilidad social y autenticidad.	Popular

	<p>Comercialización por intermediario, valor de 35 a 40 \$ para la comercialización, dinamiza la economía local</p> <p>Consumidor es femenino, adulta, nivel socioeconómico medio, nacional</p> <p>Perfeccionamiento del modelaje, interpretación espontanea imaginativa para el producto</p>	<p>Productos accesibles, que enfatizan valores humanos , venta directa fomenta relación con el cliente y es adaptable a sus requerimiento</p> <p>Consumidor urbano, estatus económico medio, con espíritu joven .</p>
Wilmer Rodríguez	<p>Material básico cuero adquirido a productores por precio, utilizado por tradicion</p> <p>Técnicas mixtas por la celeridad, estandarización</p> <p>Comercialización centros comerciales, valor de 30\$ para la exhibición, comercialización, dinamiza la economía local</p> <p>Consumidor es femenino, adulta, nivel socioeconómico medio , nacional</p> <p>Perfeccionamiento de modelaje y presentación, prioriza la moldería los conocimientos los obtiene por libros, revistas, internet</p>	<p>Actitud de Popular independencia, responsabilidad social y autenticidad.</p> <p>Productos accesibles, que enfatizan valores humanos , venta directa fomenta relación con el cliente y es adaptable a sus requerimiento</p> <p>Consumidor urbano, estatus económico medio, con espíritu joven .</p>
Reinaldo Ramírez	<p>Material básico cuero adquirido a productores por precio y variedad, utilizado por tradición</p> <p>Técnicas mixtas por la celeridad, estandarización</p> <p>Comercialización mediante local propio, valor de 56\$ para la exhibición, comercialización, dinamiza la economía local</p> <p>Consumidor es femenino, adulta, nivel socioeconómico medio alto, nacional</p> <p>Exclusividad del diseño, prioriza la moldería los conocimientos los obtiene por libros, revistas, internet</p>	<p>Actitud de Popular independencia, responsabilidad social y autenticidad.</p> <p>Productos accesibles, que enfatizan valores humanos, venta directa fomenta relación con el cliente y es adaptable a sus requerimientos</p> <p>Consumidor urbano, estatus económico medio, con espíritu joven .</p>

Carlos Salgado	Material básico cuero adquirido a comercializadores por la tendencia, utilizado por tradición	Actitud de Popular independencia, responsabilidad social y autenticidad.
	Técnicas mixtas por la celeridad, estandarización	
	Comercialización mediante local propio, valor de 56\$ para la exhibición, dinamiza la economía local	Productos accesibles, que enfatizan valores humanos , venta directa fomenta relación con el cliente y es adaptable a sus requerimiento
	Consumidor es femenino, adulta, nivel socioeconómico medio alto, nacional, negocio local	
	Exclusividad del diseño, prioriza la moltería, interpretación de cliente espontanea e inexperta los conocimientos los obtiene por libros, revistas, internet	Consumidor urbano, estatus económico medio, con espíritu joven.

El artesano esta inconsciente de la realidad que se genera en torno a su rama en otras partes fuera de su entorno, en consecuencia, no conoce la división de la artesanía y peor aún a cuál pertenece. Después del análisis e interpretación se establece a todos los artesanos intervenidos en la segmentación de artesanía informal. En síntesis proceder de la neo artesanía de los años 80, está relacionada con actitud de independencia, valores, autenticidad, compromiso social. Donde concuerda con las siguientes características que representan la artesanía formal.

- Consumidor estatus económico medio, con de actitud joven
- Perspectiva social que enmarca al ser humano
- Representación del artesano en el producto
- Integración a diferentes colectivos
- Modos de producción alternativas
- Comercialización directa

-Contacto personal y cooperativo a través de la artesanía

-Precio bajo

Variable diseñadores

Tabla 23.

Aspectos del producto del diseñador

VARIABLE	ASPECTOS	EVOLUCIÓN
Diseño	Técnicas	Revalorizar técnicas manuales para dar un carácter particular al producto con variación de mixtas y tecnológicas
	Materiales	Conservar materiales tradiciones y combinarlos con alternativos y reutilizables para propiciar la sostenibilidad
	Participación	Intervención de artesano y diseñador en todas las fases del proceso
	Diversificación de la líneas de productos	Creación de productos solo para promoción y productos para comercialización.
	Identidad	Desarrollar una identidad híbrida de la fusión del artesano y diseñador
	Diseño	Elaboración de productos que reconozcan el trabajo social revalorizando saberes ancestrales y connotaciones simbólicas

Consumidor	Estudio formal del consumidor habitual del artesano y el consumidor actual
Promoción	Realizada en galerías, centros culturales, centros comerciales y e-commerce
Precio	Aumento de valor intangible del producto por la intervención del diseño y valoración del trabajo artesanal
Conocimiento	Aprendizaje en dos vías, contexto cultural, sentido pertenencia, facilitando la información

El diseñador debe franquear la brecha que el artesano a construido en su imaginario y ser el catalizador entre él y el consumidor partiendo de los aspectos del diseño que son mutables. Para construir un intercambio de experiencias y discernimientos, considerando que el profesional es el único que puede enmarcar saberes ancestrales, connotaciones simbólicas, técnicas, materiales, comercialización, visualización en encuentros participativos debido a su preparación académica, que conlleve la obtención de un valor intangible, que promueva un salto de artesanía. Además es el único que puede interpretar al consumidor en todas sus facetas que desempeña un papel preponderante en este estudio.

.3. Verificación de hipótesis

Para la presente investigación se utilizará el Diseño de Triangulación Concurrente que se utiliza cuando el investigador pretende ratificar o corroborar resultados y generar validación entre los datos cuantitativos y cualitativos, para

aprovechar las ventajas y minimizar las debilidades. Esta interpretación revela dos clases de resultados en base a la comparación los resultados estadísticos de cada variable o hipótesis cuantitativa, que continua en las categorías y segmentos cualitativos, así como teoría establecida que ratifique o no los descubrimientos cuantitativos. (Sampieri R. , 2014, pág. 557)

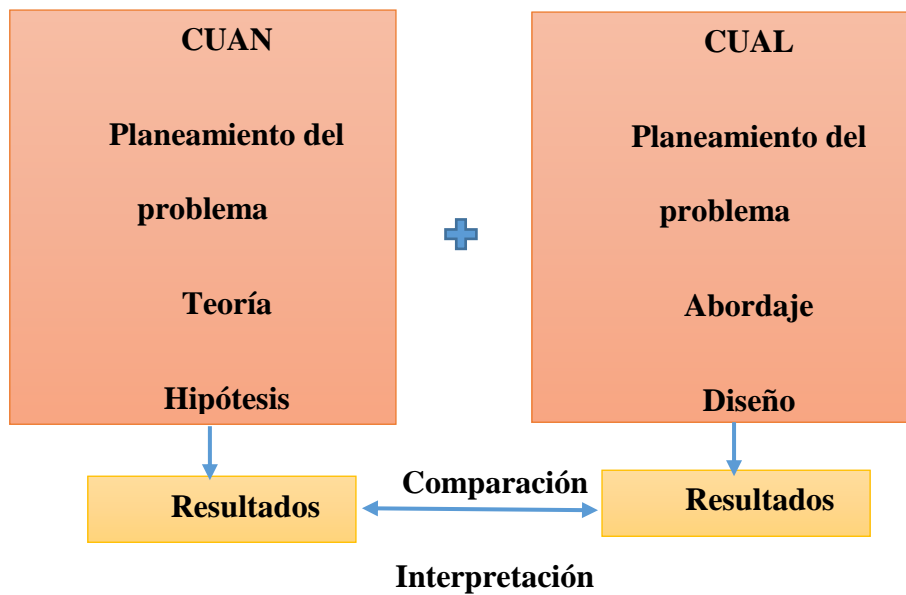


Figura 10: Diseño de triangulación concurrente

Fuente: (Sampieri R. , 2014, pág. 558)

Tabla 24.

Verificación de hipótesis

VARIABLES	CRITERIOS DE LOS DISEÑADORES (MÉTODO CUALITATIVO)	CRITERIO DE LOS ARTESANOS (MÉTODO CUALITATIVO)	CRITERIO TEÓRICO
DISEÑO	<p>El diseñador ha catalogado la interacción y colaboración con un artesano como satisfactoria, complementaria, inspiradora, conmovedora y complementaria. Debido que esta es ejecutada previo a un análisis del contexto del artesano para no afectar sus características esenciales, además procura que la intervención sea paulatina, además de constante de esta manera el artesano realice sus presencias en todo el proceso y nutra con sus conocimientos y discernimientos a la propuesta. Que da como resultado un producto artesanal que expresa diseño y que generar el paso de una artesanía popular a una suntuaria que tiene una valoración más exime y privilegia el trabajo artesanal</p> <p>El aprendizaje para solucionar problemáticas sobrepasa la praxis. Dar diseño a la artesanía es fundamental, para que su aporte sea muy satisfactorio, y existan los mínimos problemas en torno a la comunicación. De esta manera a largo plazo se genere un cambio de mentalidad por parte de los actores y se produzca a futuro innovación</p>	<p>El artesano busca la colaboración del diseñador para el perfeccionamiento del modelaje. El profesional no hace un papel relevante según la realidad y pensamiento del artesano. Lo que provoca la depreciación de la artesanía y la proliferación réplicas atentando con los derechos de autor. La falta de recursos económicos para pagar a un diseñador, así como la falta de reciprocidad y la deficiencia beneficios prestados a imposibilitado una colaboración más intrínseca con el diseñador</p>	<p>En base a lo social es un modelo utilitario, que puede formar sistemas, bienes o servicios con innovación, para dar soluciones a los diversos problemas que se hallan en contexto local o global gracias a un trabajo en conjunto con alta grado de filantropía y representativo. Esto es uno de los tantos eslabones dentro una compleja cadena de problemáticas establecidas que empieza en la parte individual de cada actor (Mazini, 2015)</p>
MATERIALES	<p>Los diseñadores utilizan materiales tradicionales, reutilizables de acuerdo a su acceso esto es fundamentado con la premisa de rescatar las tradiciones y propiciar la sostenibilidad, que es un criterio que ya está presente a nivel mundial. El nivel de aceptación de materiales por parte de los artesanos es muy satisfactorio.</p>	<p>El material utilizado por los artesanos de marroquinería es el cuero que es un rasgo esencial y heredado de su trabajo, que se remonta a los inicios del aprendizaje de este oficio. Este no ha mutado, su presencia se afirma en la confección de cada producto, debido al contexto donde se desarrolla ya que en la provincia de Tungurahua se concentran la mayoría de curtiembres del país que proporcionan calidad, variedad y buen precio de</p>	<p>La cadena de valor del artesano de marroquinería de bolsos está íntimamente relacionada con el cuero y sus manufacturas que en el Ecuador se la considera una industria en crecimiento. Su particularidad es que la materia prima es un residuo del mercado de carnes de modo que su oferta es independiente de los vaivenes de su demanda. Así el segmento productivo y</p>

su principal materia prima. La combinación de materiales es nueva y se debe a la incursión de productos extranjeros y la exagerada representación en internet como en redes sociales que han propiciado la utilización de materiales reciclados, reutilizables y lona con el único objetivo de disminuir costos.

sus cifras económicas están relacionadas con este sector. (MIPRO, 2017)

TÉCNICAS

Técnicas utilizadas en las propuestas de los diseñadores son las mixtas, la razón de la propuesta es conservar técnicas manuales como rasgo tradicional del artesano que puede ser combinarla con técnicas mixtas y tecnológicas para la adaptación del panorama actual que tenga una aceptación favorable de los posibles consumidores.

Los artesanos en su totalidad utilizan técnicas mixtas, pero el vínculo con las técnicas tradicionales no se ha desprendido de su diario vivir debido a que son utilizadas al inicio del proceso de confección y al final de este. La calidad de la confección es algo representativo además de diferenciador que es la causa por la cual su producto es demandado. La celeridad es un factor que ha contribuido a la deformación de las técnicas manuales de confección, pero a la vez ayuda al artesano en el sentido de adaptación al nuevo mercado de consumo que pide productos inmediatamente y a precios bajos.

