



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño



A | G | A | P | E  
LAS MANOS CREAN CULTURA

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la  
Pontificia Universidad Católica de Chile para  
optar al título profesional de Diseñador

Alumna: Magdalena Frías Ossandón  
Profesor guía: Felipe Cortéz

Diciembre 2017. Santiago, Chile





# TABLA DE CONTENIDOS

1	2	3	4	5
INTRODUCCIÓN	MARCO TEÓRICO	PROYECTO	LÍNEA DE TIEMPO	IMPLEMENTACIÓN Y REFERENCIAS
1.1. Acerca de mi investigación	2.1. Qué se entiende por emprendimiento 2.2. El microemprendedor en Chile 2.2.1. Definición de microemprendedor 2.2.2. Estadísticas y microempresarios 2.3. El artesano en Chile 2.3.1. Oficios artesanales 2.4. A.G.A.P.E: Artesanos microemprendedores 2.5. Antecedentes 2.5.1. Made in Mimbres 2.5.2. Encuentro Local 2.5.3. Feria internacional de Artesanía UC	3.1. Formulación y objetivos 3.2. Perfil del usuario 3.2.1. Miembros de A.G.A.P.E. 3.2.2. Clientes 3.3. Área de intervención del proyecto: Barrio Lastarria	4.1. Redirección del proyecto 4.2. Metodología de shadowing 4.3. Oportunidad de diseño 4.3.1. Entrevista en profundidad 4.4. Propuesta 4.5. Desarrollo del proyecto 4.5.1. Prototipo imagen corporativa y stand 4.5.2. Validaciones 4.5.2.1. Imagen corporativa 4.5.2.2. Stand 4.5.3. Prototipo 2 4.5.4. Testeo 1 4.5.5. Correcciones testeo 1 4.5.6. Testeo 2 4.5.7. Producto final	5. Implementación 5.1. Canvas 5.2. Cotización 5.2.1. Aplicaciones de la Imagen corporativa 5.2.2. Costos stand 5.2.3. Costo final 5.3. Proyecciones 5.4. Reflexión final 5.5. Referencias



# INTRODUCCIÓN

## ACERCA DE LA INVESTIGACIÓN

---

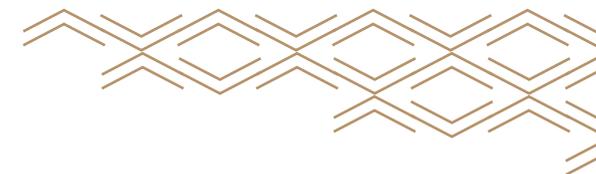
El emprendimiento implica movimiento, creatividad, reflexión sobre una necesidad, cuestionarse el mundo en que vivimos. Existen emprendedores y emprendedoras. Grandes y pequeños. Exitosos y otros que quedan a medio camino.

En el trabajo de seminario durante todo el primer semestre nos centramos en las microempendedoras de la Fundación Banigualdad, rubro en producción, lo que significaba trabajar con mujeres de sectores vulnerables que crean sus propios productos. Se concluyó finalmente que la propuesta de diseño consistiría en el diseño de un sello para las microempendedoras de la Fundación Banigualdad, sector producción, para diferenciarles del resto de las emprendedoras que venden productos de otros países, en especial asiáticos. Sin embargo, al comienzo del segundo semestre, primero nos dimos cuenta que se sentían identificadas con el volantino de la

Fundación Banigualdad y segundo, poniendo en práctica el método shadowing, a través del seguimiento de Erika, una empresaria de la Fundación Banigualdad, se nos abrió una nueva e interesante oportunidad de diseño, que tenía también relación con el tema de la identidad, pero que acotaba a un sector o grupo diferente. Se descubrió una oportunidad de diseño mucho más interesante en la Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes (A.G.A.P.E) Se trata de una asociación, en formación, que reúne a unos cincuenta artesanos chilenos de la Región Metropolitana, que exhiben sus productos en el Barrio Lastarria de la

comuna de Santiago y en otra ferias de la comuna, cuando se les presenta la oportunidad, que por lo general es una vez al mes. Encontramos que tenía relación con nuestro trabajo de seminario al tratarse también de microempendedoras que trabajan con sus manos, es decir que crean sus propios productos. Al intercambiar con ellos vimos que contaban con un espacio físico donde colocarse para vender sus artesanías, pero que su presentación era muy precaria, que no tenían identidad. Nos pareció un punto a favor que ya habían conseguido el permiso municipal para colocarse cinco días a la semana en un barrio

patrimonial como lo es el Barrio Lastarria, muy visitado por turistas y público en general. La oportunidad de diseño se fue clarificando con el transcurso de la investigación, debido a la positiva acogida que tuvimos de parte del Presidente de la Agrupación, Walter Olivares.



# MARCO TEÓRICO

## QUÉ SE ENTIENDE POR EMPRENDIMIENTO

Hoy en día el hecho de ser emprendedor es visto como una cualidad de alta valoración y se le relaciona con personalidades proactivas, con iniciativa, creativas, capaces de reinventarse y con muchas habilidades blandas.

Si buscamos el origen de este concepto, vemos que la palabra *entrepreneur* (en español *emprendimiento*) proviene del vocablo francés, y literalmente traducida significa “intermediario” o “el que tome entre”. Durante la Edad Media se describe al emprendedor como aquella persona que manejaba grandes proyectos de producción. Era el caso del clérigo, que impulsaba grandes proyectos de arquitectura tales como castillos, fortalezas, edificios

públicos, abadías y catedrales. Hacia fines de los siglos XIX y principios del XX los emprendedores fueron considerados más bien desde una perspectiva económica y asociados a una labor gerencial. Se decía del emprendedor como quien organizaba y hacía funcionar una empresa para su propia ganancia. Si hoy día buscamos nociones de emprendimiento vemos que en casi todas ellas se refiere a un comportamiento de la persona que abarca la toma de iniciativas; la aceptación de riesgos o fracasos; la organización y reorganización de mecanismos económicos y sociales para obtener recursos y llevarlos a situaciones prácticas. Se ha definido como

*“El proceso de crear algo nuevo con valor, mediante la dedicación del esfuerzo y tiempo necesarios, asumiendo el acompañamiento de riesgos financieros, psíquicos y sociales, y recibiendo la recompensa resultante de satisfacción e independencia de tipo monetaria y personal.” (Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D., 2010, p.4).*



Miller, A. (2017).

La Unidad de Estudios de la Corfo (2014) agrega otros conceptos relacionados con el acto de emprender como la “oportunidad emprendedora”, “actividad emprendedora” y las “necesidades emprendedoras”, todo lo cual indica que es algo sistémico donde confluyen muchos factores.

A la “oportunidad emprendedora” la define como “la detección, evaluación y explotación de un proceso, producto u organización, a partir de las capacidades individuales y a la distribución de la información”.

Al referirse a la “actividad emprendedora”, indica que se trata de la “actividad que considera aspectos tanto del emprendedor como de su emprendimiento.”

Incluso incorpora otros dos conceptos interesantes de tener en cuenta en la actividad de emprendimiento tales como las “condiciones del entorno”, que define como “todos aquellos componentes fuera del emprendimiento (personas, instituciones, organismos, cultura, regulación, etc.) que influyen en su nacimiento y desarrollo”. Y, finalmente, agrega el concepto de “necesidades emprendedoras”, precisando que ellas “corresponden a la carencia de las condiciones del entorno.” Es decir, en todo proceso de emprendimiento hay muchos factores y agentes involucrados en el éxito o proliferación de emprendimientos. El sujeto, sin importar el país donde se encuentre, se verá afectado e influenciado por ellos. Cabe señalar que en todo emprendimiento los rasgos de la personalidad influyen en su éxito o fracaso. Características como el grado de

orientación al logro, la perseverancia del individuo y resiliencia para enfrentar las dificultades y seguir adelante son fundamentales para el éxito de un emprendimiento. Sin embargo, no basta con tener una personalidad emprendedora, si bien es importante, sino que el entorno ejerce una influencia significativa, sea facilitando o estorbando la actividad emprendedora. Según el estudio citado de la CORFO (2014) un escenario ideal para emprender

*“es aquel en que las características personales están acompañadas por un entorno facilitador para el emprendimiento, en el cual existan oportunidades a disposición de los emprendedores. Es decir, las oportunidades, así como otros aspectos del entorno, son sumamente relevantes para el surgimiento de emprendimientos”.*



Miller, A. (2017).

## EL MICROEMPREENDEDOR EN CHILE

### 2.2.1 Definición del microemprendedor

Disponer de una correcta caracterización de los emprendedores y de sus unidades económicas en el país es fundamental al momento de diseñar y evaluar políticas públicas para su desarrollo y crecimiento.

La Unidad de Estudios del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2016) clasifica a los emprendedores, según el tamaño de su empresa en las siguientes categorías:

 $200 \leq$ 


#### Emprendedor de una gran empresa

Se refiere al dueño o socio de una unidad económica que cuenta con 200 o más trabajadores.

 $50 \leq$ 

 $\leq 119$ 

#### Emprendedor de una mediana empresa

Aquel que es dueño o socio de una unidad económica que cuenta con 50 a 199 trabajadores.

 $10 \leq$ 

 $\leq 49$ 

#### Emprendedor de una pequeña empresa

Aquel que es dueño o socio de una unidad económica que cuenta con 10 a 49 trabajadores.

 $1 \leq$ 

 $\leq 9$ 

#### Microemprendedor

Aquel emprendedor que es dueño o socio de una unidad económica que cuenta con 1 a 9 trabajadores.

## 2.2.2 Estadísticas y microempresarios

Acudimos a los datos recogidos por la Unidad de Estudios del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en la encuesta de microemprendimiento en su cuarta versión (2016), que nos muestra un diagnóstico de la situación microempresarial en el país.

Para fines de esta investigación nos enfocaremos en el microemprendedor, que además desarrolla el oficio de artesano. Esto como se ha señalado porque tomamos contacto con la Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes (A.G.A.P.E) y en ello vimos una oportunidad de diseño la cual llevamos a cabo.

1.814.938 Microemprendedores			Edad			
<b>61,3%</b> Hombres	<b>38,7%</b> Mujeres		<b>51 años</b> Hombres	<b>49 años</b> Mujeres		
Actividad Económica			Utilidades			
<b>35,9%</b> Oficios (Costurero, carpintero u otros oficios manuales)	<b>24,5%</b> Comercio	<b>35,6%</b> Otra	<b>46%</b> \$0 - \$250.000	<b>14%</b> \$225.000 - \$375.000	<b>20%</b> Menos de \$900.000	<b>20%</b> Más de \$900.000
			Inicio de actividades			
			<b>48,7%</b> Sí	<b>51,3%</b> No		
				Razón		
				<b>55,2%</b> Empresa muy pequeña	<b>41,3%</b> No es esencial	<b>3,5%</b> Otro

## EL ARTESANO EN CHILE

Muchos autores han investigado y reflexionado sobre el concepto y valor de la artesanía. En líneas generales se la define como aquella labor u oficio realizado por un artesano, quien es definido como

*“el intermediario entre el concepto y el objeto, y su producto es una obra única, no importa cuántas veces la haya repetido, porque su carácter artístico no disminuye en la repetición, por el contrario, lo va haciendo más maduro y depurado” (Aldunate, C., Baixas, I., Larrain, H., Ramírez, J., Rodríguez, C., & Piwonka, N., 1993, p.11).*

El proceso mismo de la creación de una obra de artesanía es particular ya que mediante su oficio el artesano debe concentrar su mente y conectarse con su herramienta principal de trabajo, es decir, sus manos. Debe mantenerse en un diálogo

continuo entre su pensamiento y la concreción práctica de su obra. Esto le significa, que durante el proceso de producción de su obra, deba resolver continuamente problemas como por ejemplo cambios en el material por aspectos climáticos u

otros factores e ir tomando resoluciones ante de dar a luz su proyecto creativo. Asimismo, el trabajo con las manos es un oficio duro cuya repetición lo va depurando y forma parte de todo un proceso de aprendizaje.



Manos de artesano. Fuente propia.

Ya en 1997, la UNESCO definía la artesanía como aquellos productos artesanales que son producidos por artesanos,

*“ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual o 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”.* (Oficina de la UNESCO en Santiago, 2017.)

En el libro “La condición humana”, publicado en 1958, Arendt afirma:

*“El habla y la acción...son los modos en que los seres humanos se manifiestan unos a otros, no como objetos físicos, sino en cuanto hombres”.*

Agrega más adelante: *“una vida sin habla ni acción está literalmente muerta para el mundo”* (Sennet, R., 2009, p.16).

