



“Fortalecimiento de los procesos productivos para el oficio del tejido en lana en los municipios de Cumbal, Guachucal, Pupiales, Ipiales, Carlosama y Aldana en el Departamento de Nariño.”

**CONTRATO SAF 2012 242  
CAF  
LABORATORIO DE NARIÑO**

**Asesoría en identidad e imagen empresarial**

**JORGE MARIO BOLAÑOS CALVACHE  
Asesor de Diseño**

**Pasto, Nariño  
Agosto 2012**



## 1. Introducción:

### **Proyecto:**

Fortalecimiento de los procesos productivos para el oficio del tejido en lana en los municipios de Cumbal, Guachucal, Pupiales, Ipiales, Carlosama y Aldana en el Departamento de Nariño.

### **Funciones:**

- Capacitar a las beneficiarias por medio del desarrollo de los talleres de identidad e imagen empresarial.
- Establecer un sistema de identificación visual compuesto por una marca familia y 6 sub marcas para la Red productiva de los 6 municipios.
- Asesorar sobre el posicionamiento en el mercado a través de branding.
- Realizar las piezas publicitarias para los eventos comerciales del proyecto.
- Desarrollar un esquema base para los planes estratégicos de la Red productiva de los 6 municipios

## 2. Antecedentes:

Se encontró una población con un alto grado de expectativa frente al desarrollo del proyecto, especialmente en la utilización de la Técnica en Guanga, manifestando que la pérdida de esta ha sido básicamente por no tener un mercado para sus productos de tejido en lana de ovejo principalmente, además de la escases en la región del ganado bovino, lo cual se ha ido reemplazando por ganado lechero, que los productos que todavía se elaboran en lana de oveja son más costosos motivo por el cual se limita su mercado. Esto principalmente con respecto a sus productos de elaboración.

También se encontró con una población que ha venido trabajando su actividad artesanal, de manera esporádica en la mayoría de las beneficiarias del proyecto, con algunas capacitaciones no continuas en técnicas de tejido. La mayoría comparte su actividad artesanal en tejido con otras actividades económicas como la agricultura, ganadería, cría de especies menores, cuidado y servicio a su núcleo familiar. Mientras que una minoría tiene la actividad artesanal como la mayor fuente de ingresos a nivel familiar.

Se establece que la población, ha recibido el Apoyo de Entidades como el **SENA**, principalmente en capacitaciones con intensidad horaria en promedio 40 horas orientadas básicamente a algunos Municipios de la Región Sur de Nariño, principalmente en la asesoría para el procesamiento técnico de la lana de oveja; de igual manera el apoyo de agencias Internacionales como **ONU MUJER**, desde su programa de Género, al igual que **ARTESANIAS DE COLOMBIA**, en algunos Municipios de la región; han podido apoyar en años anteriores al desarrollo de proyectos con objetivos similares al presente.

De igual manera se resalta el convenio de la **FUNDACIÓN EMSSANAR con CÁMARA DE COMERCIO** quienes trabajaron en la contribución hacia el fortalecimiento empresarial y productivo de las mujeres que se desempeñan en la actividad artesanal, vinculando a 190 mujeres artesanas de los municipios de Sandoná y **Cumbal, en el sur del departamento** siendo este último, el único Municipio de la Región Sur de 2 Nariño, contemplado en dicho proyecto enfocado en el mejoramiento productivo, la gestión comercial y el fortalecimiento de la asociatividad con perspectivas de género. Proyecto que tuvo dos componentes fundamentales: capacitación y asesoría. Teniendo como propósito promover un cambio y mejoramiento de actitudes personales y empresariales desde un enfoque de género, con el fin de que las mujeres artesanas adquieran herramientas básicas con la cuales puedan fortalecer la actividad artesanal en los aspectos productivos, organizacional y de comercialización.

Este proyecto utilizó como metodología, la utilizada por la Fundación Emsanar, siendo la implementación de un modelo educativo que permite que la población en

condiciones de vulnerabilidad tenga un proceso de aprendizaje idóneo para la transformación del entorno en sus procesos de acompañamiento socio empresarial dirigido a organizaciones comunitarias, además también se trabajó con enfoque de género, gracias a que la **OIT** y **PNUD** certificó en la implementación de la metodología en Gestión Empresarial con Enfoque de Género, PROFEM a los profesionales al frente del proyecto.

Es claro que las Entidades aquí nombradas, han demostrado interés por el desarrollo de proyectos orientados al desarrollo de la actividad artesanal de tejido en lana para Municipios del sur de Nariño, cuyo enfoque principalmente ha sido hacia componentes productivos, técnicos, comerciales y socio-empresarial.