El proceso productivo de la marroquinería comienza con la selección de herramientas para el proceso manual, esta parte del proceso se utilizan las herramientas de talabartería, el posterior desarrollo del producto, es decir la fabricación del prototipo del artículo es utilizada la máquina de aparar. Las publicaciones y los eventos relacionados con el sector marroquinerio son elementos centrales para definir el diseño y el prototipo. Se puede manifestar que existen cuatro procesos de producción de un objeto elaborado: preparación del material; manipulación del material: medición, trazado y corte; elaboración de las partes del objeto: , modelado, armado cosido y acabados. (Malo, Un acercamiento de la talabartería de Cuenca, 2006)

CONSUMIDOR

El producto resultante de la colaboración entre el diseñador y el artesano tiene un consumidor neo tradicional y étnico que es propio del resultado de la intervención del diseño en la artesanía.

El género femenino de edad adulta es el principal consumidor de los productos artesanales, donde prevalece un nivel socioeconómico medio que adquieren sus productos por diferentes formas. El cliente extranjero no hace su presencia como consumidor, factores como falta de promoción y visualización del producto imposibilitan el impulso de la artesanía que es relegada solo a un cliente nacional.

El género femenino nacional es el principal consumidor de un bolso elaborado por artesanos y diseñadores a si mismo la edad de las mujeres que adquieren el producto es adulta con un nivel socioeconómico medio alto.

COMERCIALIZACIÓN

El precio de la artesanía resultante de la colaboración varía entre 60

Los artesanos priorizan la fidelización de sus potenciales clientes con una

Estar a la vanguardia es la razón por la cual las mujeres adquieren un

a 100 dólares, acorde al objeto artesanal. Su valor aumenta por la intervención del diseño, que a su vez marca la promoción de los mismos que es realizada en galerías, locales propios e internet dando así un salto significativo y de amplia visualización que no sería alcanzado en su promoción habitual

venta directa para poder entablar una relación donde la confianza se desarrolla de una forma secuencial y eficaz. El valor de una artesanía depende de las características que esta contiene, un bolso básico de tamaño medio puede costar de 30 a 56 \$. Los intermediarios pueden hacer llegar sus bolsos a centros comerciales, pero está en se desarrolla de forma mínima y que es escasamente representativa para la producción del artesano

bolso de tamaño mediano, en este debe estar presente la calidad, y el cuero como un material que representa tradición y garantía. Los consumidores adquieren sus productos en centros comerciales y locales comerciales en donde se pueda fomentar el contacto con los creadores, el mismo que está dispuestos a pagar de 30 a 50 dólares por un bolso.

En la siguiente investigación se ha verificado que el diseño vulnera la confianza del artesano, existen tres razones por las que el artesano ha perdido la confianza en el diseñador.

-La primera por falta de reciprocidad ya que el diseñador impone sus criterios al artesano y donde el aporte del artesano esta relegado a la parte de confección siendo un operario en el proceso de elaboración.

-La segunda es la deficiencia de servicios prestados por parte del diseñador en los pocos encuentros que se han producido. Dejando una huella que fomenta la desidia del artesano hacia el trabajo del diseñador.

-La tercera es la visión herrada de parte del artesano hacia el diseñador donde este último cumple únicamente una función técnica, que esta fuera de la realidad de las funciones que desenvuelve el profesional.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Las características esenciales de la actividad artesanal es el trabajo 100% manual donde se utilizan herramientas de talabartería, que es un rasgo identificatorio y heredado del artesano, condición que prioriza la conservación y el rescate de las tradiciones heredadas. En correspondencia a los materiales se ha observado que los artesanos utilizan el cuero natural que es esencial en su producto, adquirido directamente de las curtiembres por buen precio, calidad y rápida disponibilidad. La variación de materiales es algo reciente, originado por la reducción de costos en el producto final resultado de la competencia y demanda del mercado. La motivación para seguir ejerciendo la rama artesanal es la pasión y el afecto de innumerables años desarrollando el trabajo artesanal, que es complementado con un trabajo centralizado al aspecto técnico en donde prevalece el modelado de cada producto. Cabe resaltar que cada artesano tiene una particular técnica y proceso de confección que es el valor agregado, identificativo que no es mutable ya que es la esencia misma de la artesanía.
- En correlación con el diseño se han identificado que mayoría de los aspectos que fueron utilizados como parte de este estudio son mutables, las técnicas que son la tradición y cultura del carácter individual del artesano tienen un grado alto de representatividad en el producto. El cuero constituye pertenencia a la marroquinería que se la conserva después de ser combinado con materiales alternativos y reutilizables, que son resultado de una tendencia global que

propicia sostenibilidad. El diseñador y el artesano desarrollan una identidad híbrida que es resultado del aprendizaje complementario en donde se intercambian experiencias y se producen discernimientos esto conlleva a la presencia del diseño en la artesanía, que es reconocida debido a su aporte social impregnando en el producto. Saberes ancestrales y connotaciones simbólicas dan un de valor intangible, que lo conduce a consumidores con alto grado de prodigalidad y pertenencia. Los mismos que adquieren nuevas formas de comercialización que faltan ser exploradas.

- Los nexos estratégicos, creativos del artesano y el diseñador están basados en la estética de la artesanía que se consigue con la incorporación de tecnología y mejoramiento en los procesos de diseño, que son vitales para el desarrollo de una propuesta donde prime el trabajo colaborativo, con un alto grado de altruismo para que el aprendizaje en dos vías se produzca, con ello el producto tendrá un mercado nuevo con un concepto que puede ser llevado hacia la sostenibilidad, valorizando el trabajo manual artesanal con claros signos de identidad y pertenencia. La conexión entre el artesano y diseñador debe ser secuencial primando el aporte que cada uno, el artesano busca conocimiento sobre la realidad del diseño que puede ser desarrollada y facilitada por el diseñador como puente de comunicación para la colaboración.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda trabajar para que las artesanías se vinculen al cliente urbano con premura, factibilidad y de viable aprehensión, para que se enmarque en el contexto actual de la mano del diseño, sin permutar su esencia, esto se puede lograr a través de la intervención en los diferentes aspectos identificados en este estudio, a continuación, se extienden algunas recomendaciones para lograr esta innovación.

El artesano debe considerar respecto a:

-Técnicas

-La conservación y el fomento de la técnica del artesano debido a que es una característica representativa de la artesanía, con esto se fomenta la reivindicación y el valor filial de esta rama para las futuras generaciones. Rescatando su valor y promoviendo su tradición

Materiales

-La combinación de material debe ser realizado secuencial y conjuntamente con el artesano para no afectar su percepción hacia las nuevas propuestas. De la misma manera se debe promover la utilización de todo el material textil para evitar desperdicios, de esta manera se fomenta un nuevo valor agregado a la artesanía.

Estética

-La manifestación de la una renovada artesanía debe ir de la mano de un estudio minucioso y prodigio que le concierne al diseñador, para la cual el artesano debe ampliar su perspectiva a nuevas propuestas que producirán un sin número de permutaciones, que solo pueden ser realizadas dejando atrás protervos conceptos hacia el profesional.

A partir del diseño de producto debe incorporar a:

Técnicas

-El fomento y el reflejo de las técnicas manuales deben ir en concordancia con los nuevos productos ya que promueven el valor del artesano y el rescate de las costumbres y tradiciones de su entorno.

Materiales

-Propiciar una cultura de sostenibilidad se enmarca en contexto actual, la incorporación de materiales alternativos y reutilizables deben estar incorporados en las nuevas artesanías para que tomen un lugar en un mercado que clama un producto sustentable.

En relación a Participación

-El diseñador debe ser más abierto al proceso colaboración, abandonar falsas percepciones respecto al artesano que se convierten en un obstáculo para el desarrollo de un trabajo mancomunado que margina nuevas experiencias y oportunidades que promueve un aprendizaje complementario.

En relación con Identidad

-El producto resultante debe ser de identidad híbrida de la fusión del artesano y diseñador, dejando de lado paradigmas donde existe una figura principal. Con ello la artesanía toma su valor protagónico para poder difundirse en el mercado global.

En relación con Consumidor

-La artesanía debe exhibirse en un entorno donde se denote su evolución, donde el cliente tenga contacto directo con el artesano y diseñador, de esta manera el producto

adquiere un valor intangible que es apreciado por una amplia y selecta gama de consumidores.

En relación con Diseño

-El diseñador puede modificar los aspectos de la artesanía para promover productos innovadores que se enmarquen en la actualidad. Revalorizando saberes ancestrales, connotaciones simbólicas y trabajo social, pero las costumbres y tradiciones del artesano deben estar intactas, porque se corre el riesgo de mutar y trasgredir la esencia misma del artesano y afectar su contexto.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

6.1.Datos informativos

6.1.1. Título de la propuesta

Estrategias de integración del diseño para el fortalecimiento del que hacer del artesano marroquintero

6.1.2. Unidad ejecutora

Universidad Técnica de Ambato

6.1.3. Ubicación

Provincia: Tungurahua

Ciudad: Ambato

Parroquia: Rurales

6.1.4. Tiempo

Agosto- septiembre 2018

6.1.5. Responsables:

Investigador: Tutor, Artesano

Investigador: Luis Masaquiza

Tutora: Dis. Cristina Paredes

6.2. Antecedentes de la propuesta

En la provincia de Tungurahua con un matiz acentuado en Ambato, se conserva la idea arcaica que entre diseñadores y artesanos de marroquinería existen infranqueables discrepancias, este criterio se amplifica por diversas circunstancias, una de las cuales se refiere al hecho que el diseño no ha tomado el rol protagónico en una ciudad altamente productiva y dinámica, de esta manera el artesano conocedor de la mayor parte de los procesos tiene una voz fuerte e inquebrantable ante una realidad que clama cambios urgentemente. (Malo, Artesanías, lo bello, lo util, 2008, pág. 106)

De esta forma los artesanos han guiado el camino de las micro, pequeñas empresas familiares a su argumento, que dan soporte a la teoría que son un eje al motor de la economía local. El material que usan por tradición es el cuero, que es adquirido por la fácil disponibilidad, accesibilidad, calidad y variedad, en las curtiembres que son innumerables en la provincia. En los procesos productivos utilizan técnicas mixtas con el objetivo de optimizar el tiempo de elaboración de los productos, a fin de resguardar conceptos errados de un modelo industrializado, un modelo que es propio de las economías desarrolladas, adaptado por los artesanos en busca de un consumidor de ambos sexos, de edad media, nacional y con un estatus económico medio bajo que puedan adquirir sus productos directamente en sus locales o por intermediarios que justifique su trabajo.

En lo que concierne al diseño el artesano no busca la colaboración permanente solo esporádica con el profesional, en su imaginario no existe modelos colaborativos, sociedades igualitarias peor aún el intercambio de experiencias y discernimiento de conceptos. Su forma de ver al diseño es técnica, en pos de un modelaje perfecto que realce la estética del producto para ello acuden a libros, revistas, manuales e internet

frecuentemente. Un modelo utilitario emerge en esta realidad basado en la inventiva y discernimiento del artesano, que da soluciones a los diversos problemas sin un análisis específico propio del diseñador. Lo que acciona el inicio de tantos eslabones dentro una compleja cadena de problemáticas establecidas, que empieza en la parte individual de cada actor que margina a la rama artesanal paulatinamente. (Mazini, 2015, pág. 85)

En este contexto surge un pensamiento difundido por un grupo de diseñadores que rescatan la marca país, una forma de pensar y actuar que promueve una artesanía innovadora que se enmarca en la revalorización de saberes ancestrales, connotaciones simbólicas, trabajo social conservando las costumbres y tradiciones. Con una artesanía de identidad híbrida que toma un valor protagónico para una óptima difusión en el mercado global. Diseñadoras como Silvia Zeas, Jesica Velasco proponen un trabajo colaborativo, en pos de rescate, visualización de materiales y técnicas tradicionales que difunden el trabajo artesanal ecuatoriano que ha llegado a mercados internacionales, promoviendo un valor de marca que se afianza en cada producto, con una estrategia conceptual de comunicación y de comercialización.



Imagen 1: Bolso Jesica Velasco.

Fuente: Gallery 2018



Imagen 2: bolso Jessica Velasco

Fuente: Gallery 2018



Imagen 3: Cartera Jessica Velasco

Fuente: Gallery 2018

A nivel global la artesanía toma su rol protagónico, que lo tenía establecido en su marco histórico, una relación que está estrechamente ligada con la evolución de la humanidad. Marcas como Chanel, Lowe resaltan valores, tradiciones, técnicas y materiales como sinónimo de estatus, ostentación, originalidad y pertenencia que transmiten de una forma de marca establecida con un plan de visualización que involucra a personajes conocidos, patrocinio de eventos sociales y benéficos para afirmar legitimidad. Que llegan a un cliente de status alto con un elevado grado de criterio que en la artesanía ven un símbolo de elitismo y sofisticación.