Según el autor dentro de lo que llamamos “acción” se encuentra la “artesanía”, aquello que queda plasmado en un objeto y que es elaborado por las manos de un hombre.

Por eso forman parte de la acción la tarea práctica y sencilla que por siglos y en todos los tiempos han desarrollado los artesanos, creando verdaderos tesoros patrimoniales.



Violeta Parra. Fuente propia.

Los oficios que forman parte de la artesanía tradicional chilena son el testimonio de un saber que se ha transmitido de generación a generación. Es parte, por lo tanto, de la cultura material de los pueblos y no es efímera.

*“Dado que telas, recipientes, herramientas y máquinas son objetos sólidos, podemos volver a ellos una y otra vez a lo largo del tiempo; podemos demorarnos en ellos como no podemos hacerlo en el curso de una discusión.*

*La cultura material tampoco obedece a los ritmos de una vida biológica. Los objetos no se desintegran inevitablemente desde dentro, como un cuerpo humano” (Sennet, R., 2009, p.28).*

Cabe señalar que las técnicas utilizadas por los artesanos se han ido depurando a través del tiempo y los materiales que utilizan muchas veces han ido variando. Por otra parte, los objetos artesanales aunque no se rompan desde dentro si sufren transformaciones con el uso.



Fundación Artesanías de Chile. (2017).

### 2.3.1 Oficios artesanales

El artesano chileno es calificado por cumplir los siguientes requisitos como lo señala Manuel Dannemann en su libro *Cultura Folklórica de Chile*:

*“Primacía de la manualidad en la técnica de producción*

*-Uso mayoritario de materias primas simples, conseguidas directamente de la naturaleza*

*-Aprendizaje y práctica*

*empírico-tradicionales del oficio*

*-Las más de las veces, un nivel educacional forma propio de la enseñanza escolar básica*

*-Precaria remuneración del oficio artesanal*

*-Tipología local de la plástica folklórica, bien diferenciada de la industrial.” (Dannemann, M., 2007, p.335).*

Hemos escogido la clasificación de los oficios, como punto de base, según los materiales que se utilicen para su confección, tal como lo hace la UNESCO en la Guía Metodológica que divide los oficios en los grupos vegetal, animal, mineral como lo muestra el siguiente cuadro:

	MATERIAL	TÉCNICA	OBJETIVO
VEGETALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hierbas, pajas, hojas, fibras, cortezas, raíces</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cestería, esparteña, tejido, trenzado, anudado, construcción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pleita, herramientas domésticas, agrícolas, caza, pesca...</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carpintería, construcción, escultura, técnicas de papel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiliario, decoración vivienda. Indumentaria, sombreros. Adornos de danza. Instrumentos de juegos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frutas (nueces, cocos, calabazas...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cortado, bordado, escultura, pintado, pirograbado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas. Objetos de arte. Mobiliario de habitación. Herramientas diversas. Objetos decorados.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fibras vegetales (cáñamo,...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tejido, trenzado, tintura, costura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Textiles diversos. Indumentaria. Decoración mobiliaria.</li> </ul>



Producto de Jaqueline Caripillán. Fuente propia.



ANIMALES

MATERIAL

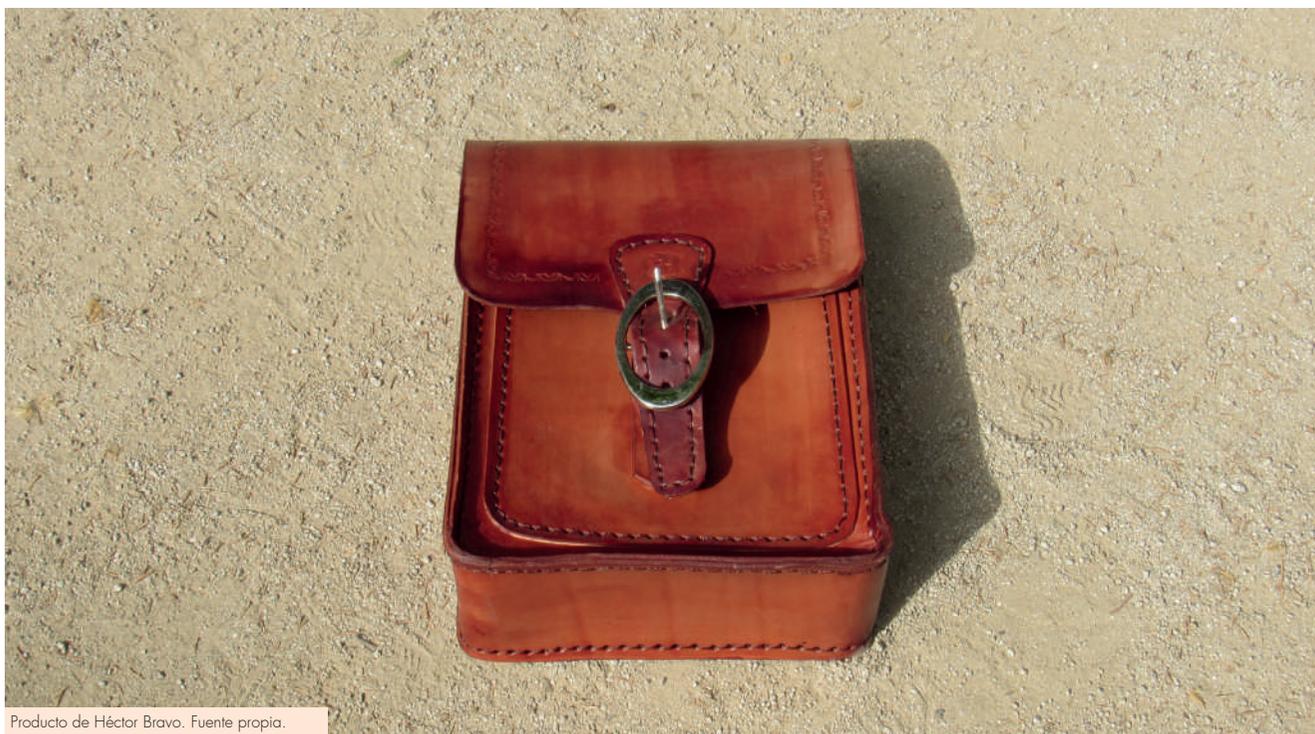
- Fibras animales (lanas, pelo)
- Pieles , cuero
- Huesos , dientes
- Animales de mar (conchas, corales, nácares...)

TÉCNICA

- Tejido, trenzado, tintura, costura
- Curtido, tintado, cordonería, marroquinería, filatelia
- Talla, grabado , escultura, bisutería
- Talla, grabado, bisutería

OBJETIVO

- Textiles diversos. Indumentaria. Elementos de mobiliario. Decoración de vivienda.
- Herramientas varias. Compostura. Decorado de habitación. Decorado de vivienda.
- Armas, instrumentos. Objetos decorados y decorativos. Adornos...
- Bisutería y adonos. Objetos decorativos.



Producto de Héctor Bravo. Fuente propia.



## MINERALES

### MATERIAL

- Tierras, arcillas, ocre
- Piedras
- Metales (puros, preciosos...)

### TÉCNICA

- Alfarería, cerámica, construcción, tintura, escultura
- Talla, construcción, escultura
- Fundición, forja, bisutería (cera perdida, cincelado)

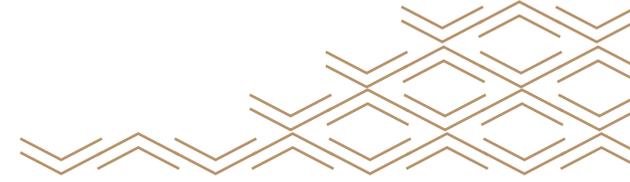
### OBJETIVO

- Herramientas varias. Utilitarias o decorativas. Mobiliaria. Vivienda Adornado. Instrumentos. Juguetes
- Armas, herramientas. Vivienda. Decoración. Adornos.
- Armas, utensilios. Herramientas diversas. Accesorios, piezas mecánica Adornos y bisutería. Instrumentos, juegos.



Producto de Liescelotte Von Kretshmann. Fuente propia.

## A.G.A.P.E.: ARTESANOS MICROEMPREENDEDORES



Hace poco más de un año se ha formado una agrupación de microemprendedores que reúne a un número creciente de artesanos que comparten los mismos intereses. Ellos integran la Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes. Tomamos contacto con ellos y su buena acogida y apertura nos permitió desarrollar la propuesta de diseño. Constatamos que para ellos la Municipalidad de Santiago era un interlocutor muy importante para el desarrollo de su oficio y para poder alcanzar sus objetivos. De hecho nos informaron que enviaron al alcalde de Santiago Felipe Alessandri, con fecha 7 de agosto de 2017, un escrito titulado Ordenanza del Artista Creador de Pieza Propia, en la cual se explican, entre otros puntos, los derechos y deberes de los miembros de la Agrupación así como los requisitos para pertenecer a ella.

Nos damos cuenta que en nuestra propuesta de diseño no solo está involucrada esta Agrupación sino también, la Municipalidad de Santiago, por lo tanto, también nos fuimos involucrando, poco a poco, en conversaciones con sus representantes, en particular, con los directivos de Santiago Emprende.

Nos enteramos que los artesanos de A.G.A.P.E. además de colocarse todas las semanas en el Barrio Lastarria han logrado la autorización para participar juntos en alguna otra feria ubicada en alguno de los puntos de la comuna de Santiago. Vemos que como Agrupación son muy activos y buscan la manera de conseguir nuevos canales de venta y ser conocidos por lo que contar con una identidad de diseño les resulta muy atractivo. Incluso lograron una publicación en el Diario El Definitivo el 20 de septiembre de 2016 donde manifiestan su inquietud para

que se regule, a nivel de municipios, la participación de los artistas urbanos o callejeros. Como se señala en esa información el proyecto de ley que regula la exhibición y ejecución artística en los bienes nacionales de uso público se encuentra dormido en la Cámara del Senado desde noviembre de 2014, luego que la Cámara de Diputados le diera el visto bueno a comienzos del año 2013. (Ver más detalles de la asociación p.39)



Asamblea en la sede A.G.A.P.E. Fuente directa de Walter Olivares.



Reunión con Felipe Alessandri. Fuente directa de Walter Olivares



## Propuesta

### Ordenanza del Artista Creador de Pieza Propia

**Artículo 1.** La presente ordenanza tiene por objeto regular la manera en que se ejercerá el trabajo de los artistas creadores de piezas propias en relación con los bienes nacionales de uso público y otros recursos y servicio que administra y controla la municipalidad de Santiago.

**Artículo 2.** Para los efectos de esta ordenanza, debe entenderse por Artista Creador de Pieza Propia a aquel trabajador caracterizado por la producción independiente de piezas artísticas de carácter artesanal en las que priman la labor personal del creador, quien es además al mismo tiempo, el vendedor directo de las piezas que produce.

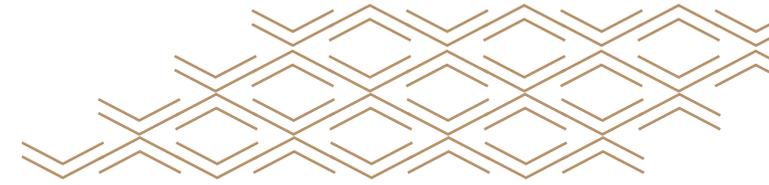
**Artículo 3.** Para efectos de la calificación e identificación de una persona en la calidad de Artista Creador de Piezas Propias, los rasgos esenciales que deben considerarse son:

- a) Desarrolla su labor de creación y producción en establecimientos reducidos, generalmente en su misma vivienda o en los espacios donde vende sus obras.
- b) Su labor de producción está marcada por el trabajo manual e individual, generando piezas propias donde prima su sello personal y completamente único.
- c) Es el propio artista creador de piezas propias quien vende y comercializa sus productos.

**Artículo 4.** Con motivo de recibir los beneficios y la regulación municipal del trabajo del artista creador de piezas propias normada en la presente ordenanza, será necesaria la afiliación de cada artista en asociaciones de artistas creadores de piezas propias y artesanos. Dichas asociaciones solo podrán afiliar a quienes cumplan los rasgos señalados en el artículo 2 y 3 de la presente ordenanza, y deberán tener al menos 2 o más miembros para pasar a ser reguladas por este instrumento. Finalmente y bajo responsabilidad de la asociación, para ser beneficiarios y pasar a ser regidos por la presente ordenanza, la asociación a la que se pertenezca deberá tener personalidad jurídica vigente en la Municipalidad de Santiago.