Aunque podríamos afirmar que hasta el momento los diversos proyectos que han apoyado la actividad artesanal de tejeduría en la región sur de Nariño, han permitido visualizar que existen carencias a nivel de apoyo al desarrollo humano y asociativo, orientado a fortalecer la valoración de la mano de obra calificada, debido a que falencias en este aspecto conlleva a conflictos entre artesanas y comercializadores, por el bajo reconocimiento del trabajo realizado y debilidades a nivel de la organización interna de las asociaciones; para lo cual el presente proyecto contempla de manera clara, integral y aplicable los cuatro componentes iniciando por el de organización y humano, siendo un requerimiento fundamental e inicial de todo proyecto socio-empresarial, el cual resalta el aspecto psicosocial de una comunidad, sus motivaciones, su sentir, su actuar, expectativas, experiencias anteriores, necesidades puntuales para el manejo de resolución de conflictos, requerimientos específicos para el desarrollo de habilidades empresariales desde el fortalecimiento de valores, habilidades, competencias que conlleven finalmente a fortalecer el desarrollo de la actividad artesanal; posibilitando de esta manera resaltar esa memoria viva de la Cultura de los Pastos, apoyados en este caso por entidades como Cámara de Comercio, a través de apoyo empresarial, ONU Mujer, quien resalta el trabajo de género siendo fundamental para el presente proyecto y que permite dar continuidad al resto de componentes como son el de diseño y producción, Tecnológico y Comercialización. 3

Se observa que municipios como Cumbal y Guachucal han recibido apoyos significativos anteriores para el desarrollo de su actividad artesanal especialmente en el componente técnico, tecnológico, fortaleciendo sus procesos de producción. En general estas comunidades reciben apoyo local-nacional, a través de la gestión de los cabildos con intermediación de los gobernadores indígenas. Así como el apoyo que ha tenido continuidad en el transcurso del tiempo, por parte de algunas Entidades Nacionales (SENA, ARTESANÍAS DE COLOMBIA, CÁMARA DE COMERCIO), Agencias Internacionales (ONU MUJER, PNUD, OIM); para el desarrollo de proyectos orientados al fortalecimiento de la productividad y comercialización de sus productos.

### 3. Contexto

El proyecto se desarrolla al sur de Colombia en el Departamento de Nariño, en límite con el Ecuador. Destacando seis Municipios como: Ipiales, Pupiales, Aldana, Guachucal, Cumbal y Carlosama; con una población indígena perteneciente a la Cultura de los Pastos.

Los Municipios mencionados de esta región Sur del Departamento, se destacan principalmente por ser de clima frío, con gran riqueza paisajística, contando con una población trabajadora, sencilla, noble, amable con gran espíritu de servicio. Municipios que tienen una economía basada en el sector primario: Producción agrícola, con cultivos principalmente de hortalizas, papa, haba, ollocos, maíz, arveja. Producción pecuaria, especialmente ganadería (porcina y vacuna), cría de especies menores, producción de trucha y la **producción artesanal**, especialmente de **tejido en lana de oveja, resaltando el trabajo en la técnica de la guanga principalmente**; siendo ésta última una de las principales fuentes de ingresos de las mujeres artesanas de la región. Quienes en su mayoría se

encuentran organizadas en asociaciones ó resguardos.





#### **4. Objetivo general:**

El Proyecto busca mejorar las condiciones de vida de las mujeres artesanas incrementando el desempeño productivo y brindando condiciones comerciales para los productos elaborados en lana natural de los municipios de Cumbal, Guachucal, Pupiales, Ipiales, Aldana y Carlosama en el departamento de Nariño, en un plazo de ejecución de 18 meses aproximadamente.

Se beneficiarán directamente 160 artesanas de la etnia de los Pastos pertenecientes a cinco asociaciones artesanales, con tradición prehispánica en el tejido de la lana de oveja. Además de los grupos familiares de cada beneficiaria que se calcula son 222 personas; otros 40 artesanos productores de lana hilada y de tejidos en lana se pueden vincular como proveedores o usuarios de los centros de producción y gestión.