Imagen 4: Bolso *Chanel*.

Fuente: Chanel 2018



Imagen 5: *campaña bolsos lowe*

Fuente: Loewe 2018



Imagen 6: Bolso hammock

Fuente: Loewe 2018

6.3. Justificación

Según la ministra de Industrias Eva García el sector cuero es significativo en la economía nacional y en lo referente a Tungurahua agrupa al 80% de los productores, en donde se hallan fabricantes de calzado, confecciones de indumentaria y marroquinería. Este último promueve la economía local generando empleo, preservando oficios filiales y saberes artesanales que están localizados en las partes rurales. Trabajando en forma individual o agrupada en talleres, micro empresas o empresas familiares. La marroquinería promueve identidad artesanal, provista por el uso de materiales tradicionales o el uso de técnicas singulares que se convierte en parte del patrimonio cultural intangible de la sociedad ecuatoriana.

La marroquinería de bolsos en Ambato a pesar de ser una parte representativa socio-cultural se halla en un persistente quebranto. Falta de recursos económicos, ausencia de capacitación y de innovación en el producto ha desagregado la artesanía, esto promueve a una pausada y cierta desaparición. En este contexto la generación de estrategias de integración del diseño para el fortalecimiento del que hacer del artesano marroquintero es fundamental para la preservación del patrimonio artesanal, rescatando su valor filial y conocimientos tradicionales, además de promover la artesanía a futuras generaciones y valorizar el trabajo artesanal como muestra representativa de la realidad.

6.4 Objetivos

6.4.1. Objetivo general

Plantear estrategias de integración del diseño para el fortalecimiento del que hacer del artesano marroquinerero.

6.4.2. Objetivos específicos

- Elaborar estrategias de diseño que permitan potencializar la labor artesanal.
- Desarrollar un plan de acciones para la aplicación de las estrategias.

6.4 Fundamentación de la propuesta

La propuesta está establecida en los criterios de innovación relacionada al diseño y estrategias del diseño.

Innovacion del diseño

Según la (Cámara de Comercio de España, s.f.) la innovación está sujeta al diseño pero no basta con tener ideas hay que desarrollarlas, con un tono adicional que se fundamenta en desplegar solo las propuestas excelsas que representan una labor con alto grado de complejidad, de esta manera se podrá generar continuamente productos y servicios con éxito comercial en el mercado. Una labor ardua que debe ejercer el profesional tomando en consideración todo el cumulo de factores que se le presentan más un enfoque social que será el complemento de su labor.

La innovación relacionada al diseño está sujeta a cuatro conceptos que están firmemente unidos. El primero es la funcionalidad que es útil para la sociedad porque satisface las necesidades humanas. El segundo es la estética que se busca crear un objeto o un producto bello, atractivo a nuestros cinco sentidos a través de los colores,

las texturas, etc. La tercera es el aspecto comercial que involucra la manera más factible para su difusión en diferentes aspectos ,y el ultimo que es la conexión emocional que se llega a establecer con todos los anteriores. (Sobejano, 2011)

Estrategias de diseño

La gestión estratégica del diseño empresarial se utiliza para asumir el emprendimiento de una manera real y eficaz de manera que pueda posicionarse en el mercado. (García, 2010)

Para desarrollar una estrategia de diseño se abordan las siguientes puntos:

Identificación del modelo empresarial estratégico de gestión.

Está afronta dos premisas la primera en el cual el fundador da el papel estratégico al diseño y la segunda en donde el diseño adopta el papel trascendental. Que abordan tres dimensiones. (García, 2010, pág. 51)

- **La estrategia de costes de lanzamiento.** - tiene como objetivo innovar, disminuir los costes de producción, ocuparse en los métodos de producción, proporcionar una documentación técnica y una arquitectura de fabricación.

- **La estrategia de imagen de lanzamiento.** - tiene como objetivo fortalecer el posicionamiento en el mercado a base de una óptima pericia de marketing para establecer un posicionamiento imagen en el mercado.

- **La estrategia de lanzamiento de mercado.** - tiene como objetivo reforzar la ventaja competitiva del segmento que tienen determinado.

Propuestas para formular estrategias de diseño.

Según (García, 2010) existen diferentes propuestas para formular estrategias de diseño entre la cuales tenemos:

-La propuesta de posicionamiento. - es cuando el equipo directivo determina, por adelantado, dónde quieren ubicarse en el mercado y desarrolla las capacidades necesarias para conseguirlo

-La propuesta de ímpetu. - Se fundamenta en sustentar por adelantado, qué capacidades desean desarrollar e investigar en las actividades necesarias para adquirirlas.

-La propuesta de agilidad. - En esta propuesta el equipo dirigente decide, en tiempo real, qué capacidades desean desarrollar o adquirir temporalmente y que oportunidades desean explotar. El objetivo es ser eficaz, oportunista y flexible. Tales empresas sugieren ser sumamente receptivas para los clientes y reunir recursos para proyectos específicos conjuntos.

-La propuesta de “Yo también”. - Con la propuesta “Yo también” el equipo directivo decide explotar oportunidades de éxito en las que otros antes han sido pioneros. Consiste en esforzarse por vender productos únicos que pueden suponer un monopolio temporal otorgando márgenes amplios. Algunas empresas farmacéuticas, grupos de pop o equipos de fútbol han conseguido diferenciación, al menos durante un tiempo, y beneficios enormes. Pero muchas de estas firmas no pueden ostentar la exclusividad.

Desarrollo de propuestas para la estrategia de diseño.

Una vez que se ha establecido la necesidad de disponer de una estrategia de diseño, el Design Manager es el responsable de crear las oportunas propuestas. Existen diferentes formas de desarrollar estas propuestas para cubrir requisitos específicos, y el Design Manager puede operar solo o en colaboración.

Comunicación de la estrategia de diseño.- Uno de los trabajos del diseño es hacer la estrategia de la empresa visible. Una estrategia de diseño está basada en una imagen global de todos los aspectos de la empresa en términos de comunicaciones, productos y posicionamiento. Esto se organiza alrededor de dos objetivos.

Promoción y venta de la estrategia de diseño.- Independientemente de si la estrategia de diseño se desarrolla interna o externamente, el Design Manager necesita una mentalidad muy empresarial para promover y vender con éxito la estrategia de diseño a toda la empresa. Para ello, deberá concienciar a los principales grupos de interés para garantizar la correcta comprensión de esta estrategia y persuadir de su importancia y viabilidad a aquellas personas cuya contribución es fundamental para que tenga éxito.

Implementación de la estrategia

Como con la formulación de estrategias, el área de diseño participa en la selección de una ruta para implementar la estrategia elegida, entonces desarrolla las acciones de diseño que se conectan a dicha ruta. Los principales itinerarios desarrollados son:

- **Selección de un itinerario de desarrollo de la estrategia de diseño.-** Estos itinerarios pueden implementarse mediante la adquisición progresiva de nuevos

conocimientos internamente por innovación, integración e internacionalización, pero también, más a menudo, externamente por fusión, adquisición y alianza.

-Implementación de la estrategia de gestión del diseño.- La estrategia que el Design Manager adopta, está asistida de métodos específicos de difusión del diseño como un factor clave de éxito en la empresa.

6.5.1. Análisis de parámetros y normativas

El siguiente proyecto se desarrolla en una forma particular debido a la naturaleza del mismo se tomara en cuenta los parametros legales, los parametros de factibilidad para el desarrollo del producto y se excluirá los parametros técnicos comerciales, de confort, porque no se desarrollara una propuesta debido a que el cumulo de estrategias planteadas serian desarrolladas en otro tipo de proyecto.

6.5.1.1. Normativa legal

Registro de marcas o propiedad intelectual en el Ecuador

Según (IEPI, 2018) se define por marca “Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos.” Con esta premisa el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual señala las reglas donde la inscripción o concesión de derecho de Marcas equivale a \$ 208,00 dolares. Con esto la marca tiene una duración de 10 años de protección y que es renovable indefinidamente que es determinada por fechas establecidas por el IEPI.

Tipos de Marca:

Según el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) se distinguen las siguientes tipologías de marca.

Marca de certificación: Aquel signo destinado a ser aplicado a productos o servicios cuya calidad u otras características han cumplido los requisitos que existe para obtener tal certificación.

Marca colectiva: signo adoptado por una asociación de productores, fabricantes, prestadores de servicio, organizaciones o grupo de personas legalmente establecidas que sirve para distinguir los productos o servicios producidos o prestados por los miembros de la asociación.

Marca tridimensional: Aquel signo que ocupa en sí mismo un espacio determinado (alto, ancho y profundo).

Nombre Comercial: Signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica. Dicha actividad se ve representada por un local comercial.

Lema Comercial: Es la frase publicitaria que acompaña a una marca.

Denominación de Origen: Es aquel signo que identifica un producto proveniente de determinada región, y que reúne requisitos específicos como factores humanos y naturales. (IEPI, 2018).

Esta normativa es una referencia para la presente investigación ya que indaga el plagio de marca por parte de los artesanos de una forma inconsciente que es el

desarrollo de una forma secuencial, constante y rutinaria de su acervo diario en la elaboración de productos.

Derechos de autor

Como se cita IEPI (Lipszyc, 2007, p.11).derecho de autor “...es la rama del derecho que regula los derechos subjetivos del autor sobre las creaciones que presentan individualidad resultantes de su actividad intelectual que habitualmente son enunciadas como obras literarias, musicales, teatrales, artísticas, científicas y audiovisuales...”

Igualmente IEPI cita (como cita Rengifo) que “...El derecho de autor es una moderna disciplina jurídica que regula la particular relación del autor con su creación intelectual y de ésta con la sociedad...”.

De la misma manera IEPI (como cita Rengifo, 1997) “...la Asamblea General de las Naciones Unidas, por medio de la declaración universal de los derechos del hombre de 1948, elevó a la categoría de derecho humano el derecho de autor...”

En el Ecuador la duración de la protección de los derechos patrimoniales establecida en la Decisión 351 de la CAN y en el Convenio de Berna que es toda la vida del autor y 50 años después de su muerte, mientras que en la legislación ecuatoriana la protección dura la vida del creador más 70 años después de su muerte, no obstante los derechos morales se protegen indefinidamente.En consecuencia el derecho de autor es un derecho humano que normaliza los derechos subjetivos que tienen los autores y titulares sobre sus obras. Los derechos de autor y son de tipo moral y patrimonial. (IEPI, 2018)

6.6. Análisis de factibilidad

El análisis de la propuesta será realizado de una forma técnica porque se contará con equipos (máquinas de aparar, impresoras, bordadoras, sublimadoras e infraestructura en donde se puede implementar las estrategias que preexistirá antes del encuentro colaborativo, conjuntamente con las normativas legales que define el camino para que el trabajo pueda ser regido satisfactoriamente. Para permitir la transformación actual de la artesanía, y transformar el rol del artesano y a futura generar innovación al producto a base de diseño con experiencias y conocimientos.

6.7. Diseño del producto

Debido a la naturaleza del proyecto la propuesta es presentada a manera de estrategias para que se articule a los resultados del estudio y al contexto abordado, ya que en esta primera fase se necesita una serie de acciones, que preparen el futuro encuentro entre diseñador y artesano. Dar la pauta y el camino para que estos actores confluyan es significativo e imprescindible, debido a que no se han realizado estudios previos para que este se propicie. En un entorno altamente competitivo y con acceso a la información de una manera excesiva, el papel del artesano se ha denigrado al de un simple duplicador, con una aseveración del diseñador que lo convierte en un escueto operario, en base a esta situación se fundamenta las estrategias del presente proyecto.

La realidad del artesano es la premisa para la cual se plantean una serie de decisiones que propaguen el cambio de pensamiento erróneo que este actor tiene hacia el profesional, este debe ser pausado, con seguimiento y con suministro teórico para que su asimilación y aceptación no se encuentren con tribulaciones ulteriores. De la misma manera la introducción de un modelo altruista y de aprendizaje dual debe estar

canalizado en todos los ámbitos de la mano del diseñador, para que a priori este acercamiento sea el principio de un cambio socio-cultural que sea visibilizado por la sociedad. Para que revitalice al rol del artesano y su significativo valor personal, filial y patrimonial.