**Artículo 5.** Serán las propias asociaciones, bajo su responsabilidad, las encargadas de evaluar la calidad de artistas creadores de piezas propias para afiliar y desafiliar a sus miembros, de llevar un catastro actualizado con todos los miembros y los espacios donde desarrollen su labor.

**Artículo 6.** El envío de dicha información y su actualización anual al 31 de Marzo de cada año, son de responsabilidad de cada asociación. También les asiste el deber, en caso de duda o impugnación de algún miembro por parte de la Municipalidad, de dar respuesta a dicha inquietud o impugnación, señalando los criterios de afiliación o desafiliación para el caso particular.



## ANTECEDENTES

Buscando antecedentes relacionados con artesanía y emprendimientos encontré Made in mimbre, nos pareció interesante por su estética de diseño de alto nivel; a Encuentro Local, porque congrega a una agrupación de diseñadores en un espacio físico determinado; a la Feria Internacional de Artesanía Tradicional de la UC en el Parque Bustamante , de la cual rescatamos el valor que tiene el oficio de artesano.

### 2.5.1 Made in mimbre

Made in Mimbre, es una marca de productos de mimbre creada el año 2007 y diseñada por el estudio The Andes House. Es una línea de productos con una identidad común basada en el uso del mimbre y que posee una estética de diseño de alto nivel.

Sus creaciones, en diferentes escalas y para distintos usos, son realizadas por artesanos ubicados en la localidad de Chimbarongo, VI Región, de Chile, una zona que se caracteriza por las plantaciones y cosechas de este material. Los artesanos de Chimbarongo trabajan en la técnica del tejido en mimbre desde hace años y cuentan con una gran habilidad en la confección de sus artesanías.

Made in Mimbre se caracteriza por ofrecer objetos de líneas simples y finas; por crear piezas únicas hechas a mano por artesanos chilenos; y, en particular, por sus colecciones de productos de iluminación como lámparas de sobremesa, suspensión y de suelo pensadas para el hogar. También cuenta con un área de proyectos la cual ofrece piezas exclusivas, en diferentes formatos y piezas arquitectónicas.



The Andes House, (2010).

## 2.5.2. Encuentro Local

Encuentro Local reúne a los exponentes del diseño chileno más importantes del país y ya cuenta con varias versiones consecutivas. La quinta edición de Encuentro Local tuvo lugar en el espacio iF Blanco Recoleta (Puma 1180, Recoleta, Santiago) donde se congregaron los referentes más importantes del diseño de nuestro país. Según sus organizadores más que una feria propiamente tal consiste en un festival de la creatividad: "Encuentro Local no es una feria, sino que es un festival de la creatividad y el diseño abierto a todo público, en el que se exhibe lo mejor del diseño nacional. Queremos generar una instancia en la que todas las personas, de todas las edades, se puedan acercar e interactuar con los productos y los

diseñadores", señala Joaquín Bejares, director de Local. Los espacios de exhibición abarcan diferentes rubros. Entre ellos figuran Moda Chile, con marcas de vestuario y accesorios; Fabrica de Medios, con talleres de diseño digital; Chile diseño, con charlas de diseñadores y otras actividades con entrada gratuita; Wild Project, que consiste en talleres de jardinería sustentable; Impresionante, con venta y exhibición de publicaciones experimentales y arte impreso, Fundación Mustakis, con sus iniciativas Colorearte y Cuenta Cuentos para Niños y Espacio Gourmet, donde hay food trucks y food carts para comer o picar algo. Las actividades se realizan entre las 10 de la mañana y las 19 horas. La entrada es libre.



Conde, A. (2017).

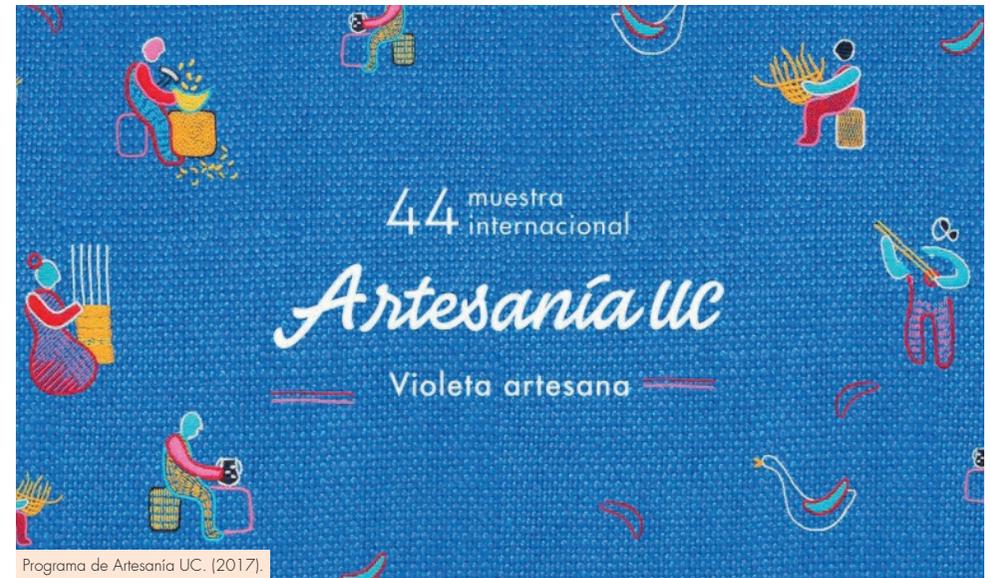
### 2.5.3. Feria Internacional de Artesanía Tradicional UC

En 1974 la Pontificia Universidad Católica de Chile organizó la primera Feria de Artesanía Tradicional en el Parque Bustamante y cuatro años más tarde comenzó su internacionalización con la llegada de artesanos de Brasil, Paraguay, Uruguay, Perú y Ecuador.

La Muestra de Artesanía UC, que se realiza todos los años, es una feria de alto nivel, un encuentro cultural, donde participan artesanos provenientes de todo Chile y de países latinoamericanos que muestran piezas de gran valor patrimonial.

Es organizada por el Programa de Artesanía UC, que integran diseñadores y académicos de la Escuela de Diseño de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos de la Universidad Católica.

En esta feria (que este año 2017 realiza su 44 versión) se intensifica la relación entre el diseño y la artesanía; se valora el oficio artesanal como expresión de la identidad de los pueblos; y se promueve el desarrollo de este oficio con el fin de influir en las políticas públicas que se adopten.



# PROYECTO

## FORMULACIÓN Y OBJETIVOS

### QUÉ

Desarrollar una identidad (incluye imagen corporativa, aplicaciones y stand) para los artistas urbanos pertenecientes a la Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes.

### POR QUÉ

Porque los artistas urbanos que pertenecen a la Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes necesitan una identidad que los unifique, les de un mayor atractivo visual en las ferias.

### PARA QUÉ

Para los artesanos:  
Reivindicar el oficio.  
Acceder y obtener mayores beneficios de la Municipalidad de Santiago  
Para la comuna:  
Mayor atractivo urbano

### OBJETIVO GENERAL

Crear una identidad corporativa para los artistas urbanos que pertenecen a la Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes que los represente.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Indagar en sus necesidades específicas con relación al objetivo de crear una imagen corporativa.
- Determinar una identidad grupal que los identifique, que les otorgue cohesión como grupo y que se sientan orgullosos de ella. (imagen corporativa, aplicaciones, stand)
- Favorecer el reconocimiento de ellos por parte del público
- Facilitar mediante la imagen corporativa las presentaciones y negociaciones de la Agrupación Gremial de Artistas Emergentes ante Santiago Emprende

## PERFIL DEL USUARIO

### 3.2.1. Miembros de la Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes

#### Dónde viven

Región Metropolitana en las comunas de Santiago, Maipú Huechuraba, Ñuñoa, La Reina, San Ramón, Estación Central, Quinta Normal, Pudahuel, La Cisterna, Recoleta, Independencia, Pedro Aguirre Cerda, Cerro Navia, Puente Alto, Peñaflores.

#### Educación

La mayoría tiene la Enseñanza Básica y Media completa. Un tercio tiene algunos estudios de Educación Superior.

#### Edad

Entre 25 y 80 años. La mayoría tiene entre los 38 y 65 años de edad.

#### Nivel de ingresos

Variable. Entre los 400 mil y 600 mil pesos.

#### Estado civil

Casados o conviviendo. En promedio con 2 hijos.

#### Transporte

Metro y Transantiago. Muy pocos en auto.



Artisanos miembros de A.G.A.P.E. Fuente propia.

### 3.2.1. Clientes

#### Chilenos

Especialmente de clase media, porque es la que más circula por Santiago Centro y por las ferias del Paseo Peatonal JV Lastarria.  
Entre 25 a 65 años  
Público preferente que compra: femenino

#### Turistas

Son clientes habituales ya que compran alguna artesanía como recuerdo de Chile.  
Edad de 45 años para arriba.  
Sexo: parejas heterosexuales, gay.



Cliente chileno. Fuente propia.

## ÁREA DE INTERVENCIÓN DEL PROYECTO: BARRIO LASTARRIA

Los artistas urbanos de A.G.A.P.E se instalan en el Barrio Lastarria, un pequeño oasis urbano, denominado “Barrio Santa Lucía - Mulato Gil de Castro - Parque Forestal” de acuerdo al plano regulador de la Municipalidad de Santiago. Es un paseo abierto donde cada rincón nos habla un poco de historia. También es un centro gastronómico donde los visitantes pueden degustar los diversos platos que ofrecen los restaurantes del sector.

Lastarria es un barrio donde se transita por calles con adoquines y donde la cultura está presente con sus museos, cines, teatros, centros culturales, galerías de arte y las variadas tiendas que van desde vestuario, accesorios y objetos hasta venta de libros y música.

Este barrio, singular por su arquitectura, destaca por sus monumentos históricos como el Palacio de Bellas Artes, el Palacio Bruna, la Posada del Corregidor, la Iglesia de la Vera Cruz, entre otros, fue declarado Zona Típica (ZT) en 1997.

*“En este barrio se respira tradición por todas partes. “No obstante, al recorrer el barrio, no se ve una museificación estática; todo este foco urbano logra una articulación armónica entre el pasado, presente y futuro” (Rodríguez-Cano, 2011, p.90).*

El apogeo del barrio se vivió entre los años 1872 y 1910, siendo habitado por personalidades relevantes de la época como doña Victoria Subercaseaux, prima y señora del que fuera intendente de Santiago Benjamín Vicuña Mackenna; Pedro Aguirre Cerda, Presidente de la República entre los años 1938 y 1941, y el escritor, parlamentario y pensador liberal don José Victorino Lastarria, a quien debe su nombre. Este último fue uno de los intelectuales liberales más destacados del siglo XIX y un prolífero hombre de letras. Un hombre que luchó por la des-españolización de la sociedad chilena y por ende, por la descolonización cultural de los chilenos.

Sus planteamientos respecto de la necesidad de crear una identidad nacional quedaron de manifiesto en el célebre discurso que pronunció

cuando se incorporó como miembro de la Sociedad Literaria de Santiago el 3 de mayo de 1842, de la cual fue director:

*“No perdáis jamás de vista que nuestros progresos futuros dependen enteramente del jiro que demos a nuestros conocimientos en su punto de partida. Este es el momento crítico para nosotros. Tenemos un deseo, mui natural en los pueblos nuevos, ardiente, que nos arrastra y nos alucina, tal es el de sobresalir, el de progresar en la civilización, y de merecer un lugar al lado de esos antiguos emporios de las ciencias y de las artes”.(Sociedad de Literatura de Santiago, 1842, p.9)*

Tras un período de abandono, fue en 1992 cuando se comenzó a recuperar la vida del sector con los puestos que se instalaron al interior de la Plaza del Mulato Gil de Castro. Entonces se comienzan a restaurar fachadas y se recuperan viejas edificaciones. Además se crea un paseo peatonal en calle Lastarria, desde Rosal hasta Merced, donde en la actualidad se presenta una feria de antigüedades, libros y artesanía que se instala los días miércoles, jueves, viernes y sábados, a partir de las 10 de la mañana. Entre los artesanos, la mayoría de ellos forman parte de A.G.A.P.E. Si bien hay muchos lugares donde se puede tener acceso a la artesanía nacional, nos pareció interesante que se encuentren en pleno centro de la ciudad, que sean por tanto, artistas urbanos.