## 5. Objetivos Específicos:

- Desarrollar los talleres de identidad e imagen empresarial por medio de 6 clases teórico-prácticas para las beneficiarias de los 6 municipios y recolectar información necesaria para los siguientes objetivos.
- Analizar, elaborar y desarrollar la esencia de la marca para la Red productiva de los 6 municipios con el fin de fortalecer la identidad y optimizar la opinión de las beneficiarias y la aceptación del mercado objetivo.
- Identificación de las necesidades del mercado objetivo según el desarrollo de productos y el enfoque del componente humano para la elaboración de los respectivos elementos de la identidad visual
- Evaluar la información de los beneficiarios y el entorno para desarrollar métodos publicitarios eficaces a la problemática y las necesidades detectadas en ellos.

## 6. Metodología

### a. Talleres de identidad e imagen empresarial

Para el desarrollo de estos talleres se tuvo en cuenta lo ya desarrollado en el proyecto dentro del componente humano y de diseño; es decir se parte de conceptos ya establecidos anteriormente para darles continuidad, reforzar, profundizar y complementar desde el enfoque del branding; manteniendo una unidad y coherencia conceptual. Además se usó un lenguaje simple y básico abordando los temas a grandes rasgos teniendo en cuenta las características académicas de los grupos de beneficiarias. Intentando enseñar los conceptos mediante ejemplos fácilmente comprensibles e imágenes; tratando de reducir al máximo la parte textual.

Como primer tema dentro de los talleres se empezó por los conceptos básicos de identidad, imagen, proceso comunicacional, naming y registro de la marca; es decir temas como: emisión (valores, servicios, cualidades, productos, emociones), recepción (percepción, opinión, valoración, conocimiento previo), canales (comunicación y distribución), mensaje (adecuación del mensaje) y técnicas o estrategias para definir un nombre comercial (descriptivos, patronímicos, toponímicos, siglas o abreviaturas, simbólicos) e importancia y requisitos básicos del registro de la marca para la Red productiva de los 6 municipios y a su vez las 6 sub marcas. Se tuvo en cuenta las propuestas de nombre y los ejercicios realizados dentro del componente humano.

Como segundo tema se tomó los conceptos básicos de los tipos de identidad visual (pictogramas, logotipos, isologos, imagotipos, monogramas, anagramas) y los tipos de percepción (racional y emocional) y la importancia de la marca dentro de una empresa artesanal; en este taller se realizó un ejercicio práctico el cual pretende definir la representación simbólica de la Red productiva de los 6 municipios y sus 6 sumaras. Para este taller se tuvo en cuenta los referentes conceptuales del componente de diseño y se les otorgó una copia con un resumen sobre los temas abordados.

El tercer tema fue el desarrollo de la marca en asociaciones artesanales y el emprendimiento dentro del sector artesanal, para el desarrollo de este taller se empleó una serie de videos informativos o comerciales para sensibilizar a las beneficiarias frente al desarrollo de la artesanía como actividad comercial innovadora en la que es indispensable el posicionamiento de una marca, el mejoramiento productivo y la asociatividad.

El cuarto tema fue la definición de la identidad visual de la red productiva de los 6 municipios para esto se realizó una breve sensibilización a los conceptos

importantes y una votación en la que las beneficiarias deciden los elementos gráficos y verbales que componen su identidad visual.

El quinto tema fue la paleta corporativa en donde se realizó una presentación con ejemplos e imágenes sobre la teoría del color, y su aplicación en elementos corporativos y en productos artesanales. Para reforzar el contenido se les entregó una copia en donde resumía la información de forma fácil y entendible.

El sexto y último tema abordado fue el manual corporativo en donde se muestra ejemplos a las beneficiarias y se les expone sus funciones, características y ventajas. Después de abarcar todos los temas se socializó los resultados con las beneficiarias para que sugirieran u opinaran al respecto.

### **b. Recolección de la información**

Como metodología se usó los instrumentos de recolección de información en este caso específico la encuesta / entrevista de tipo informal / conversacional la cual contiene un formulario de dos páginas las cuales tienen como objetivo obtener información como, datos básicos de los beneficiarios; también la encuesta obtiene datos como visión, misión, razón de ser, valores, personalidad, identidad (comportamiento en el mercado: diferenciación, memoria, asociación), imagen (entendida como percepción de grupo objetivo) y como será construida visualmente las distintas marcas de los beneficiarios; estos datos se usarán para la creación gráfica de la marca y de su respectivo manual de uso acorde a las necesidades y preferencias de las beneficiarias.

Una vez analizada la encuesta se procede a identificar constantes y propuestas que cumplan con las funciones fundamentales de identidad e imagen empresarial; se empieza con la definición del nombre de la Red productiva y posteriormente con la sub marca de cada municipio teniendo en cuenta las teorías básicas de namig y posteriormente se desarrolla dentro de un taller la definición simbólica de la Red productiva de los 6 municipios junto con la de cada municipio, teniendo en cuenta los tipos de identidad visual.