Finalmente considerando que “la estrategia es un encadenamiento de decisiones que finalizan en un objetivo ubicado dentro de un contexto impredecible (la estrategia es lo opuesto a la planificación), a través de la cual se asume que el proceso es conocido y predecible” (García, 2010, pág. 37) será emprendida con un carácter general en primera instancia donde se muestra el contexto del artesano, diseñador y consumidor para que origine esta metamorfosis, y en una segunda enfocada a las variables estudiadas con implicaciones que reafirmen las pautas de una contribución artesano-diseñador venidera guiada por el profesional.

6.7.1. Memoria descriptiva

Las estrategias están elaboradas en consecuencia de la realidad abordada en el presente estudio y dirigidas por los aspectos estudiados donde confluyen los diferentes actores, así mismo se desvela el rol que el diseñador puede aportar para que el artesano pueda traspasar una artesanía popular a otra de más alto nivel.

6.7.1.1. Sistema general de las estrategias

Los artesanos son el referente de un modelo económico que promueven las micro, pequeñas y famiempresas, donde el aspecto socio-cultural de traspaso de conocimientos en el núcleo filial es relegado debido a la falta de interés de las presentes y nuevas generaciones. Además, el papel del artesano se ha destruido por un modelo actual invasivo que ha desencadenado la interpretación de un simple copista

que junto al abandono de los centros educativos para su capacitación, sumado a su atroz criterio hacia el profesional del diseño conlleva a una lenta y segura disipación de sus rasgos esenciales.

En Paralelismo el diseñador por su preparación académica entiende que el rescate de las costumbres y tradiciones, son factores esenciales para el establecimiento de producto con diseño y que sumara un valor adicional al producto, asimismo esta consiente que es el conductor que puede analizar y discernir aspectos tan importantes como técnicas, materiales, consumidor y comercialización que el artesano por su aislamiento conceptual no podría inferir. Además, debe hacer frente a un panorama hostil de la sociedad que tiene relegado el papel que desempeña el diseñador en la generación de nuevos productos, para romper falsos esquemas que sobrepasen la praxis. Para que promuevan encuentros colaborativos con un alto grado de reciprocidad y altruismo que reconozcan el trabajo del artesano y el aporte del diseñador.

Finalmente, el consumidor es el que dicta las pautas y reglas de este vaivén para que produzca una colaboración entre artesano y diseñador ya que el consumidor es la fase final del proceso productivo se convierte en un componente clave dentro de la cadena de producción, por eso la interpretación de todos sus aspectos debe ser minuciosa y puntual, un papel que solo puede ser desempeñado por el diseñador.

6.7.1.2.Desarrollo de estrategias

Considerando la necesidad de colocar un conjunto de estrategias para provocar un trabajo colaborativo, el diseñador es el responsable de crear los adecuados patrones

para cubrir los requisitos específicos que se basan en una imagen global de todos los aspectos estudiados.

a.-Estrategias generales

La reciprocidad del artesano con el consumidor se enmarca en un argumento interpretativo deficiente que se inicia con el asedio de percepción, que origina el incorrecto desarrollo de un producto, cuyo resultado excluye al diseño y es remplazado por un exegesis tomada en diferentes fuentes bibliográficas, que conducen a réplicas y conllevan a infringir leyes y normativas donde el derecho de autor como el registro de propiedad intelectual son vulnerados. Inconscientemente el artesano deshace sus rasgos establecidos y sus características esenciales para situarse en el contexto de simple operario que está centralizado al aspecto técnico y cuya particularidad queda cercada a la técnica, calidad y proceso de confección que no es suficiente para describirla como artesanía.

Desde la realidad del Artesano

Estrategia N 1

Promover la conservación de la técnica de confección artesanal. - Esta debe ser presentada de una forma clara y concisa al artesano para que denote las implicaciones que representa una reivindicación de costumbres y tradiciones al producto además como estas ayudan a elevar el valor filial de esta rama para las futuras generaciones. Rescatando su valor y promoviendo su tradición

Acciones

- Generar un manual de las técnicas artesanales que deben ser rescatadas.
- Explicar el manual a los artesanos.

- Difundir el manual a los diseñadores.
- Presentar las técnicas en el producto a los consumidores.

Estrategia N 2

Estimular la utilización de materiales reutilizables y reciclados. -

La sugerencia de materiales debe ser realizado secuencialmente para evitar la mala percepción hacia las nuevas propuestas. Puede ser establecida en forma de material bibliográfico ya que el artesano tiene una buena percepción a este tipo de materiales didácticos.

Acciones

- Investigar los materiales que pueden formar parte para la elaboración de la artesanía.
- Seleccionar un listado de materiales reutilizables y reciclados.
- Elaborar un catálogo con los materiales reutilizables y reciclados.
- Difundir el catálogo de materiales a los artesanos y diseñadores.

Estrategia N 3

Manejo optimo del sobrante textil

Evitar desperdicios, puede generar una cultura que se enmarca dentro de un modelo sostenible además de fomentar un nuevo valor agregado a la artesanía. Esto se puede conseguir exponiendo al artesano nuevas inventivas a estos desperdicios que pueden convertirse en productos complementarios, como llaveros, portamonedas, billeteras, adornos, aretes pulceras, etc.

Acciones

- Establecer la cantidad de desperdicios que genera la fabricación de los bolsos.
- Seleccionar los materiales que pueden ser utilizados para la generación de nuevas propuestas.
- Generar propuestas con los materiales que pueden ser utilizados producto del desecho.

Desde la realidad del Diseñador

El diseñador debe franquear la brecha que el artesano a construido en su imaginario y ser el catalizador entre él y el consumidor partiendo de los aspectos del diseño que son mutables. Para construir un intercambio de experiencias y discernimientos, considerando que el profesional es el único que puede enmarcar saberes ancestrales, connotaciones simbólicas, técnicas, materiales, comercialización, visualización en encuentros participativos debido a su preparación académica, que conlleve la obtención de un valor intangible, que promueva un salto de artesanía. Además es el único que puede interpretar al consumidor en todas sus facetas que desempeña un papel preponderante en este estudio.

Estrategia N 4

Disolver conceptos protervos del artesano

Cambiar la perspectiva del artesano hacia el diseñador es una medida básica para que se pueda establecer un modelo participativo. Esta puede ser generada por medio de la difusión del concepto real del diseñador por medio de conferencias o charlas donde se exponga la valía y realidad del profesional.

Acciones

- Investigar las causas y posibles soluciones que conllevaron al artesano a tener un criterio malverso hacia el diseñador.
- Realizar un plan de acción para romper el criterio erróneo de los artesanos.
- Ejecutar este plan de acción de una manera progresiva y sistemática a los artesanos.

Estrategia N 5

Generar actitudes altruistas

Lo que sugiere una concepción real para impulsar un descubrimiento y conocimiento del entorno en el cual se forjará la intervención. Para que se genere esto se debe realizar una interacción previa con el artesano empaparse de su realidad y convivir en ella de esta manera se construirá un concepto que sale del límite de las premisas.

Acciones

- Generar un modelo participativo y reflexivo de fácil entendimiento para las dos partes
- Difundir el modelo a los diseñadores y artesanos en un entorno propicio donde se propicie la participación de todos los actores.

Estrategia N 6

Manifestación de la una renovada artesanía

Esto solo se puede lograr de la mano de un estudio minucioso y prodigio, para la cual el artesano debe ampliar su perspectiva a nuevas propuestas que producirán un sin número de permutaciones, esto puede ser establecido con un manejo claro y preciso de las clases de artesanías que deben ser expuestas mediante una enseñanza de observación y didáctica.

Acciones

- Indagar el entorno del artesano.
- Implantar un patrón para el acompañamiento y discernimiento del artesano y diseñador.
- Establecer las características esenciales, que no pueden mutar y las variantes en las que se pueden intervenir en la propuesta

Desde la realidad del consumidor.

El consumidor es el ultimo elemento de la cadena de producción y a la vez es la parte primordial con la cual no se generaria esta interaccion, para establecer el patron de consumidor fue establecida una encuesta a 300 mujeres que genero la como resultados un perfil neo tradicional o étnico de edad media, genero femenino, generalmente adulta y cualificado Que esta dispuesto a pagar entre 30 a 50 dólares por un producto artesanal con intervención del diseño y de amplia visualización. Este priorizan su fidelización de compra demandando una venta directa para establecer una relación donde la confianza secuencial y eficaz solo puede estar

establecida en un ambiente donde se pueda palpar y observar el trabajo e producto de esta interacción.

Estrategia N 7

Establecer un ambiente donde el consumidor pueda palpar la realidad del producto adquirido.

Generar una interacción entre el producto y consumidor es fundamental, esto solo se puede lograr cuando el artesano abre las puertas de su lugar de trabajo y el diseñador realiza las adecuaciones para que este genere empatía por parte del consumidor.

Acciones

- Proponer al artesano la realización de un espacio donde se pueda mostrar su trabajo y su producto conjuntamente.
- Establecer una serie de características que promuevan el interés de los consumidores sin deteriorar el entorno artesanal.

Estrategia N 8

Implantar un modelo de visualización artesanal reflexivo

Un elemento que causa diferencia es la percepción del consumidor hacia el producto que tiene que desmarcarse de sus competidores tradicionales. Esto se puede lograr a base de propuestas audio, video, fotográficas, donde se explique de una manera real y clarificada la realidad del bolso artesanal.

Acciones

- Indagar los de difucion de facil aceptación del consumidor.
- Desarrollar una modelo en el cual se encuentre el valor real de cada artifice.
- Divulgar el patrón de visualizacion a los consumidores.



Imagen 7: Estrategias generales

b.-Estrategia especificas

Considerando que las variables analizadas son mutables en relación a las técnicas se puede conservar el aspecto de la tradición como cultura y fortalecerlo para conseguir un alto de representatividad en el producto. En cuanto a materiales puede ser combinado con propuestas alternativas y reutilizables para englobarlos en una tendencia de sostenibilidad sin alterar su esencia. Con la intervención del diseño el producto adquiere nuevos matices que pueden ser representados en los nuevos modelos de comercialización y visualización que atraerán a nuevos consumidores que desencadenarán la transformación de la artesanía a una con mayor grado de reconocimiento y representatividad.

Estrategia N 9

Fomentar y establecer las técnicas manuales en la artesanía

El fomento y el reflejo de las técnicas manuales debe incorporarse de forma parcial o completa en concordancia con los nuevos productos ya que promueven el valor del artesano, el rescate de las costumbres, tradiciones de su entorno y dan un nuevo valor al producto.

Acciones

- Investigar los elementos de mayor importancia que deben ser revalorizados y difundidos.
- Plantear un catálogo de las técnicas manuales con parámetros establecidos por el diseñador y artesano.
- Desarrollar un catálogo para la difusión de las técnicas manuales.

Estrategia N 10

Propiciar una cultura de sostenibilidad

Propiciar una cultura de sostenibilidad se enmarca en contexto actual, esta incorporación de materiales alternativos y reutilizables deben ser secuencial y explicativa para ser incorporados en las nuevas artesanías para que tomen un lugar en un mercado que clama un producto sustentable.

Acciones

- Establecer los materiales que propicien sostenibilidad sin deformar la esencia de la artesanía.
- Desarrollar una propuesta donde se palpen los materiales con tendencia sostenible.

Estrategia N 11

Implantar el aspecto del diseño en la artesanía

El producto resultante debe reflejar diseño, que a la postre fomente la innovación de la artesanía esto se logra mediante una aplicación minuciosa, consensuada y real en el producto donde se resalte el valor protagónico del artesano y la necesidad del diseñador como gestor de este modelo.

Acciones

- Investigar el contexto de la aplicación del diseño en la artesanía.
- Presentar propuestas donde el diseño haga su intervención en la artesanía.
- Instaurar en un bolso artesanal el diseño. Como gestor de innovación futura.

Estrategia N 12

Propiciar un proceso colaborativo artesano-diseñador

El diseñador debe establecer una serie de parámetros con consideraciones del artesano que permitan el proceso colaboración, de esta manera abandonar falsas percepciones que margina nuevas experiencias y oportunidades que promueve un aprendizaje complementario.