Barrio Lastarria. Fuente propia.



Barrio Lastarria. Fuente propia.



Barrio Lastarria. Fuente propia.

# LÍNEA DE TIEMPO



#### 4.1 REDIRECCIÓN DEL PROYECTO



Centro de capacitación  
7 agosto  
(p. 34-35)

#### 4.2 METODOLOGÍA



Metodología de shadowing  
17 agosto  
(p. 36-37)

#### 4.3 OPORTUNIDAD DE DISEÑO



Entrevistas en profundidad  
17 al 28 agosto  
(p. 38-43)

#### 4.4 PROPUESTA



Reunión en la sede de A.G.A.P.E.  
30 agosto  
(p. 44-48)

#### 4.5 DESARROLLO DEL PROYECTO



Buscando alternativas de stand  
30-8 al 15 septiembre  
(p. 49-50)



Feria en el Club del Rodeo Chileno  
15 septiembre  
(p. 51-57)

4.5.1 Prototipos de imagen corporativa y stand

4.5.2 Validaciones  
4.5.2.1 Imagen corporativa



**Reunión con  
Santiago Emprende**  
29 septiembre  
(p. 58-59)



**Confeccionar  
el stand**  
4 de octubre  
(p. 60)



**Feria frente a la  
Biblioteca Nacional**  
19 de octubre  
(p. 61-65)



**2 Reunión con  
Santiago Emprende**  
30 de octubre  
(p. 66-67)



**3 Reunión con  
Santiago Emprende**  
23 de noviembre  
(p. 68)



**Prueba definitiva de  
la imagen y el stand**  
4 de diciembre  
(p. 69-79)

4.5.2 Validaciones  
4.5.2.2 Stand

4.5.3 Prototipo 2

4.5.4 Testeo 1

4.5.5 Correcciones  
testeo 1

4.5.6 Testeo 2

4.5.7 Producto final

## REDIRECCIÓN DEL PROYECTO

Tratando de buscar una identidad para las microempresarias de Banigualdad con rubro en producción como habíamos resuelto en la parte final del seminario, fuimos a una sede de un centro de capacitación que se reúne en la comuna de la cisterna.

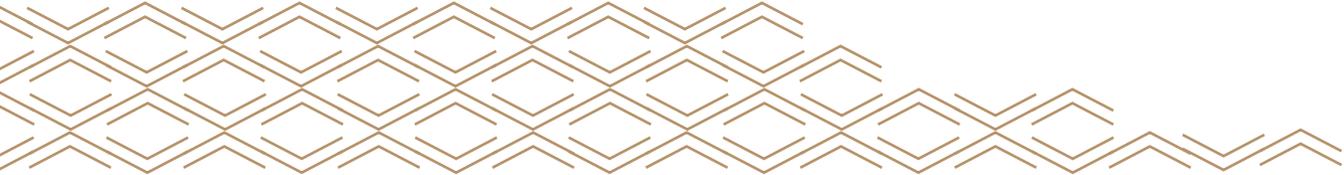
Para asistir tuvimos que pedir un permiso a la encargada de las capacitaciones Camila Saldías.

El fin de la visita era encontrar en conjunto un nombre o símbolo para diferenciar a las microempresarias con rubro en producción. Nos dimos cuenta que se identifican con el volantin de Banigualdad, es decir que quieren volar pero siempre con un cable a tierra que es Banigualdad por lo tanto crearles una identidad como productoras de Banigualdad con el propósito de que algún día tomen su propio rumbo y crezcan no iba a ser posible.



Centro de capacitación Banigualdad. Fuente propia.

Asesor	Katherine salgado															
Día	Lunes															
Hora	09:30															
Centro	Los superpoderosos															
Ciclo	21															
Nombre encargada de sede/tesorera o dueña de casa.	Irma Ulloa															
Teléfono encargada de sede/tesorera o dueña de casa.	998992054															
Formato reunión	Cada 15 días															
Dirección	Es una sede que se encuentra entre Maria vial y brasil.															
Villa/Población/Sector	No															
Comuna	La cisterna															
Referencia	<table border="1"> <tr> <td>Bomba bencina</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Supermercado</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Paradero</td> <td>Pg472</td> </tr> <tr> <td>Restorán</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Colegio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otro</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otro</td> <td></td> </tr> </table>		Bomba bencina		Supermercado		Paradero	Pg472	Restorán		Colegio		Otro		Otro	
Bomba bencina																
Supermercado																
Paradero	Pg472															
Restorán																
Colegio																
Otro																
Otro																
Como llegar en: En auto	Desde gran avenida (metro san miguel) ir con dirección a la cisterna, doblar a la izquierda en la calle lo Ovalle hasta san francisco, seguir derecho (luego la calle cambia a la granja) llegar a la calle brasil y doblar a la derecha hasta llegar a marial vial, en la esquina esta la sede..															
Como llegar en: En transporte público	Tomar la línea 2 del metro con dirección a la cisterna, bajarse en el metro el patrón y tomar la miro g18 en el paradero pg659, con dirección a la cordillera. Bajarse en el paradero pg472, doblar a la derecha por maria vial hasta llegar a la esquina de Brasil..															
Precaución en el barrio	<table border="1"> <tr> <td>Barrio conflictivo</td> <td>No</td> </tr> <tr> <td>Perrros bravos</td> <td>No</td> </tr> <tr> <td>No hay donde estacionar</td> <td>Si hay</td> </tr> <tr> <td>Otro</td> <td></td> </tr> </table>		Barrio conflictivo	No	Perrros bravos	No	No hay donde estacionar	Si hay	Otro							
Barrio conflictivo	No															
Perrros bravos	No															
No hay donde estacionar	Si hay															
Otro																
Observaciones	Luego de tomar la g18 son aproximadamente 7 minutos en la micro, pasando el paradero que esta en la calle blas vial se debe bajar, es un paradero de moderna. Caminar con dirección a la cisterna dos cuadros, es una sede que esta en la esquina. Excelente centro. Las personas justificadas son: Silvia solo y maria silva.															



Centro de capacitación Banigualdad. Fuente propia.



Centro de capacitación Banigualdad. Fuente propia.

## METODOLOGÍA DE SHADOWING

Seguimos a Erika una microempresaria de Banigualdad. Nos dimos cuenta que además pertenecía a un gremio artesanal por lo que quisimos conocer en qué consistía dicho grupo.

A las 10 AM llegamos a la calle Lastarria en pleno centro de Santiago. Allí esperamos la llegada de la microempresaria Erika, quien a los 15 minutos se asoma en la calle con su carro, con el cual traslada sus productos para ponerlos a la venta. La acompaña un señor quien con otro carro traslada un stand.

Se demoran alrededor de una hora en instalar el stand y una media hora más en colocar sus artesanías en la superficie de la mesa.

Le dedican mucho tiempo a decorar el stand, procurando que quede todo bien dispuesto y lograr así captar la atención de los eventuales clientes. Al centro de la mesa Erika reparte arena con mostacillas, al medio coloca un quitasol y por alrededor dispone los productos.

Nos acercamos a conversar y nos dicen que viven cerca, en calle Monjitas y arriendan una bodega

que les cuesta cerca \$25.000 al mes. Eso les permite guardar el stand. Se instalan cada semana de miércoles a domingo, desde las 10 A.M a 20 P.M. Individualmente pagan una patente comercial al municipio de unos 80 mil pesos cada 6 meses. Dicen que les va bien ya que es un lugar turístico muy concurrido. Señalan que sus clientes son principalmente extranjeros y que sienten que les hace falta estandarizar o unificar a los artesanos, para que la feria sea estéticamente más bonita, comuniquen lo mismo y atraigan a los clientes. El señor que lidera el grupo es el marido de Erika y que se llama Walter Olivares. Tiene el cargo de Presidente de la Asociación Gremial de Artistas Populares Emergentes, entidad formada hace poco más de un año y que reúne a unos 50 artesanos, se reúnen una vez al mes en una asamblea.

### Conclusiones de este método

1. Vemos que agrupa a un grupo significativo de artesanos microemprendedores que comparten los mismos valores e intereses.
2. Somos acogidos por el Grupo de A.G.A.P.E. y les interesa que trabajemos con ellos.

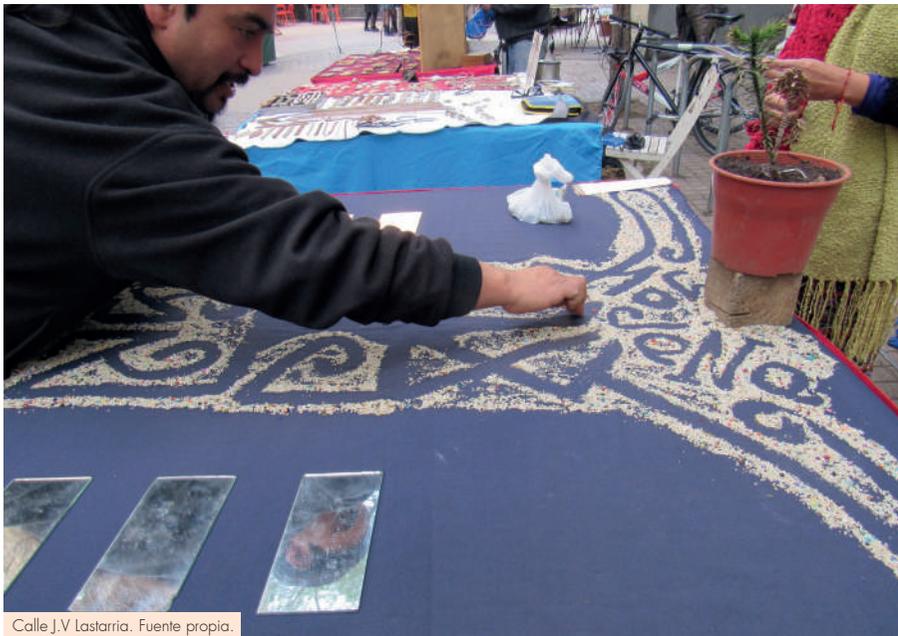




Calle J.V Lastarria. Fuente propia.



Calle J.V Lastarria. Fuente propia.



Calle J.V Lastarria. Fuente propia.



Calle J.V Lastarria. Fuente propia.

## OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Poco a poco nos fuimos adentrando en el conocimiento de A.G.A.P.E., de sus intereses y de los miembros que componen el grupo. A través de método de investigación "Entrevistas en Profundidad" al líder del grupo Walter Olivares y con una pauta de preguntas abiertas a algunos artesanos miembros de la Agrupación, quienes fueron escogidos en forma aleatoria, fuimos avanzando en conocer sus intereses, gustos, aspiraciones, necesidades y a partir de lo que son y quieren proyectar, a futuro crearles una propuesta de diseño.

Varias veces acudimos al Barrio Las-tarria para conversar largamente con los artesanos de A.G.A.P.E. con el fin de conocer su procedencia; su relación con pueblos originarios; sus oficios, las herramientas que utilizan; el público que ve o compra sus productos; el contexto en que se desenvuelven; los principales valores que los unen; cómo interactúan y se organizan entre ellos; los colores y símbolos que los identifican, entre otros aspectos. Era importante ganarse su confianza por lo que la comunicación fue poco a poco siendo más profunda y directa. En un

principio, mucha información la habíamos recopilado por whatsapp, pero poco a poco hubo encuentros directos cara a cara e incluso, nos invitaron a participar en varias de sus reuniones. Para informaciones específicas como nombres de cada uno, etc. se utilizó el celular, whatsapp y el correo electrónico. De las conversaciones con ellos surgió ver la posibilidad de crear un posible stand, igual para todos, así como también que les elaborara un proyecto de diseño corporativo que les diera una identidad común y con el cual se sintieran representados.



Letreros A.G.A.P.E. antiguos. Fuente directa de Walter Olivares.

### 4.3.1 Entrevista en profundidad a Walter Olivares

¿Cuándo nació la Agrupación de Artistas Populares Emergentes y por qué?

A.G.A.P.E. nació en junio del año 2016 con un grupo de 28 artesanos como una forma de aunar fuerzas para reivindicar el trabajo de los artesanos chilenos y buscar la mejor forma de que nuestras obras pudieran acceder a espacios urbanos y llegar de esta forma a un público más amplio. Ahora somos 50 personas. Las agrupaciones gremiales se forman con un mínimo de 25 personas y nosotros la formamos con 28.