### **c. Desarrollo de Manual de identidad e imagen y piezas publicitarias**

Después de analizar los resultados de los talleres y asesorías de identidad e imagen empresarial, obtener la información necesaria y socializar frente a las beneficiarias las conclusiones de estos procesos, se desarrolló un manual en el cual esta contenidas las reglas de construcción, uso y lenguaje de la identidad visual de la red productiva de los 6 municipios, con respectivas aplicaciones en papelería corporativa, exhibición comercial y piezas publicitarias.

Para las piezas publicitarias se tuvo en cuenta los aspectos más importantes que identifican, diferencian, asocian y recuerdan a la red productiva de los 6 municipios llamada "Tuipap" que proviene de Tejedoras unidas innovación y pensamiento

ancestral pasto. Se optó por persuadir al mercado desde un enfoque emocional en donde se promueven los valores, cultura, tradición y personalidad de los productos de la red productiva.

Este manual está diseñado teniendo en cuenta su posterior registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio y así adquirir los beneficios, derechos y deberes correspondientes.

## **7. Ejecución:**

### **7.1 Inducción al proyecto**

Se recibió una inducción por parte del coordinador del proyecto y los profesionales que han intervenido en el componente humano y de diseño frente al desarrollo, etapa y progreso del proyecto.

### **7.2 Desarrollo de talleres de identidad e imagen empresarial**

Se realizó el contenido y la temática para los talleres y se viajó a los municipios donde se desarrolla el proyecto acordando horarios con las beneficiarias y se prosiguió con los 6 talleres.

### **7.3 Análisis de datos obtenidos**

Se analiza los datos obtenidos de los talleres y aplicación de los instrumentos de recolección de información mediante la búsqueda de patrones y constantes en los resultados que las beneficiarias arrojan. Además se usa como filtro criterios semióticos, análisis estadísticos y votación por parte de las beneficiarias.

### **7.4 Desarrollo de Manual de identidad e imagen**

Se realizó el diseño de la identidad visual de la red productiva teniendo en cuenta lo obtenido en anteriores ejercicios y complementando con el desarrollo de las piezas gráficas teniendo en cuenta el entorno y el público.

### **7.5 Socialización de Resultados**

Se realizó la socialización después de cada taller y también una vez terminado el manual, se lo socializó, para que las beneficiarias pudieran opinar y sugerir acerca de esto.

### **7.6 Correcciones y Producción**

Para este aspecto se realizó las modificaciones pendientes, ajustes y demás detalles que hacían falta al manual, los diseños y las piezas. Se realizó las respectivas cotizaciones para la producción y ejecución final de todos los diseños.

## 8. Logros e Impacto

Se desarrolló 6 talleres de identidad e imagen empresarial teniendo en cuenta los componentes humano y de diseño previamente implementados dentro de los 6 municipios que abarca el proyecto y se ha analizado los datos arrojados por las beneficiarias dentro de los talleres.

Se realizó los diseños de la identidad visual, sus aplicaciones, reglas de construcción, uso y lenguaje los cuales se encuentran contenidos dentro del manual de identidad e imagen.

También se diseñó las piezas publicitarias correspondientes y se preparó las condiciones y requisitos necesarios para su producción.

Se socializó los resultados a las beneficiarias del proyecto, haciéndoles conocer las conclusiones de estas asesorías.

## 9. Conclusiones

1. Se presentó la temática referente a los talleres de identidad e imagen y al mismo tiempo se analizaron los datos para lograr resultados inmediatos frente al desarrollo de la identidad visual y a su respectiva reglamentación.
2. Se diseñó todos los elementos de la marca y piezas publicitarias las cuales se integraron al manual de identidad e imagen.
3. Se socializó a las beneficiarias los resultados de todos los procesos.
4. Se ejecutará la producción de los diseños una vez aprobada.

## 10. Limitaciones y dificultades

1. Incumplimiento e inasistencia a los talleres por algunas beneficiarias del proyecto.
2. Presupuesto para viáticos muy ajustado, teniendo en cuenta que el presente contrato se desarrolla en 6 municipios.
3. Falta de lugares y herramientas adecuadas para el correcto desarrollo de los talleres en algunos municipios.

## 11. Recomendaciones:

1. Definir todas las variables que intervienen en las actividades del proyecto antes de la etapa de ejecución.