Acciones

- Predisponer un encuentro colaborativo con el artesano en un periodo de tiempo.
- Recabar en un documento las experiencias y problemáticas que se produjeron en el encuentro colaborativo.

Estrategia N 13

Exhibir la artesanía en un entorno donde se denote su evolución para la seducción del consumidor

El contacto con el artesano y diseñador fomenta un acercamiento al producto esto puede ser desarrollado en el taller artesanal, en espacios de exhibición acordados, en donde la artesanía adquiere una valía intangible que es apreciado por una amplia y selecta gama de consumidores.

Acciones

- Analizar los mejores espacios en donde el consumidor pueda tener contacto con el artesano y diseñador.
- Divulgar las propuestas a los artesanos para que puedan hacer uso de ellas.

- Establecer la artesanía en estos espacios para su visualización.

Estrategia N 14

Desarrollar plataformas multimedia de comercialización

El diseñador puede modificar los aspectos de comercialización para promover productos. Esto se puede conseguir a través de una difusión estratégica mediante redes sociales, páginas web, blogs, influencers que tienen un contacto directo y rápido con el consumidor.

Acciones

- Establecer contacto con profesionales que definan los mejores canales de comunicación.
- Desarrollar las plataformas con el profesional con los resultados de los mejores canales de comunicación e interacción.

Estrategia N 15

Desarrollar nuevos canales de distribución.

Las nuevas vías de venta del producto, determinan el alcance que este tiene a los consumidores. Determinar un posicionamiento, referencias y establecer contactos con galerías, centros culturales, museos es un aspecto en el que debe incurrir el diseñador para aumentar la visualización de la artesanía.

Acciones

- Analizar conjuntamente con profesionales que tengan experticias en el tema el mejor medio de distribución para el producto.
- Situar a la artesanía en los canales de comunicación para su difusión.



Imagen 8. Estrategias específicas

6.8. Administración de la propuesta Matriz de Naranja

La administración de la propuesta estará bajo la responsabilidad del investigador del proyecto y guiado por el docente tutor de la UTA además en una etapa fuera del desarrollo del proyecto referente a la aplicación de las estrategias estará a cargo tanto de los diseñadores que estén involucrados en proyectos con artesanos.

6.8.1.Recursos

Los recursos que se necesitan para el efecto de la propuesta se describen a continuación.

6.8.1.1.Humanos

Planteamiento de estrategias

Investigador

El investigador analiza la información necesaria que necesita para establecer criterios para su trabajo, si no los encuentra investiga o indaga la información que cree conveniente y finalmente recaba información.

Tutor

Es el agente promotor de la tesis que desde un punto técnico asesora, guía, establece, pautas y funciones al estudiante.

Aplicación de estrategias

Diseñador

Es quien establece las guías y los parámetros para que se produzca el encuentro colaborativo.

Artesano

Es el que cambia de perspectiva y contribuye para que la colaboración se produzca.

Consumidor.

Quien palpa la realidad del producto, asimila diseño y compra el bolso.

6.8.1.2.Materiales

Tabla 25.*Recursos materiales*

Computadora	780
Impresiones	\$85,00
Cámara fotográfica	\$400,00
Cuaderno.	\$5,00
Lápices	\$2,00
Transporte/Viáticos	\$100,00
TOTAL	\$ 1307, 00

Fuente: Elaboración propia

6.9.Cronograma

Tabla 26.*Cronograma de propuesta*

Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8
Actividades								
Planteamiento de modelo de entrevista	x							
Investigacion de campo		x						
			x					
				x				
Interpretacion de resultados					x			
Definir la propuesta							x	

Elaboracion de la propuesta	X
Plantamiento de resultados	X
Conclusiones y recomendaciones	X

Fuente: Elaboración propia

6. 10. Evaluación de la propuesta

Para la evaluación de la propuesta se realizara fuera del periodo de desarrollo del presente proyecto ya que cada una de las estrategias planteadas deben ser implementadas en el trabajo conjunto de diseñadores y artesanos , las mismas que se podrán evidenciar tanto en el proceso creativo y técnico , el producto y la forma de comercialización . esta evaluación permitirá dar validez a las estrategias planteadas y al mismo tiempo retroalimentarlas para ir perfeccionándolas.

6.11. Conclusiones

- Las estrategias van encaminadas al contexto del artesano haciendo hincapié al rescate y preservación de técnicas de confección manual y de materiales para propiciar la utilización de procesos mixtas y tecnológicas que sumen al trabajo artesanal y engrandezcan su valor, de igual manera la correspondencia a la sostenibilidad esta cimentada en la introducción de nuevas alternativas de menor impacto ambiental. En cuanto a la implementación de modelo participativo, se promueve estrategias que impulsen el potencial artesanal para promover el valor cultural y tradicional sin mutaciones, que está

encaminado por el profesional quien instaure, proponga y desarrolle este cúmulo de estrategias para una correcta asimilación del artesano.

- El plan de acciones está enfocado de una manera que promueve el diseño hacia la artesanía y esta confluye de una forma progresiva, atenuante y sin conflictos. El diseño es el eje central que permite la dislumbración del consumidor hacia el artesano para que exista una concurrencia lúcida. De esta manera se plantean estrategias en donde el intercambio de conocimientos y discernimientos se aborden y resuelvan de una forma eficaz y rápida. El diseño en toda su magnitud instaure acciones que produzcan una comunicación artesano-consumidor en donde la artesanía dislumbrar el perfeccionamiento que será aceptado por el potencial cliente que ve en ella un valor intangible perpetuo.

6.12. Recomendaciones

- Para que estas estrategias sean viables y confluyan de una manera perdurable deben ser instauradas progresivamente, con el consentimiento del artesano. En su etapa primaria se deben aplicar las estrategias en donde se propicia el cambio de pensamiento y la implementación de modelos colaborativos, cabe recalcar que en esta intervención necesita un gran periodo de tiempo para su asimilación.
- En una segunda instancia se sugiere la aplicación de estrategias de prototipo y desarrollo, de forma conjunta en donde los actores participen en todo el proceso para que se produzca un conocimiento complementario.

- Finalmente se recomienda que la implementacion de las estrategias que promueven la distribucion y la visualizacion de la artesanía sean realizadas conjuntamente con profesionales que se desenvuelven en esta area para tener resultados positivos con un minimo de errores donde el artesano, diseñador y consumidor confluyan en un camino progresivo que de como resultado una artesanía renovada.

BIBLIOGRAFÍA

Aguas, S. (2016). *www.unibarcelona.com*. Barcelona.

Arias, F. (1999). *Proyecto de investigacion, Guia para su elaboracion* (3 ed.). Caracas: orial ediciones.

Avendaño, T. (2018). *http://www.itfashion.com*.

Biter, H. H. (2009). *Systems and methods for efficient data searching, storage and reduction*. Washintong.

Bustos, C. (Enero de 2009). Produccion Artesanal. *Visión Gerencial*, 1, 37-52. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545880009.pdf>

Calderon, A. (23 de Agosto de 2018). *ley de figura y fondo*. Obtenido de <https://prezi.com/qucrpb6iwx0/ley-de-figura-fondo/>

Chanel. (23 de Agosto de 2018). *Chanel*. Obtenido de WWW.CHANEL.COM

Constituyente, E. A. (23 de agosto de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de -repositorio.dpe.gob.ec

Creswell, J. W. (2005). *Diseño de investigación*. California: MAECEI.

de Oslo, M. (2005). *Manual de Oslo*. Obtenido de <http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>

Dias, M. L. (2017). *Repositorio de la EAN*. Obtenido de repository.ean.edu.co

El telegrafo, d. (31 de Enero de 2018). *Mipro firmó acuerdo para fomentar productividad en el sector del calzado*. Obtenido de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/mipro-firmo-acuerdo-para-fomentar-productividad-en-el-sector-del-calzad>

España, C. d. (s.f.). *Tipos de innovacion*. recuperado de <https://www.camara.es>.

Fiell, C. y. (2016). *Diseño Escandinavo*. Hohenzollernring: TASCHEN GmbH.

FONART. (2018). *Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías*. Obtenido de <https://www.gob.mx>

Gallery, Z. I. (24 de Julio de 2018). *Z lifestyle Gallery*. Obtenido de https://scontent.fuio13-1.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/37796189_1760623150659218_8456515118031699968_n.jpg?_nc_cat=0&oh=dc8c2c325b3b29430bb24528e9781130&oe=5BFD5F01

García, C. y. (2011). *Diseñando con las manos: proceso y proyecto en la artesanía del siglo XXI*. Madrid: Fundación Española para la Innovación de la Artesanía.

García, J. (2010). *Diseño estratégico*. Asturias, España: Gráficas Rigel.

Guillén, M. (2018). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Repositorio Universidad Técnica de Ambato: <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/7522>

Heizer, J. &. (2001). *Dirección de la Producción. Decisiones estratégicas*. Madrid: Pearson.

Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

IEPI. (5 de Junio de 2018). *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec>

- ILDIS. (24 de mayo de 2018). *publicaciones*. Obtenido de www.fes-ecuador.org/
- INEN. (Marzo de 2017). *TEXTILES. ETIQUETADO DE PRENDAS DE VESTIR Y ROPA DE*. Obtenido de <http://apps.normalizacion.gob.ec>
- Jansa, S. (24 de Mayo de 2010). *La Universidad Nacional de Educación a Distancia*. Obtenido de <http://portal.uned.es>
- JNDA, J. D. (2018). *Junta Nacional de Defensa del Artesano*. Obtenido de <http://www.artesanos.gob.ec>
- Lau, J. (2013). *Manualidades de diseño de Moda, Diseño de Accesorios*. En Editorial. Mexico .
- Leone, G. (1998). *Leyes de la Gestalt*. Obtenido de guillermoleone.com.ar
- Louerdes, M. (2005). *ORGANIZACION: DISEÑO DE ORGANIZACIONES DE ALTO RENDIMIENTO* .
- LOWE. (23 de AGOSTO de 2018). *LOWE*. Obtenido de WWW.LOWE.COM
- Malo, C. (2006). *Un acercamiento de la talabarteria de Cuenca*. Cuenca: CIDAP.
- Malo, C. (2008). *Artesanias, lo bello, lo util*. Cuenca: Graficas Hernandez.
- Mazini, E. (2015). *Cuando todos diseñan, una introduccion al diseño para la innovacion social*. Italia : Graficas Muriel.
- MIPRO. (2017). Quito.
- MIPRO. (25 de MAYO de 2018). Obtenido de www.industrias.gob.ec
- Munch, G. (2007). *Organizaciones de alto rendimiento* (1 ed.). Mexico: Editorial Mad, S.L.

- Nambaste. (18 de enero de 2017). *https://nambaste.com*. Obtenido de Diferentes tipos de bolsos y sus características: <https://nambaste.com/blog/diccionario-bolsos/>
- Navarro Hoyos, S. (s.f.). *Pontificia Universidad Javeriana, Departamento de Diseño, Facultad de Arquitectura y Diseño*. Obtenido de fes-sociologia.com
- Pérez, J. (2012). *Definiciones.de*. Obtenido de (<https://definicion.de/gestalt/>)
- Rojano, M. (2018). *Diseño de bolsos de moda con piel de conejo, para mujeres de 25 a 35 años producidos por el taller "Carlam's" en la parroquia de Quisapincha*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Salazar, D. (2015). *DISEÑO DE UN MANUAL DE PROCESOS PARA LA*. Quito: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.
- Santos, J. (2014). *Encuentro Alicante Artesanía y Lujo by creativity*. Obtenido de <https://www.eoi.es/>
- Santos, J. C. (24 de noviembre de 2010). *La eclosión de la Artesanía Conceptual*. Obtenido de <http://jornada-artesania-valencia.blogspot.com/2010/11/presentacion-de-la-jornada-de-artesania.html>
- SENPLADES, S. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec>
- Sobejano, J. (2 de diciembre de 2011). *3Vectores Sustentables Desing*. Obtenido de <http://3vectores.com>
- SRUTI. (1995). *A Status Report*. New Deli: Society for Rural, Urban, and Tribal Initiative.
- Tawfik, L. y. (1992). *Administración de la producción*. Mexico: McGraw-Hill.

telegrafo, e. (31 de Enero de 2018). *noticias de economia*.

UNESCO. (28 de Mayo de 2018). *CULTURA*. Obtenido de <http://www.unesco.org>

Vida., P. N.-2. (2017). *SENPLADES*,.