Nombre al menos cinco valores con que se identifica A.G.A.P.E.  
Cultura, reivindicación del oficio

artesanal, solidaridad, trabajo, creatividad, compañerismo, respeto por el medio ambiente al reutilizar materiales.

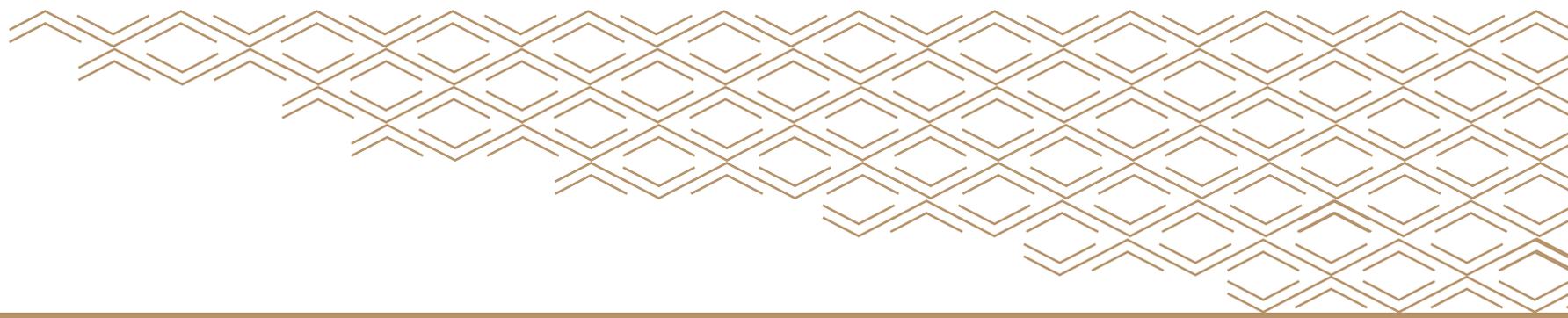
¿Considera que el público los reconoce como miembros de esta Agrupación?  
No mucho.

¿Les gustaría ser más reconocidos por esto?  
Sí. Pienso que cada día nos vamos dando más a conocer. Además nuestro grupo se ha ampliado. A pesar del poco tiempo de existencia de A.G.A.P.E, el número de miembros en un año se ha duplicado, llegando a congregarse a 50 creadores nacionales.

¿Les ayudaría tener una identidad común entre todos los miembros de la Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes? ¿Por qué?  
¿En qué medida los beneficiaría?  
Muchísimo. Si ahora por ejemplo estamos postulando a un fondo que da el fosis para comprar mesas y sillas para que así estemos uniformados.

Ahora estamos enfocados en mejorar el estándar de calidad, de marketing, de difusión porque la Municipalidad de Santiago nos lo está exigiendo. Le va a poner puntaje a las distintas asociaciones que existen, por eso para nosotros sería una gran ayuda contar con un diseño que nos de una identidad propia como grupo.

Por ejemplo nos falta un logo, no sé todo lo que sea la parte de presentación visual de nuestros productos. También abrirnos a las redes sociales. Para nosotros es muy difícil. A los artesanos nos cuesta manejar eso. Me gustaría que a través de una página web la gente nos conociera. Si trabajamos bien la Municipalidad podría aceptarnos alguna propuesta.



¿Qué materiales utilizan para la elaboración de sus artesanías? ¿Cómo resguardan el respeto al medio ambiente?

Nosotros somos artesanos productores. Utilizamos materiales nobles como metales, maderas, piedras, telas, fibras vegetales y animales. Todo lo que pueda reciclar lo utilizamos con el fin de resguardar el medioambiente.

Como Agrupación, ¿tienen exigencias entre sus miembros, y códigos de ética o de conducta?

El único requisito para ingresar a esta Agrupación es ser y tener un

espíritu creador, cuya herramienta de trabajo principal sean las manos. Somos todos artesanos, creadores, productores.

¿Cómo se organizan?

Nos juntamos todos los miembros de A.G.A.P.E. al menos una vez al mes con el fin de conocernos, intercambiar puntos de vista, expresar nuestras inquietudes. Además colocamos nuestros stand en la misma calle, por eso el compañerismo es un valor fundamental para nosotros.

¿Cómo mantienen las buenas relaciones humanas entre ustedes?

Vamos todos juntos a las diferentes ferias, entre todos ayudamos a levantar los puestos y nos cuidamos mutuamente los productos o hacemos turnos si alguien tiene que salir o hacer algo. Somos muy solidarios.

¿Por qué diría que la ciudad de Santiago se beneficia con la presencia de ustedes como artistas urbanos? La sociedad se beneficia con nosotros porque aportamos cultura. Cuando una va a un museo hay que pagarle al guía para que te explique, acá nosotros exponemos nuestros productos y todos pueden mirarlos sin pagar nada a nadie.

El arte popular le da vida a la ciudad. Nos autorizan vender en este lugar como uno pueda. Sería mejor y más bonito que estuviésemos unificados, con un stand común. El permiso del tamaño del stand es de 1,50 m. de ancho por 1,50 m. de largo aprox. Si tuviéramos algo más uniforme ayudaría a que la feria se viera más atractiva ya que es un barrio muy turístico.



¿Cuál es su producto “estrella”?

Mi producto estrella son los árboles de araucaria tallados.

¿Cuáles son los colores que más le gustan?

Los colores tierra que aluden a la naturaleza y a los pueblos originarios.

¿Sus miembros se identifican con algún pueblo originario?

A través de AGAPE queremos dar un mensaje reivindicatorio de la artesanía de nuestros pueblos originarios, y de marcar presencia en los

espacios públicos, como ocurre en el Paseo Peatonal José Victorino Lastarria. Derrotar el estigma sobre la idea de que el artesano es un borracho o un drogadicto. Queremos recuperar el valor del oficio de artesano, una actividad que existe en nuestro país desde tiempos ancestrales, como los mapuches, diaguitas, atacameños y tantos otros pueblos originarios. Queremos recuperar la confianza de la sociedad en nosotros, y que se ha perdido en los últimos años. Este es un proyecto social, cultural, político. Político por su carácter reivindicatorio; social

porque somos una comunidad de personas, compañeros de trabajo que tenemos que sacar adelante a nuestras familias. Y también cultural porque lo que hacemos tiene la calidad del oficio del artesano; aportamos patrimonio cultural al representar con nuestras artesanías parte de la identidad nacional.

¿Con qué símbolo se podría identificar al grupo?

Mi símbolo preferido son las manos, porque las manos son el reflejo de nuestro trabajo y la principal herramienta.

¿Han tenido alguna respuesta a la propuesta de ordenanza que le enviaron al alcalde?

Estamos trabajando en una mesa técnica con el municipio para ver el tema. Nos estamos juntando una vez al mes y el alcalde está comprometido a tener una ordenanza de artesanas y artesanos que lleve el nombre de creadores de pieza propia.



Walter Olivares. Fuente propia.

Luego de la entrevista en Profundidad a Walter Olivares escogimos algunas frases que nos muestran una oportunidad de diseño:

*“La Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes nació... como una forma de aunar fuerzas para reivindicar el trabajo de los artesanos chilenos y buscar la mejor forma de que nuestras obras pudieran acceder a espacios urbanos y llegar de esta forma a un público más amplio.”*

*“Ahora estamos enfocados en mejorar el estándar de calidad, de marketing, de difusión porque la Municipalidad de Santiago lo está exigiendo. Le va a poner puntaje a las distintas asociaciones que existen, por eso para nosotros sería una gran ayuda contar con un diseño que nos de una identidad propia como grupo.”*

*“Si trabajamos bien la Municipalidad podría aceptarnos alguna propuesta.”*

*“El arte popular le da vida a la ciudad. Nos autorizan vender en este lugar como uno pueda. Sería mejor y más bonito que estuviésemos unificados, con un stand común.”*

*“Mi símbolo preferido son las manos, porque las manos son el reflejo de nuestro trabajo y la principal herramienta.”*

## DECODIFICACIÓN DE DATOS

### CONDICIONES VENTAJOSAS

Tienen autorización para vender  
Ocupan un espacio turístico

### LO QUE QUIEREN LOGRAR

Reivindicar el oficio del artesano  
Acceder a un público más amplio  
Acceder a más espacios urbanos  
Dar vida a la ciudad, más atractiva

### MANERAS DE LOGRARLO

Crear una identidad grupal  
Se identifican con las manos  
Mejorar estándar de calidad, imagen y difusión

## PROPUESTA

Sostuvimos varias visitas a los artesanos he hicimos una lluvia de ideas para conocer sus intereses, colores, valores, símbolos con los cuales se identifican para ir creando luego las primeras visualizaciones. Arrojaron los siguientes resultados:

### Valores

Compañerismo y solidaridad

Respeto a la originalidad de cada artesano

Sentido de pertenencia a esta agrupación

Creaciones a partir del reciclaje de materiales

Apoyo mutuo para la exhibición y venta en espacios urbanos.

### Objetivos

Fomentamos y queremos reivindicar el oficio de artesano.

Difundimos las obras de nuestros asociados en espacios públicos, abiertos a la comunidad.

Creamos conciencia del valor de la artesanía como un aporte a la identidad nacional.

Apoyamos normativas legales que desarrollen y promuevan el oficio de artesano y de artistas urbanos.

### Testimonios



Gabriel Santiago Aguirre.  
Fuente propia

*“Mi producto estrella son los anillos y collares.”*

*“Me identifico con el pueblo aymara.”*

*“Todos somos creadores. Nuestra base es la creatividad y para ello utilizamos las manos.”*

*“Los colores que me gustan son los terracota, colores tierra.”*



Claudina Peña. Fuente propia.

*“Es muy importante que el stand se vea bonito por lo que le pongo estas maderas abajo de cada aro, además mi stand es personalizado y le puse un nombre: Luan”.*

*“El arte popular le da vida a la ciudad. Si no estuviéramos nosotros los artesanos, sería una calle fome”.*



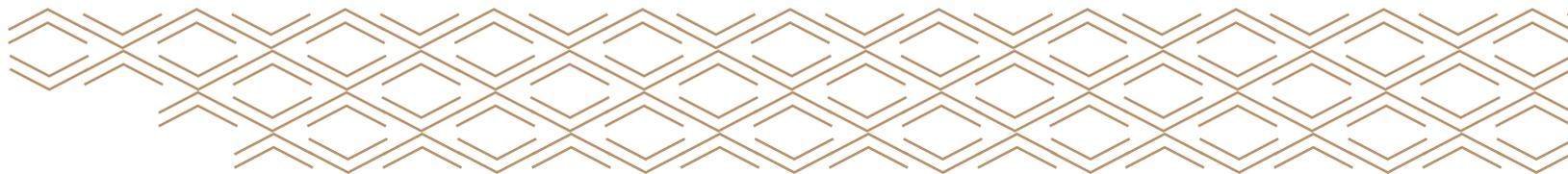
Artisanos en la Calle J.V Lastarria. Fuente propia.

## Reunión en la sede de A.G.A.P.E.

A las 18 pm en la calle Dieciocho cerca de Alameda, accediendo a su invitación, llegamos a la reunión con la directiva de A.G.A.P. E. con el fin de presentarles los avances del proyecto de diseño de una identidad. Se les presentó un powerpoint con una propuesta de logo, y un dibujo preliminar de cómo podría ser un stand que pudiera ser utilizado por todos los miembros de A.G.A.P.E. en la feria del Barrio Lastarria. En forma unánime aprobaron la imagen corporativa, que incluía logo, envoltorios, credencial, pendón, tarjetas de presentación, tríptico con información de esta Agrupación de Artesanos. Dieron el visto bueno al diseño del stand pero nos sugirieron que viéramos más opciones. Nos dijeron que había una feria el 15 de septiembre y que para esa fecha sería una buena oportunidad para probar las aplicaciones de la imagen corporativa para tener más opiniones de los demás miembros de la agrupación.



Reunión en la sede A.G.A.P.E. Fuente propia.



# IMAGEN CORPORATIVA



A | G | A | P | E



C 0  
M 0  
Y 0  
K 0

## Color negro:

Rememora lo místico, lo que trasciende y perdura en el tiempo.



C 23  
M 36  
Y 60  
K 10

## Color café

Representa el pasado (rememora a los pueblos originarios) y se proyecta en el presente porque aspiran también hoy, en el siglo XXI, a cuidar la naturaleza y respetar el medio ambiente.

## Manos:

Herramienta principal y característica del artesano

## Dos Manos:

Compañerismo, solidaridad, apoyo en el emprendimiento que, por su propia naturaleza, conlleva un resultado incierto.

## La Arroba @:

Este signo que se utiliza en los correos electrónicos y que nos permite tener un mundo interconectado, tiene que ver con el concepto de modernidad y adecuación a los tiempos contemporáneos. La @ entrelaza dos manos, lo que significa solidaridad, unidad, compañerismo entre los artesanos que pertenecen a A.G.A.P.E. Ellos saben que no están solos y que emprenden junto a otros artesanos.

## El círculo:

Significa eternidad, infinitud y trascendencia que engloba todo el contenido de lo que es y busca ser esta Agrupación.

## Tipografía:

Futura Light ya que es una letra sobria, elegante y moderna para que resalte el logo.

## SLOGAN: “LAS MANOS CREAN CULTURA”

Lo que distingue a un producto artesanal es que está hecho a mano. Eso significa que es una producción lenta, que demora un tiempo, cada pieza es única (no es en serie), por lo que quien la adquiera sabrá que tiene un valor de exclusividad. Que podrá haber otro parecido pero no idéntico. Trabajar con las manos significa que el artesano ha puesto su alma allí, antes de su creación. Es un trabajo que requiere de parte del artesano una gran creatividad e innovación en una primera etapa de creación y mucha concentración y esmero al plasmarla y transformarla en un objeto. El utilizar las manos requiere de un conocimiento acabado del oficio que se desempeña: sea de orfebrería, tejidos con lanas o telares; tallados en madera, vidrio, etc. Las artesanías nos hablan de costumbres de una época y pueblos determinados; nos revelan conceptos de belleza de una época, a través de sus formas y colores (aros, pulseras, collares); de una forma de vestir, (chalecos, mantas, etc.); de formas de comer (vasijas, ollas, utensilios de cocina); de maneras de adornar una casa, (floreros, espejos), etc.



Bristela Palma. Fuente propia.



Artesanía en crin. Fuente propia.

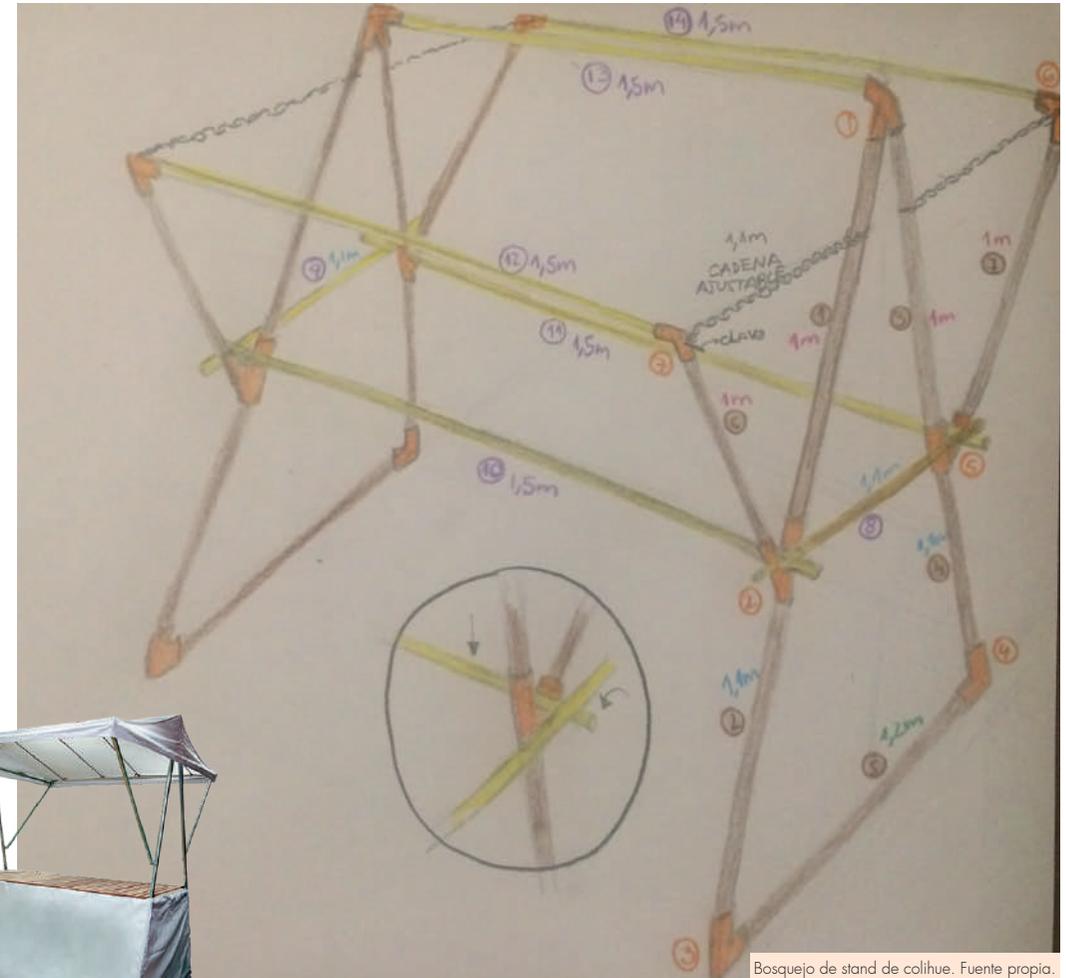
## DESARROLLO DEL PROYECTO

### 4.5.1 Prototipo imagen corporativa y stand

Durante estos días tuvimos que trabajar en la elaboración del posible stand. Ya tenía muy avanzada la imagen corporativa. Viendo referentes de stand de ferias en otros países, busqué materiales livianos para que fuera de fácil traslado y, por otra parte que fuera de un material representativo chileno. Entonces se nos ocurrió el colihue, inspirados en el valle del Elqui. Dibujamos un modelo de stand de colihue, con las uniones de PVC, para que fuera fácil de armar y desarmar y, a la vez, cuidando que no se rompieran los palos de colihue. Intentamos fabricar uno y que estuviera listo para presentarlo en la Feria del 15 de septiembre pero debido a la irregularidad de los lados confeccionados de bambú, no logramos darle estabilidad. Por lo tanto fue un proyecto que debimos desechar.



TiendaPro, [2017].



Bosquejo de stand de colihue. Fuente propia.



Construyendo idea de stand de colihue. Fuente propia.

CADA COLIHUE TIENE TERMINACIONES DIFERENTES POR LO QUE SE HIZO DIFÍCIL PERSONALIZAR LAS UNIONES PARA CADA STAND.



Unión de pvc. Fuente propia.

## 4.5.2 Validaciones

### 4.5.2.1. Validación Imagen corporativa

A las 11.00 AM llegamos a la feria en el Club del Rodeo Chileno Gil Letelier en Carlos Valdovino. Poco a poco fueron llegando los artesanos, cada uno con un bolso gigante y arreglándoselas para presentar sus obras de la mejor manera posible adecuando mesas y tablas que cada uno traía. Finalmente llegó un auto grande con toldos cuadrados azules y manteles rojos para cada uno de los artesanos para dar una cierta unidad estética. Sin embargo todos eran de diferente tamaño. Y a ellos no les gustan esos toldos estéticamente, además los consideran difíciles de trasladar, que se rompen con facilidad y que son feos en relación a la belleza de sus artesanías. Nos llamó la atención el compañerismo existente entre ellos; ver cómo todos se ayudaban a armar la feria para que quedara bonita.

Incluso una señora compró decoración para adornar todos los puestos. En cuanto a la imagen corporativa que les presenté, esta tuvo una excelente acogida.

El registro se hizo con notas de voz, un cuaderno en donde escribieron comentarios, fotos y videos. Además de recibir una buena acogida e identificación con la imagen de A.G.A.P.E. se tomó en cuenta sus necesidades en cuanto al stand. Ellos quieren algo uniforme para todos, que sea fácil de montar, resistente y haya comunicación entre ellos ya que se entretienen entre ellos y a veces dejan a cargo sus stand.

Me llamó mucho la atención el compañerismo y el trabajo en equipo entre todos los miembros, juntos armaron la feria y walter (el presidente) les daba las indicaciones (videos, citas, escritos)



Club del Rodeo Chileno Gil Letelier. Fuente propia.



Club del Rodeo Chileno Gil Letelir. Fuente propia.

APOYO Y ORGANIZACIÓN ANTES DE INSTALAR LA FERIA, NOS DAMOS CUENTA QUE FORMAN PARTE DE UN MISMO GRUPO



Club del Rodeo Chileno Gil Letelir. Fuente propia.

JUNTOS ARMAN LA FERIA. EL COMPAÑERISMO ENTRE ELLOS NOS LLAMA MUCHO LA ATENCIÓN

SE PREOCUPAN DE LA DECORACIÓN DE TODOS LOS PUESTOS. SABEN QUE EL SENTIDO DE LA ESTÉTICA ES IMPORTANTE PARA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL CLIENTE



Club del Rodeo Chileno Gil Letelir. Fuente propia.

INTENTAN DE DAR UNIDAD A LA FERIA CON TOLDOS AZULES Y MANTELES ROJOS, A PESAR DE LOS DIFERENTES TAMAÑOS DE LAS MESAS



Club del Rodeo Chileno Gil Letelir. Fuente propia.



Club del Rodeo Chileno Gil Letelir. Fuente propia.



Walter Olivares. Fuente propia.



Probando imagen corporativa. Fuente propia.



Susana Sepúlveda. Fuente propia.



Susana Sepúlveda. Fuente propia.

## VALIDACIÓN DE LA IMAGEN POR LOS MIEMBROS DE A.G.A.P.E.

*“El diseño es atractivo, elegante (por el uso de colores), la imagen de las manos no se aleja de lo precolombino y además las arrobas lo hace moderno y sutil, me gusta mucho, me identifica totalmente” Iván Díaz*

*“ Me identifica, muy elegante, se siente calor y armonía, le da exclusividad. Además es acogedor, me siento identificada” Cristina Bernar*

*“Entrega cercanía la presentación, es simple, precisa y bella. Da una identidad a la agrupación.” Fernanda Sanchez*

*“Se ha presentado en forma clara y armoniosa lo que representa Agape. Somos artesanos y manualistas que buscamos que nuestros productos sean únicos y tener un logo, con un símbolo único, es parte de la idea” Liescelott Von Kretsehmman*

*“Muy buena la propuesta y muy acorde con el sentido del grupo: manos artesanas, agrupación, el logotipo con un trazo un poco precolombino y combinado inteligentemente con el @ que indica una adaptación al presente. Muy buena la imagen corporativa. Se ve unidad y armonía.” Miguel Angel Patiño.*

*“Le ha dado una identidad de acuerdo a los tiempos actuales (tecnología de punta) y además ha plasmado nuestros deseos de ser identificados como artesanos y artistas populares con sello propio. Creo que por fin hemos encontrado alguien que le dará una mirada futurista a nuestros oficios” Diana Naudón*

*“Estéticamente bien, una buena identidad para esta organización, colores que llaman a la naturaleza ancestral cuando se inicia la artesanía, colores tierra. Para cualquier pieza gráfica se verá una presentación estética, proyectamos una buena imagen con el desarrollo acelerado de este trabajo” María Cristina Palma*

*“Me gusta el logo y en general la imagen que le estás dando a nuestra agrupación, creo que nos identifica, nos actualiza y nos eleva a la categoría de artistas, que es lo que hemos estado buscando. Esta todo lindo, sobrio, claro” Eliana Esquivel*

*“Encuentro que está muy bien representado en lo que somos unión, compañerismo y valores a nuestro trabajo hecho a mano. Unir lo que es nuestro trabajo independiente al material que usamos con la naturaleza, con el ambiente, que sea un respeto mutuo” Susana Sepúlveda*

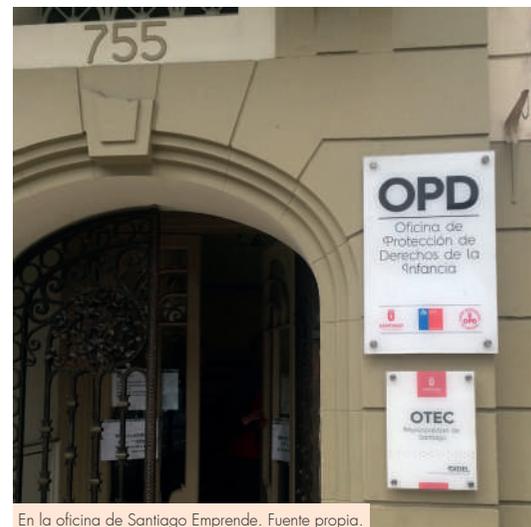
#### 4.5.2.2. Validación propuesta de stand

Entre el 15 al 29 de septiembre se buscaron otras alternativas de diseños de stand. El 29 de septiembre debíamos acompañar a A.G.A.P.E. a una reunión con Santiago Empeñe, que pertenece a la Subdirección de Desarrollo Económico Local, cuya finalidad es atender a vecinos emprendedores o con ideas de emprendimiento innovador, que residan o tengan domicilio comercial en la comuna de Santiago. Ellos ofrecen capacitación, participación en redes empresariales, asistencia técnica, pre inscripción de ferias y postulación a fondos de financiamiento interno y externo. Para este encuentro los artesanos nos pidieron que les llevásemos una propuesta de identidad y una idea de stand. La reunión fue a las 9 AM en calle Monjitas 755.