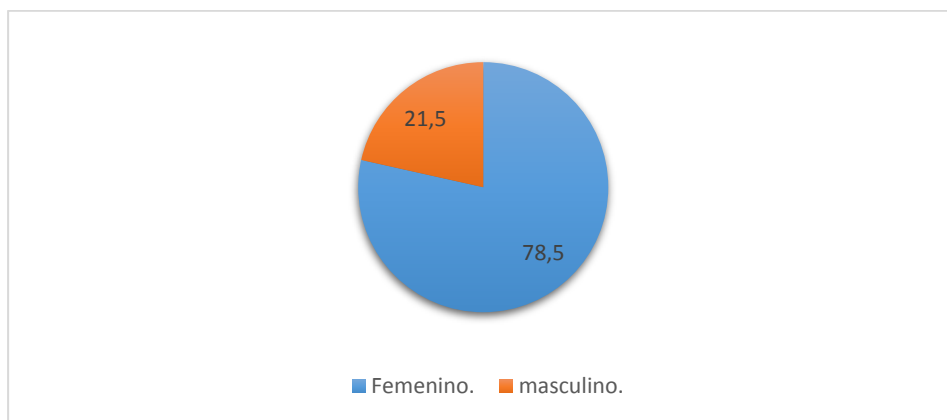
Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*.

ANEXOS

Resultados de encuestas

Sección consumidor

1.-Género

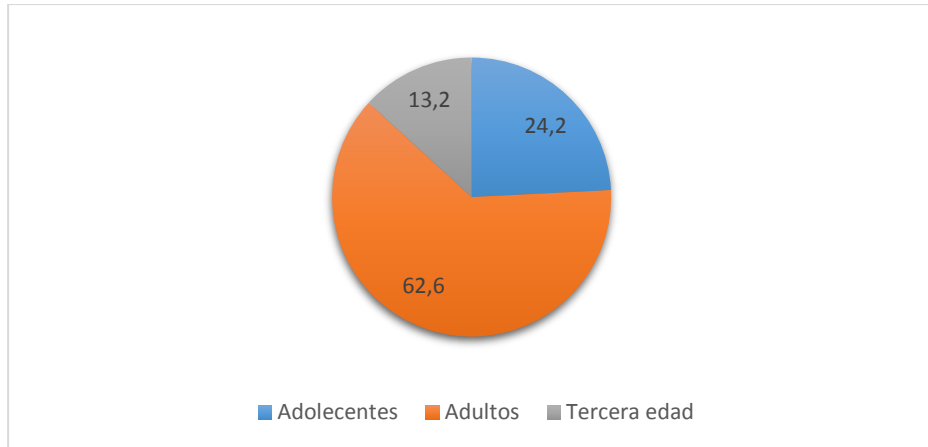


El 78,5 de los encuestado es de género femenino

El 21,5 de los encuestado es de género masculino

El género femenino adquiere con mayor frecuencia los bolsos de marroquinería.

2.-Edad



El 62,6 de los encuestado es adulto

El 24,2 de los encuestado es tercera edad

El 13,2 de los encuestado es adolescentes

La edad del consumidor de bolsos de marroquinería es adulta.

3.-Nacionalidad

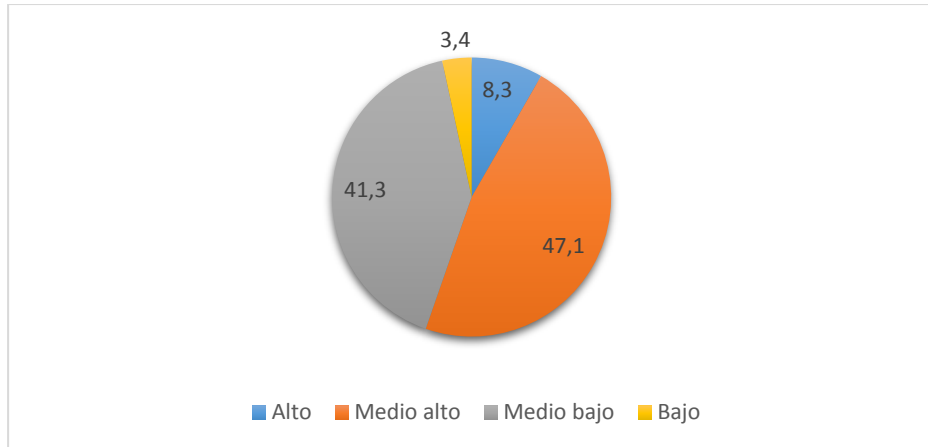


El 84,4 de los encuestado es cliente nacional

El 15,6 de los encuestado es cliente extranjero

Los consumidores de bolsos de marroquinería son de mayoría nacional.

4.-Nivel socio-económico



El 47,1 de los encuestado es de nivel socio-económico medio alto

El 41,3 de los encuestado es de nivel socio-económico medio bajo

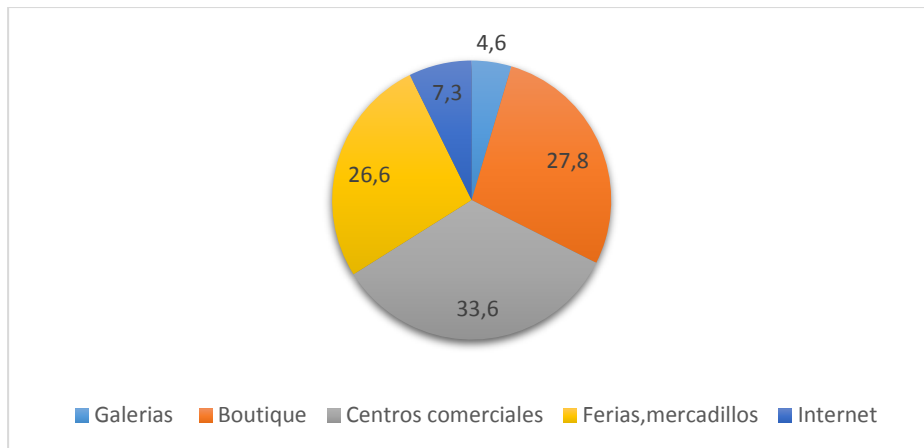
El 8,3 de los encuestado es de nivel socio-económico alto

El 3,4 de los encuestado es de nivel socio-económico bajo

El nivel socio-económico del consumidor de bolsos de marroquinería es medio alto.

Sección comercialización

5.-¿En qué lugar usted adquiere sus bolsos?



El 4,6 % de los encuestados adquiere sus productos en galerías

El 27,5 de los encuestados adquiere sus productos en boutiques, locales

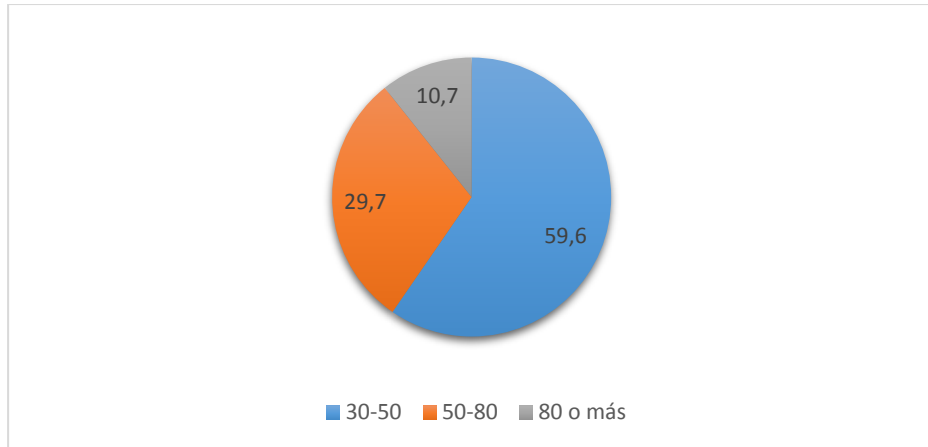
El 33,6 de los encuestados adquiere sus productos en centro comerciales

El 26,6 de los encuestados adquiere sus productos en ferias, mercadillos

El 7,3 de los encuestados adquiere sus productos por internet

La mayoría de consumidores adquieren los bolsos de marroquinería en centros comerciales.

6.-¿Cuánto pagaría por un bolso artesanal con diseño?



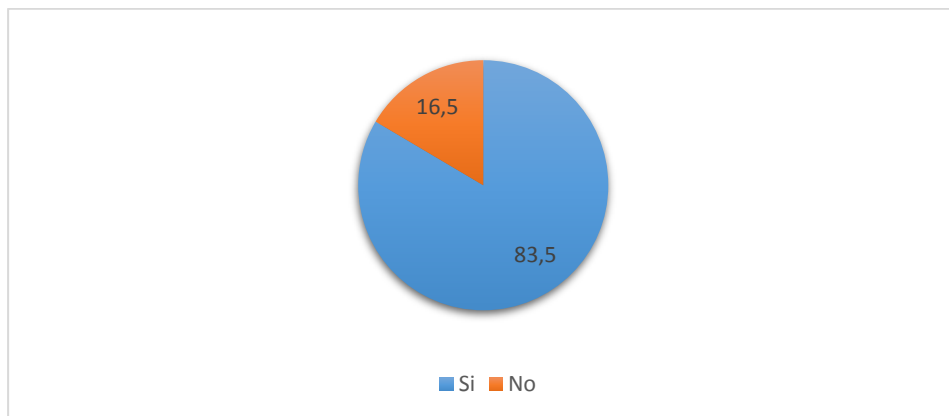
El 59,6 % de los encuestados pagaría por los bolsos de 30 a 50 dólares

El 29,7 % de los encuestados pagaría por los bolsos de 50 a 80 dólares

El 10,7 % de los encuestados pagaría por los bolsos de 80 a más dólares

El precio que al consumidor pagaría por un bolso artesanal es de 30 a 50 dólares.

7.- ¿Le gustaría comprar un bolso artesanal en una tienda donde tenga contacto con sus creadores su proceso?

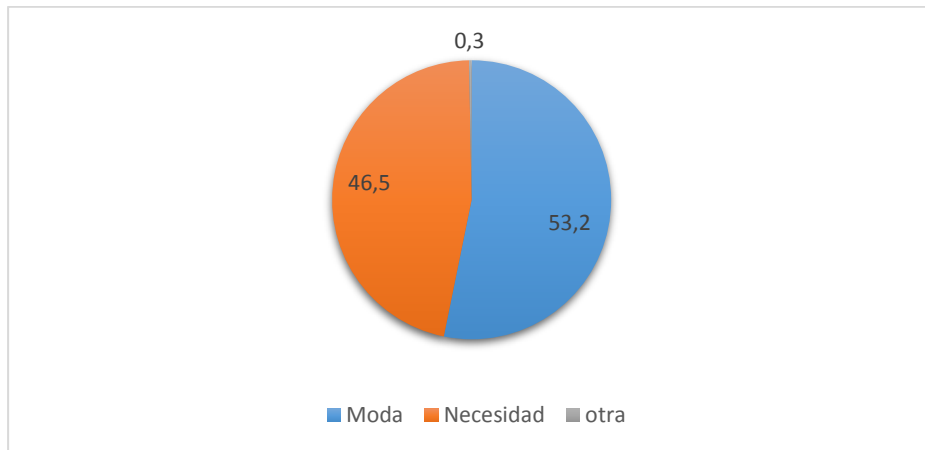


El 83,5 % de los encuestados comprarían un bolso en una tienda donde tenga contacto con sus creadores y proceso

El 16,5 % de los encuestados no comprarían un bolso en una tienda donde tenga contacto con sus creadores y proceso

Al consumidor le agradaría conocer el lugar de trabajo donde se realiza el bolso así como tener contacto con sus creadores.

8.-¿Cuál la razón para la adquisición de un bolso?