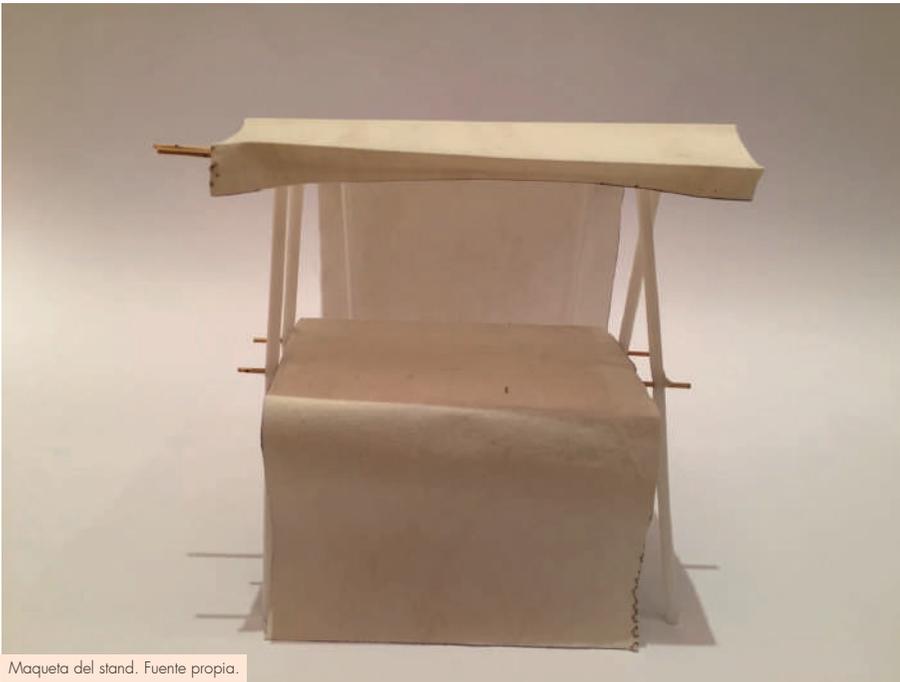
A través de una presentación en un power point les explicamos en qué consistía AGAPE, su imagen corporativa y una maqueta de un posible stand. El diseño del stand tuvo una muy buena acogida. Encontraron que los interpretaba y que iba con la narrativa artesana. Les gustaba estéticamente y consideraban que tenía un diseño que armonizaba con el barrio Lastarria. En cuanto al peso se descartó la idea de que fuese liviano ya que prefirieron optar por un stand sólido de madera, que les dure para toda la vida y transmita la narrativa conversada. El desafío ahora era tener listo el stand para la feria que tendría lugar el 19 de octubre en la Plaza Benjamín Vicuña Mackenna (Santiago de Chile) entre el cerro Santa Lucía y la Biblioteca Nacional.



En la oficina de Santiago Empeñe. Fuente propia.



En la oficina de Santiago Empeñe. Fuente propia.



Maqueta del stand. Fuente propia.



### 4.5.3. Prototipo 2

Luego de un largo recorrido por el barrio Franklin finalmente no encontramos un carpintero que nos cotizara a un precio razonable la confección del stand. Después nos dirigimos a avenida Matta y luego de cotizar en diferentes locales dimos con un carpintero que nos acogió en forma amable y se interesó en ayudarnos a materializar el proyecto, haciéndonos una cotización que consideramos razonable. Además le solicitamos que fuera en maderas nobles y se decidió hacerlo en roble. Le enviamos después una foto de la maqueta y algunos referentes de lo que queríamos, y las medidas. Asimismo fuimos a calle Independencia donde buscamos telas para la cubierta atendiendo a los requisitos de que fuera un género impermeable, que tuviera filtro UV y que estéticamente respondiera a las expectativas de los artesanos A.G.A.P.E. telas para la cubierta atendiendo a los requisitos de que fuera un género impermeable, que tuviera filtro UV y que estéticamente respondiera a las expectativas de los artesanos A.G.A.P.E.

En la mañana del 14 de octubre fuimos a buscar el stand a avenida Matta. Lo armamos y nos encantó. Contactamos una costurera que nos confeccionó el telón. A los dos días lo probamos con la tela la cual le dio más acogida y un toque rústico que va en la línea de lo artesanal.



Trasladando el stand. Fuente propia.



En la calle Matta con Pancho Villa. Fuente propia.



### 4.5.3. Testeo 1

A las 10 am llegamos a la Plaza Benjamín Vicuña Mackenna (Santiago de Chile) entre el cerro Santa Lucía y la Biblioteca Nacional. Todos los miembros de A.G.A.P.E. se acercaron a ayudarlo a instalarlo y opinaban de lo lindo que había quedado. Pasadas algunas horas anotamos en conjunto algunas sugerencias de modificaciones para mejorarlo. Se vio que era mejor aumentar un poco su altura, alargarlo, ver cómo mejorar estabilidad y se vio que era mejor cambiar el color de la tela. Todo lo demás les pareció bien y que respondía a los valores de A.G.A.P.E. y que los identificaba. Les gustaba que fuera de roble, una madera nativa de un árbol fuerte, como era el pueblo chileno y sus artesanos. Dejamos todo el día el stand con los trípticos explicativos de la Agrupación, las tarjetas de presentación y envoltorios AGAPE. La gente se acercaba a mirarlo. Además dejamos un cuaderno de comentarios para que el que quisiera escribir algo sobre la feria. Vinieron autoridades de la Municipalidad de Santiago y miembros de Santiago Emprende, quienes observaron el stand.



Plaza Benjamín Vicuña Mackenna. Fuente propia.



Plaza Benjamín Vicuña Mackenna. Fuente propia.



*“Que lindo llegar al centro y toparse con un lugar tan bello como una artesanía, ya que nos hace conectarnos con nuestras tradiciones y raíces. Hace falta lugares así” Camila Araya Rodriguez*

*“Estimados, ustedes han sabido identificarse como reales artesanos, aquellos que con sus propias manos dan vida a los diferentes artículos que muestran en sus stand, además son capaces de organizarse y convivir en comunidad, lo cual tiene el mismo o mayor valor que sus propias artesanías. Un fuerte abrazo y todos los deseos de mi parte” Juan Yona Echeverría, concejal de Santiago*

*“Si! a la artesanía chilena, den un lugar especial, trabajos maravillosos” Tamara Dlurs*

*“Siempre es importante tomar las raíces de lo que nos entrega la naturaleza” Jaime Soto*

*“Me parece maravillosa la oportunidad para que el arte surja, que se llene una plaza con cultura y diversidad de formas de expresión. Sigam surgiendo y algún día tendremos el reconocimiento que merecemos.” Una pequeña artista feliz*

*“Muy lindos trabajos, sigan promoviendo la cultura y recuperando los espacios públicos” Anónimo*

*“Hola, me gustó la feria dentro del cerro Santa Lucía, ojalá esto se vuelva a repetir, dar más espacio a nuestros artesanos, a sus nuevas ideas es muy importante” Grocie*

*“Un saludo a los trabajadores de AGAPE, quienes con organización y lucha defienden su trabajo, revitalizan el rol social del oficio y contribuyen en el desarrollo realizado por la humanidad durante miles de años: transformar una materia prima en arte. Con rebeldía y cariño los saluda la Defensoría Popular de las y los trabajadores.” Javier Piedra*

*“Me encanta que le den espacio a los artistas, debería ser algo permanente” G.B*



Libro de opiniones y sugerencias. Fuente propia.

## MODIFICACIONES QUE HACER

Subir la altura: aumentarla a 2,20m (subir el palo para que no quede a la altura de los ojos)

Sacar el género de arpillera porque se mancha con facilidad y se arruga con facilidad.

Cambiar el color negro de la tela a color crudo para que no absorba el sol y de más luz.



Plaza Benjamín Vicuña Mackenna. Fuente propia.



Modificar el largo en la parte de atrás: para que el vendedor tuviera más espacio para ubicarse en forma más cómoda. Como solución rápida se extendió el espacio agregando dos palos de colihue a cada lado.

-Poner la tela a los pies de la mesa para que la cubierta esté despejada (madera muy linda)

-Ver el tema de estabilidad.



Plaza Benjamín Vicuña Mackenna. Fuente propia.

#### 4.5.4. Correcciones testeo 1

A las 9:30 am en calle Monjitas 755 nos reunimos con Diego Larraín y con Roger Rosas. Nos dijeron que les gustaba el stand pero que les preocupaba el tema de la estabilidad y que querían que lo arregleamos y luego testearlo en la calle J.V. Lastarria que es una calle ventosa. Les llevamos la cotización por un stand y nos informaron que están ayudando a A.G.A.P.E a postular a un fondo Fosis con el cual se podrían financiar los stands para todos los miembros de la Agrupación.



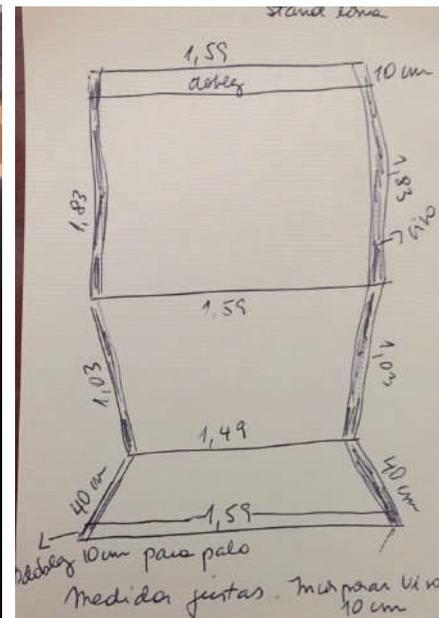
En la calle Matta con Pancho Villa. Fuente propia.



Probando el stand. Fuente propia.



Comprando Lona en Independencia. Fuente propia.