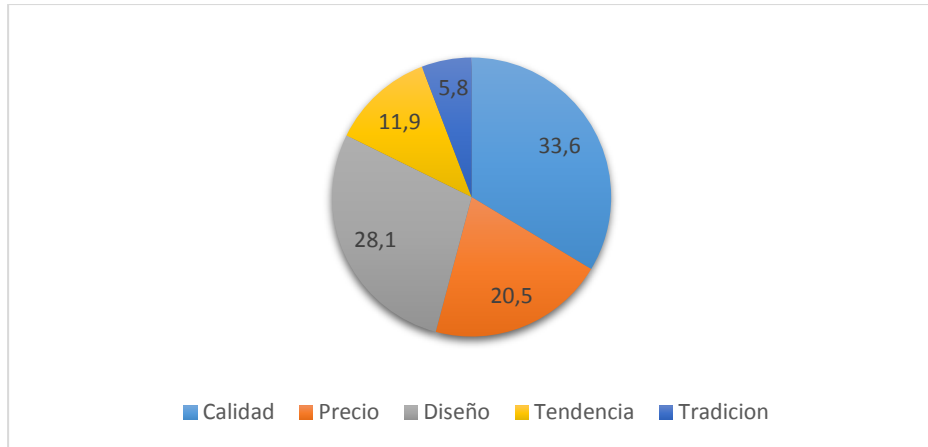
El 53,2 % de los encuestados compra un bolso por moda

El 46,5 % de los encuestados compra un bolso por necesidad

El 0,3 % de los encuestados compra un bolso por otros motivos

La razón para la adquisición de un bolso es la moda.

9.-¿Al comprar un bolso usted toma en cuenta?



El 33,6 % de los encuestados toma en cuenta calidad

El 28,1 de los encuestados toma en cuenta diseño

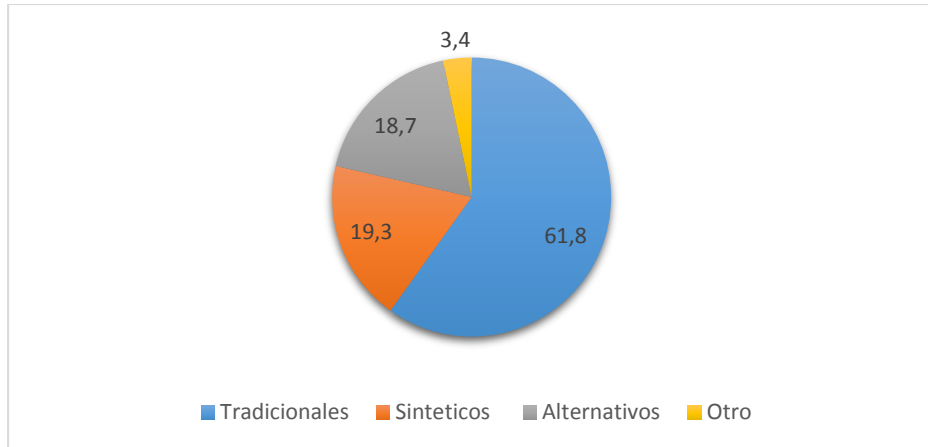
El 20,5 de los encuestados toma en cuenta precio

El 11,9 de los encuestados toma en cuenta tendencia

El 5,8 de los encuestados toma en cuenta tradición

Lo que el cliente toma en cuenta para adquirir un bolso es la en su mayor parte es la calidad de producto.

10.-¿Usted prefiere un bolso de materiales?



El 61,8 % de los encuestados toma en cuenta la calidad

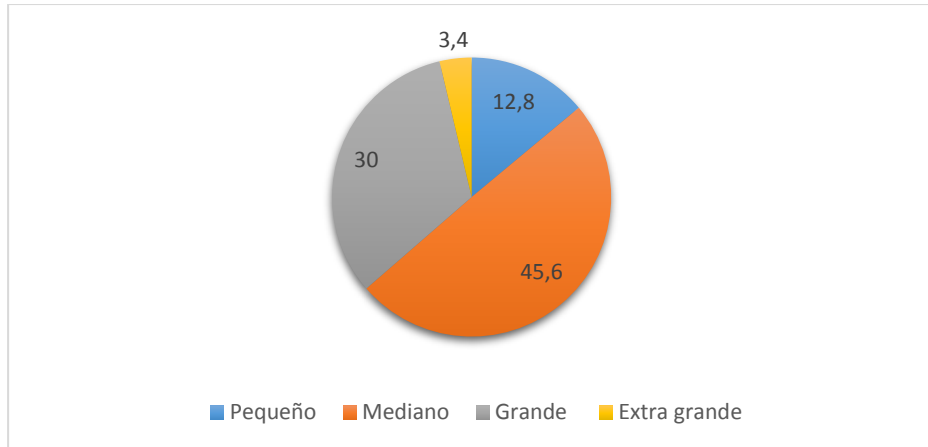
El 19,3% de los encuestados toma en cuenta el diseño

El 18,7% de los encuestados toma en cuenta el precio

El 3,4% de los encuestados toma en cuenta la tendencia

El cliente prefiere un bolso de materiales tradicionales que es donde se encuentra el cuero.

11.- ¿Usted prefiere un bolso de tamaño?



El 45,6 % de los encuestados prefiere un bolso de tamaño mediano

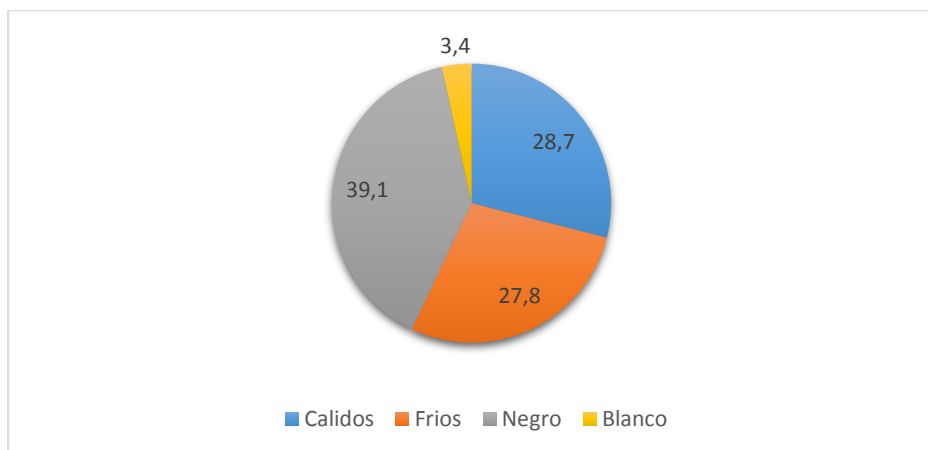
El 30% de los encuestados prefiere un bolso de tamaño grande

El 12,8% de los encuestados prefiere un bolso de tamaño pequeño

El 3,4% de los encuestados prefiere un bolso de tamaño extra grande

Los clientes prefieren un bolso de tamaño mediano.

12.-¿Cuál es la preferencia de color en la adquisición de un bolso?



El 28,7% de los encuestados prefiere colores cálidos

El 27,8% de los encuestados prefiere colores fríos

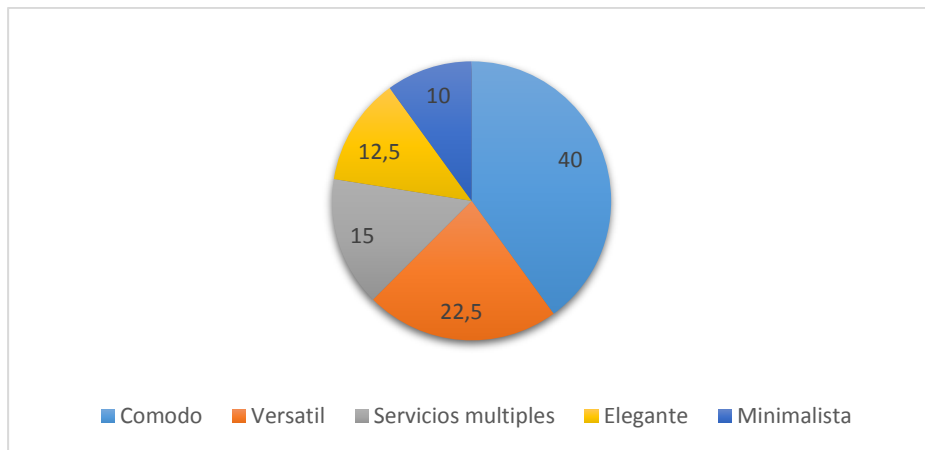
El 39,1% de los encuestados prefiere el color negro

El 3,4% de los encuestados prefiere el color blanco

El cliente prefiere un bolso de color negro para la adquisición.

Sección diseñ

13.-¿Qué características le gustaría que tenga un bolso artesanal con diseño?



El 40% de los encuestados le gusta un bolso cómodo

El 22,5% de los encuestados le gusta un bolso versátil

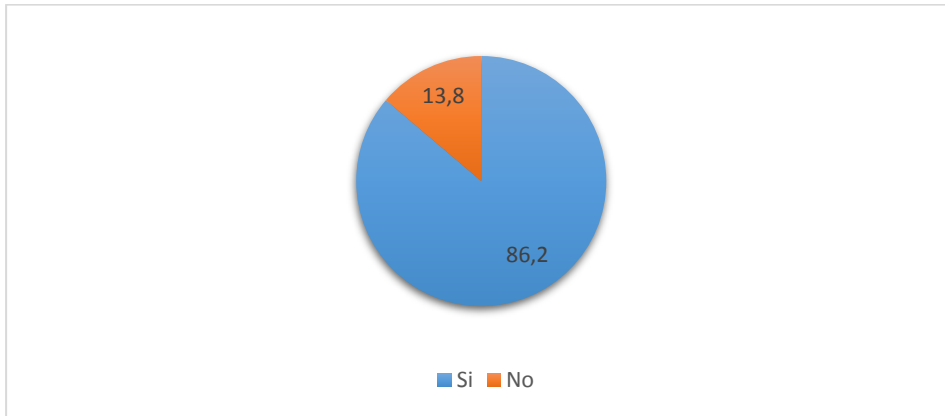
El 15% de los encuestados le gusta un bolso con servicios múltiples

El 12,5% de los encuestados le gusta un bolso elegante

El 10% de los encuestados le gusta un bolso minimalista

El cliente quiere un bolso cómodo como principal característica.

14.-¿Usted considera que el nombre del artesano debe estar en el Packing (etiqueta, empaque) del bolso?

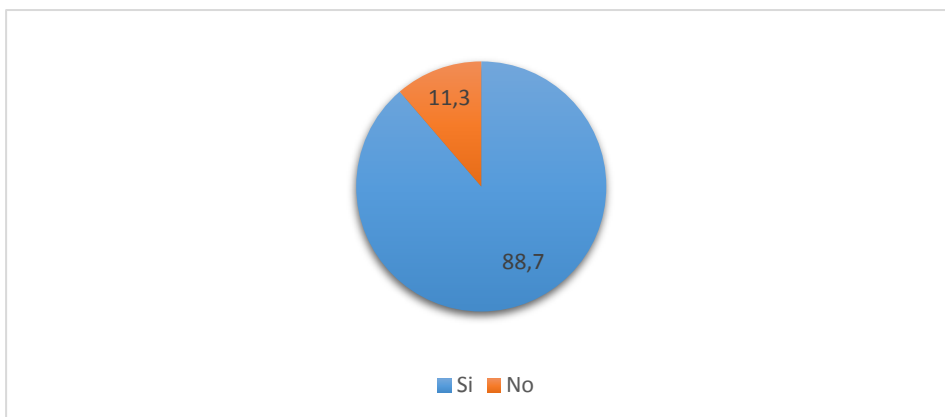


El 86,2% de los encuestados considera que el nombre del artesano debe estar en el Packing

El 13,8% de los encuestados considera que el nombre del artesano no debe estar en el Packing

El cliente considera que el nombre del artesano debe estar en el packing.

15.-¿Usted compraría un bolso de la fusión del artesano y diseñador?



El 88,7 de los encuestados compraría un bolso de la fusión del artesano y diseñador

El 11,3% de los encuestados no compraría un bolso de la fusión del artesano y diseñador

Al cliente compraría un bolso de la fusión del artesano y del diseñador.

Interpretación de resultados

En lo relacionado a la población para el presente estudio se priorizo dos perfiles, el primero fue orientado a los artesanos cuya actividad productiva es el desarrollo de artículos de marroquinería. Para lo cual, se abarco a los artesanos que han heredado su profesión y que lleven ejercicio de su trabajo en un promedio de veinte años para su ubicación se recurrirá a la Junta Nacional de Defensa del Artesano dentro del grupo 3231 Curtiduría, cueros y afines. El segundo grupo abarco a profesionales de diseño que han desarrollado proyectos con el apoyo de artesanos, o a su vez han trabajado en el desarrollo de productos. De igual manera el muestreo por conveniencia fue la elección de métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. La representatividad estuvo determina por el investigador de modo subjetivo, fue utilizada porque se requiere una estrecha colaboración por parte de los artesanos en marroquinería y los diseñadores, es la única opción para que el estudio sea viable.

Fichas de las entrevistas



Entrevista dirigida a los artesanos de Confección en Cuero que elaboran bolsos del Cantón Ambato

ENCUESTADOR: Leer al encuestado

El cuestionario está pensado con el objetivo de identificar las características esenciales, constantes y variantes de la actividad artesanal como los aspectos del diseño que pueden aportar a la evolución de los artesanos manteniendo las constantes y modificando las variables del Cantón Ambato.

La información que se obtenga de este estudio permitirá la generación de una propuesta que permita al artesano establecer nexos estratégicos y creativos. para la generación de nuevos productos.

Su participación contribuye a tener una visión amplia sobre la situación del artesano.

DATOS DEL ARTESANO

Nombre del artesano		
Dirección		
Provincia	Cantón	Calles
Contactos		
Teléfono	Móvil	e-mail

DATOS DE ENCUESTADOR

Para resolver cualquier duda o aclaración que precise, puede contactar a:

Luis Omar Masaquiza Sailema, estudiante de la Carrera de Diseño de Modas de la Universidad Técnica de Ambato.

Teléfono: +573 9270792

Correo electrónico: lmasaquiza5572@uta.edu.ec

SECCIÓN A: MATERIALES

1. *¿Qué tipos de materiales utilizan para la confección de bolsos?*

a) naturales-reutilizables	<input type="checkbox"/>
b) tradicionales(cuero)	<input type="checkbox"/>
c)materiales inteligentes	<input type="checkbox"/>
d)alternativos reciclados	<input type="checkbox"/>
f)otros (especifique)	<input type="checkbox"/>

2. *¿Para la adquisición de materiales de confección usted acude a?*

a) productores	<input type="checkbox"/>
b) comercializadores	<input type="checkbox"/>
c) elabora usted mismo	<input type="checkbox"/>
d) reciclados	<input type="checkbox"/>
f)otros(especifique)	<input type="checkbox"/>

2.1 *¿ Señale la razón por la cual acude a este tipo de proveedores?*

3. *¿Para la adquisición del material usted toma como referencia?*

a) precio	<input type="checkbox"/>
b) accesibilidad	<input type="checkbox"/>
c) tendencia	<input type="checkbox"/>
d) tradición	<input type="checkbox"/>
f) otro(especifique)	<input type="checkbox"/>

SECCIÓN B: TÉCNICAS

4. ¿En la elaboración del bolso usted utiliza?

a) técnicas tradicionales (confección manual)	<input type="checkbox"/>
b) técnicas mixtas (confección manual y maquina)	<input type="checkbox"/>
c) técnicas industrializadas (maquina)	<input type="checkbox"/>
d) técnicas tecnológicas (impresiones 3D)	<input type="checkbox"/>
f) otra(especifique)	<input type="checkbox"/>

4.1 ¿Señale la razón para la utilización de esta técnica?

SECCIÓN C: CONSUMIDOR

5. ¿Su producto es demandado por un consumidor?

Género

Femenino	<input type="checkbox"/>
Masculino	<input type="checkbox"/>

Edad

Adolescentes	<input type="checkbox"/>
Adultos	<input type="checkbox"/>
Adultos mayores	<input type="checkbox"/>
Tercera edad	<input type="checkbox"/>

Nacionalidad

Nacionales	<input type="checkbox"/>
Extranjeros	<input type="checkbox"/>

Nivel socio-económico	
Alto	<input type="checkbox"/>
Medio alto	<input type="checkbox"/>
Medio	<input type="checkbox"/>
Bajo	<input type="checkbox"/>

SECCIÓN C: COMERCIALIZACIÓN

6. ¿ Señale el valor de venta de sus productos?

7. ¿El fin de elaboración de su producto es?

a) exhibición	<input type="checkbox"/>
b) comercialización	<input type="checkbox"/>
c) exhibición, comercialización	<input type="checkbox"/>
f) otro(especifique)	<input type="checkbox"/>

8. ¿La venta de sus productos se realiza por?

a) galerías	<input type="checkbox"/>
b) boutique	<input type="checkbox"/>
c) ferias, mercadillos	<input type="checkbox"/>
d) internet	<input type="checkbox"/>
f) otros(especifique)	<input type="checkbox"/>

SECCIÓN C: DISEÑO

9. ¿Podría describir la experiencia de trabajar con un diseñador?

10. ¿Cuáles son las ventajas de la colaboración con un diseñador?

11. ¿Para mejorar sus conocimientos de producción usted recurre a?

a) libros , revistas, manuales, internet	
b) cursos, capacitaciones	
c) diseñador	
d) otros(especifique)	

12. ¿Cómo considera el aporte del diseño en la elaboración de su producto?

a) muy satisfactorio	
b) satisfactorio	
b) poco satisfactorio	

13. ¿El beneficio de colaborar con un diseñador fue?

a) mejorar el producto	
b) mejorar el material	
c) mejorar el proceso	
d) mejorar la presentación(packing)	
f) otro(especifique)	

14. ¿Señale algún inconveniente que se produjo al colaborar con un diseñador?

a) imposición de puntos de vista	
b) falta de comunicación	
c) no valida el aporte del artesano	
d) no se siente a gusto trabajando con un diseñador	
f) otra (especifique)	

15. ¿Cómo se evidencia la participación del artesano en el producto?



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista dirigida a los Diseñadores que han colaborado con artesanos de Confección en Cuero que elaboran bolsos del Cantón Ambato

ENCUESTADOR: Leer al encuestado

El cuestionario está pensado con el objetivo de establecer nexos estratégicos y creativos entre el artesano y el diseñador para la generación de nuevos productos en el cantón Ambato.

La información que se obtenga de este estudio permitirá identificar el contexto que tiene el diseñador al colaborar con un artesano.

Su participación contribuye a tener una visión amplia sobre la experiencia entre diseñador y artesano.

DATOS DEL DISEÑADOR

Nombre del diseñador		
Dirección		
Provincia	Cantón	Calles
Contactos		
Teléfono	Móvil	e-mail

DATOS DE ENCUESTADOR

Para resolver cualquier duda o aclaración que precise, puede contactar a:

Luis Omar Masaquiza Sailema, estudiante de la Carrera de Diseño de Modas de la Universidad Técnica de Ambato.

Teléfono: +573 9270792

Correo electrónico: lmasaquiza5572@uta.edu.ec

SECCIÓN A: DISEÑO

1. ¿Podría describir la experiencia de trabajar con un artesano?

2. ¿Qué entiende por artesanía?

3. ¿Indique el proceso de diseño que realiza cuando colabora con un artesano?

4. ¿La contribución del diseño en el producto?

a) soluciona problemas diseño de producto	<input type="checkbox"/>
b) mejora las ventas	<input type="checkbox"/>
c) diferencia el producto de la competencia	<input type="checkbox"/>
d) innovación del producto	<input type="checkbox"/>
f) valoriza al artesano	<input type="checkbox"/>
g) otra(especifique)	<input type="checkbox"/>

4. ¿En qué etapa del proceso interviene el artesano?

5. ¿Que desea expresar y comunicar en el producto en colaboración con el artesano?

6. ¿Señale cuál es el aporte del diseño al producto artesanal?

a) valorizar el trabajo de artesano	<input type="checkbox"/>
b) valorizar el aporte del diseñador	<input type="checkbox"/>
c) tener mercado para el producto	<input type="checkbox"/>
d) potenciar el trabajo colaborativo	<input type="checkbox"/>
f) otro(especifique)	<input type="checkbox"/>

7. ¿Señale cuáles son las desventajas de trabajar con un artesano?

a) imposición de puntos de vista	<input type="checkbox"/>
b) falta de comunicación	<input type="checkbox"/>
c) no valida el aporte del diseñador	<input type="checkbox"/>
d) no se siente a gusto trabajando con un artesano	<input type="checkbox"/>
f) otra (especifique)	<input type="checkbox"/>

8. ¿Qué es lo que toma el diseñador del artesano durante la colaboración?

9. ¿Cómo relaciona el aporte del artesano con el del diseñador?

10. ¿Señale algún inconveniente que se produjo al colaborar con un artesano?

a) imposición de puntos de vista	<input type="checkbox"/>
b) falta de comunicación	<input type="checkbox"/>
c) no valida el aporte del diseñador	<input type="checkbox"/>
d) no se siente a gusto trabajando con un artesano	<input type="checkbox"/>
f) otra (especifique)	<input type="checkbox"/>

11. ¿Cómo considera el aporte del diseño en la elaboración del producto con el artesano?

a) muy satisfactorio	<input type="checkbox"/>
b) satisfactorio	<input type="checkbox"/>
b) poco satisfactorio	<input type="checkbox"/>

SECCIÓN B: MATERIALES

12. ¿Qué tipos de materiales ha sugerido utilizar al artesano para la confección de bolsos?

a) naturales-reutilizables	<input type="checkbox"/>
b) tradicionales	<input type="checkbox"/>
c) materiales inteligentes	<input type="checkbox"/>
d) alternativos reciclados	<input type="checkbox"/>
f) otros (especifique)	<input type="checkbox"/>

12.1 ¿Señale la razón por la cual usted ha sugerido al artesano este tipo de materiales?

12.3 ¿Cuál ha sido el nivel de aceptación de la sugerencia de materiales?

a) muy satisfactorio	<input type="checkbox"/>
b) satisfactorio	<input type="checkbox"/>
b) poco satisfactorio	<input type="checkbox"/>

13. ¿En la elaboración del bolso usted ha observado que el artesano utiliza?

a) técnicas tradicionales (confección manual)	<input type="checkbox"/>
b) técnicas mixtas (confección manual y maquina)	<input type="checkbox"/>
c) técnicas industrializadas (maquina)	<input type="checkbox"/>
d) técnicas tecnológicas (impresiones 3D)	<input type="checkbox"/>
f) otra(especifique)	<input type="checkbox"/>

13.1 ¿Usted ha propuesto al artesano continuar o cambiar la técnica? ¿Cuál es la razón de la sugerencia?

SECCIÓN C: IDENTIDAD

14. ¿El producto resultante del artesano y diseñador refleja?

a) identidad del artesano	<input type="checkbox"/>
b) identidad pueblo, comunidad, familia	<input type="checkbox"/>
c) tendencia del mercado	<input type="checkbox"/>
d) la conciencia social	<input type="checkbox"/>
f) otra(especifique)	<input type="checkbox"/>

14.1 ¿Explique la razón de su respuesta?

SECCIÓN D: CONSUMIDOR

15. ¿Cuándo usted colabora con el artesano el producto de la colaboración debe tener un consumidor?

Género	
Femenino	<input type="checkbox"/>
Masculino	<input type="checkbox"/>

Edad	
Adolescentes	<input type="checkbox"/>
Adultos	<input type="checkbox"/>
Adultos mayores	<input type="checkbox"/>
Tercera edad	<input type="checkbox"/>
Nacionalidad	
Nacionales	<input type="checkbox"/>
Extranjeros	<input type="checkbox"/>
Nivel socio-económico	
Alto	<input type="checkbox"/>
Medio alto	<input type="checkbox"/>
Medio	<input type="checkbox"/>
Bajo	<input type="checkbox"/>

15.1. ¿Usted sugiere su tipo de consumidor o mantiene el de artesano?

16. Cuando ha colaborado con un artesano usted ha observado que él tiene un consumidor de perfil?

a) neo tradicional	<input type="checkbox"/>
b) contemporáneo	<input type="checkbox"/>
c) urbano	<input type="checkbox"/>
d) moda	<input type="checkbox"/>
f) étnico	<input type="checkbox"/>
g) otro especifique	<input type="checkbox"/>

16.1. ¿Usted sugiere un perfil diferente de consumidor o mantiene el de artesano?

SECCIÓN F: COMERCIALIZACIÓN

17. ¿Cuál es el precio del producto?

18. ¿Cuál es la promoción que usted daría a los productos en colaboración con un artesano?

a) tiendas culturales, galerías, internet	<input type="checkbox"/>
b) boutique	<input type="checkbox"/>
c) ferias, mercadillos	<input type="checkbox"/>
d) Internet	<input type="checkbox"/>
f) otros(especifique)	<input type="checkbox"/>