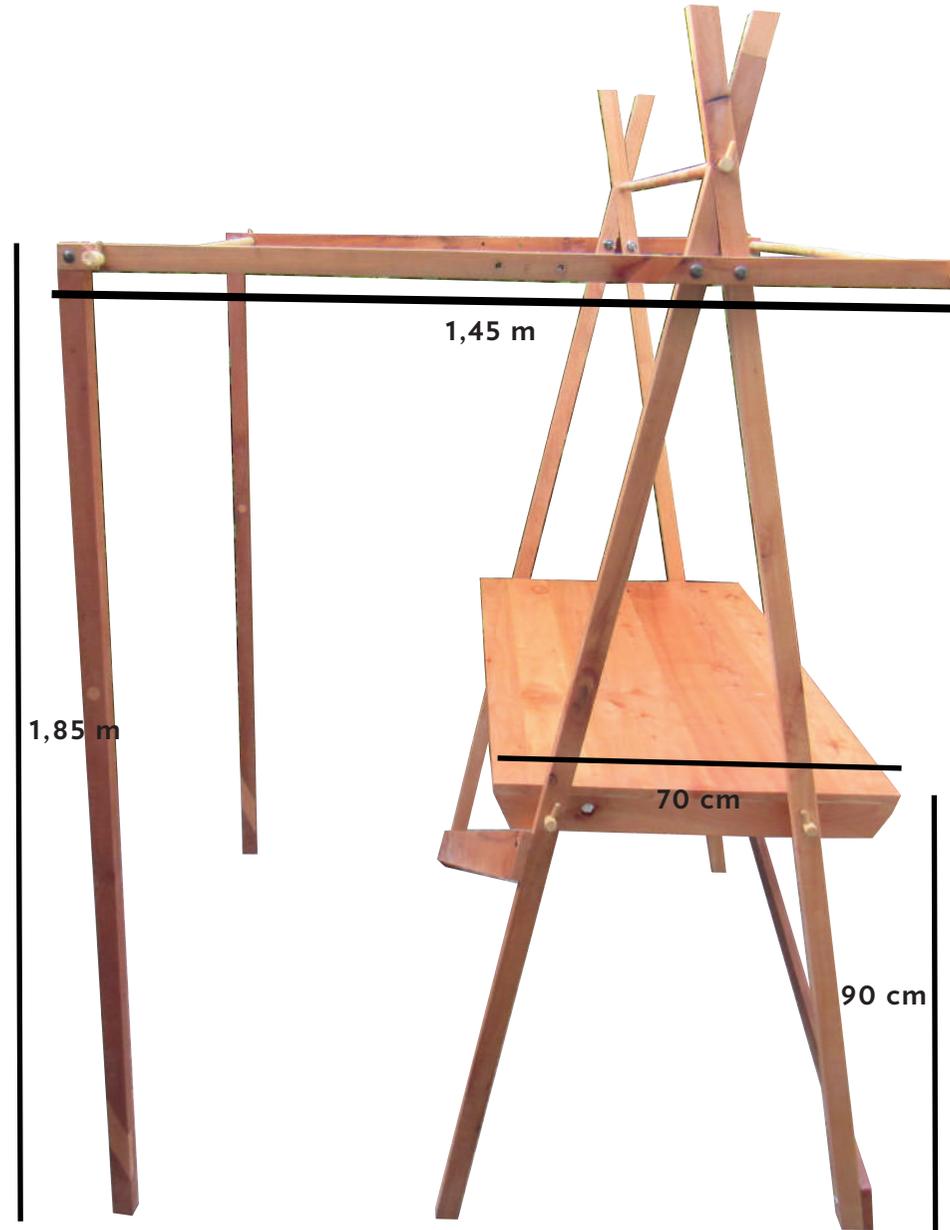
Luego de tener la estructura del stand corregida, se realizó un bosquejo con las medidas exactas del stand para que la tela quede estirada. Además se agregarán amarras a los pies y arriba de la tela para que se afirme al stand y no se vuele con el viento.

#### 4.5.7 Testeo 2

El 23 de noviembre tuvo lugar una tercera reunión con Diego Larraín (encargado de Santiago Emprnde) donde se le presentó mediante fotografías el nuevo stand con las correcciones hechas, a las cuales se les dio el visto bueno.

Asimismo se le entregó un informe detallado de los costos de su elaboración y se agendó una nueva reunión para el día 4 de diciembre con el fin de testear el producto final en la calle J.V. Lastarria.

Los miembros de Santiago Emprnde estuvieron de acuerdo con las correcciones realizadas, les pareció atractivo el stand y lo consideraron como un producto ya acabado.



#### 4.5.8 Producto final

El lunes 4 de diciembre a las 16.00 horas, se expuso el stand definitivo en el Barrio Lastarria con las modificaciones acordadas en conjunto con los miembros de la Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes y la Municipalidad de Santiago.

Las opiniones fueron muy favorables y Roger Rosas, en representación de Santiago Emprende, dijo que enviaría una carta de recomendación donde el municipio patrocina el stand y sugiere su financiamiento mediante canje publicitario de empresas o instituciones públicas o privadas.

*“Me alegra que te hayas encontrado con Magdalena y que ella haya creído en ustedes”*

*“Con respecto a este stand me parece muy bonito, los productores artesanos se ven de otra forma, mejora su imagen, ha sido un aporte muy positivo para los artesanos y la ciudad. La imagen de Santiago cambiarían con estos stand.” (Roger Rosas)*



Barrio Lastarria. Fuente propia.



Roger Rosas, Walter Olivares y Magdalena Frías. Fuente propia.

*“El stand es también una ayuda social para que el artesano pueda trabajar más dignamente, no trabajar en el piso, escapando de carabineros. Se logra una mejor exposición de nuestras obras y hace que los espacios urbanos se vean más amigables para la comuna de Santiago.”*  
*(Walter Olivares)*



Barrio Lastarria. Fuente propia.



Barrio Lastarria. Fuente propia.

# APLICACIONES

Antes de desarrollar las aplicaciones, se realizó un excel con todos los miembros de la Agrupación (con sus nombres, oficios, teléfono y mail). De este modo los clasificamos según la materia prima de sus productos (vegetal, animal, mineral).

Se hicieron tarjetas de presentación personalizadas para cada miembro de A.G.A.P.E, envoltorios, calcomanías, trípticos explicativos de la Agrupación, posters y credenciales. Todo se hizo impreso en papel couché mate, excepto el envoltorio donde las calcomanías se imprimieron en papel adhesivo. El envoltorio se decidió hacer en pliegos de papel craft ya que los productos son de diferentes dimensiones; además le da un toque rústico y es económico.

*“Somos creadores de piezas, no entendemos mucho la tecnología por lo que crear una imagen corporativa era muy difícil. Con la ayuda de Magdalena, ahora tenemos una mejor presentación como grupo ante las autoridades, clientes, ferias, nos ha unificado y logramos transmitir lo que nos identifica.”*

*(Walter Olivares)*

	A	B	C	D
1	Ana Lizana	998196305	<a href="mailto:analizana1971@gmail.com">analizana1971@gmail.com</a>	orfebrería
2	Erika Menco	931124076	<a href="mailto:eramenco@gmail.com">eramenco@gmail.com</a>	orfebrería
3	Arturo Muñoz	950208787	No tiene	artesanía en madera
4				
5	Marichien Ulbrich	962083266	<a href="mailto:marichienc@gmail.com">marichienc@gmail.com</a>	pinura en vidrio
6	Gabriel Añes	968505642	<a href="mailto:galo.artesa@gmail.com">galo.artesa@gmail.com</a>	orfebrería
7	Claudina Fernandez	977120359	<a href="mailto:benjaluán60@gmail.com">benjaluán60@gmail.com</a>	textil
8	Amalia Barahona	976738975	<a href="mailto:amaliabarahona@hotmail.com">amaliabarahona@hotmail.com</a>	artesanía en cuero
9	Jessica Gonzalez	227660753	<a href="mailto:jessica.gon210@hotmail.com">jessica.gon210@hotmail.com</a>	titeres
10	Jorge Riroroco	950473771	<a href="mailto:rirorapanui@gmail.com">rirorapanui@gmail.com</a>	artesanía en madera y piedra
11	Daniela Oyanedel	950473771	<a href="mailto:daniela.oyanedel.v@gmail.com">daniela.oyanedel.v@gmail.com</a>	bisutería
12	Bernarda Bustamante	962922749	<a href="mailto:teresasol7@hotmail.com">teresasol7@hotmail.com</a>	tejidos
13				
14				
15	Eduardo Ferreira Gonzalez	987083468	No tiene	pintura
16	Walter Olivares Varas	961519689	<a href="mailto:artistapopularinteligente@gmail.com">artistapopularinteligente@gmail.com</a>	orfebrería
17	maud nicholls recabarren	985404627	<a href="mailto:modili90@gmail.com">modili90@gmail.com</a>	orfebrería
18	bristela palma amoyao	979620390	<a href="mailto:artesaniabris@gmail.com">artesaniabris@gmail.com</a>	artesanía en crin
19	eliana fuentes galaz	222818188	no tiene	textil
20	Sandra Osorio Mendez	994397403	<a href="mailto:kasandramaestra@gmail.com">kasandramaestra@gmail.com</a>	pintura
21	Sandra Soto Castro	968719163	<a href="mailto:hilandocolores@gmail.com">hilandocolores@gmail.com</a>	textil
22	claudina peña	977120359	no tiene	textil
23	elizabeth fuentes	983104958	<a href="mailto:eduardogonzsa@gmail.com">eduardogonzsa@gmail.com</a>	serigrafía
24				
25				
26	paloma madrid	966956021	<a href="mailto:palomamadridvelis@gmail.com">palomamadridvelis@gmail.com</a>	artesanía en cuero y madera
27	Rodrigo Rivera Muñoz	982624101	No tiene	orfebrería
28	sady arenas	968719163	<a href="mailto:sarenasu14@gmail.com">sarenasu14@gmail.com</a>	serigrafía
29	diana naudon	995195621	<a href="mailto:diana.naudon@yahoo.com">diana.naudon@yahoo.com</a>	bisutería y tejidos
30	sandra alarcon gonzales	992529891	<a href="mailto:sandral@vtr.net">sandral@vtr.net</a>	orfebrería
31	carlos araya gonzales	228949449	No tiene	artesanía en metales reciclados
32	angelica canales nuñes	974464242	<a href="mailto:angelicacanales2008@yahoo.cl">angelicacanales2008@yahoo.cl</a>	muñecas de trapo
33	eliana esquivel	977981809	<a href="mailto:eliana.esquivel@gmail.com">eliana.esquivel@gmail.com</a>	joyas de papel
34	giovanna bustamante	996497565	<a href="mailto:petalosedmiel@gmail.com">petalosedmiel@gmail.com</a>	productos naturales
35	crístina bernal	955322104	<a href="mailto:orfebreriaorganica@gmail.com">orfebreriaorganica@gmail.com</a>	orfebrería
36	miguel angel patíño tofiño	968987570	<a href="mailto:tpam2008@hotmail.com">tpam2008@hotmail.com</a>	ilustración
37	jessica diaz cifuentes	983572437	<a href="mailto:palitrote@gmail.com">palitrote@gmail.com</a>	textil
38	ivan diaz rodriguez	983389951	<a href="mailto:palitrote@gmail.com">palitrote@gmail.com</a>	artesanía en madera
39	liescelotte von kretshmann	991257080	<a href="mailto:lyc.creaciones@gmail.com">lyc.creaciones@gmail.com</a>	textil
40	laura sepulveda lopez	988560093	<a href="mailto:lasuselo@gmail.com">lasuselo@gmail.com</a>	tejedores (tejidos)
41	teresa ramirez hidalgo	930708825		cojines terapeuticos
42	jaqueline caripillan	974806311	<a href="mailto:casakaru.cactus@gmail.com">casakaru.cactus@gmail.com</a>	decoraciones terrarium de cactus y suculentas
43	silvia ramallo	946643265	No tiene	orfebrería
44	hector bravo jerez	942928042	<a href="mailto:titobravo@gmail.com">titobravo@gmail.com</a>	talabartería
45	angie leon	992170777	<a href="mailto:angie230107@gmail.com">angie230107@gmail.com</a>	orfebrería
46	victor barra	979865273		artesanía en hueso, alambre y pintura
47	carol hernandez	993555268	<a href="mailto:carol_13gustavo@yahoo.com">carol_13gustavo@yahoo.com</a>	manualidades y confecciones en soft

## QUIÉNES SOMOS

Somos una Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes (AGAPE) que reúne a los artistas urbanos artesanos. Utilizamos las manos como herramienta principal de nuestra creación y ofrecemos a la venta nuestros productos en la vía pública. Nos ubicamos principalmente en el Barrio Lastarria, de la comuna de Santiago (Región Metropolitana) de Miércoles a Domingo, en un horario extendido desde las 10:00 AM a las 20:00 horas. Esporádicamente realizamos giras a otras regiones del país donde exponemos nuestras obras.

## LAS MANOS CREAN CULTURA



A | G | A | P | E



 AGAPEartesanos  
 [artistapopularinteligente@gmail.com](mailto:artistapopularinteligente@gmail.com)

## CONTEXTO

AGAPE nació en junio del año 2016 con un grupo de 28 artesanos como una forma de aunar fuerzas y promover el arte urbano. Su primer presidente e impulsor es Walter Olivares.

A pesar del poco tiempo de existencia de A.G.A.P.E, el número de miembros prácticamente en un año se ha duplicado, llegando a congregarse a 50 creadores nacionales.

El único requisito para ingresar a esta Agrupación es ser y tener un espíritu creativo, cuya herramienta de trabajo principal son las manos.



Barrio Lastarria

LOS TRÍPTICOS FUERON IMPRESOS EN PAPEL COUCHE MATE DE 300 GRM



COMPANERISMO



ECOLOGÍA



CREATIVIDAD



PATRIMONIO

## OBJETIVOS

- Fomentar y reivindicar el oficio del artesano.
- Difundir las obras de nuestros asociados en espacios públicos.
- Crear conciencia del valor de la artesanía como aporte a la identidad nacional.
- Respetar el medio ambiente y reutilizar materiales.
- Apoyo mutuo en la venta y acceso a lugares urbanos donde pueda llegar el público.
- Promover proyectos legales que incorporen el respeto y desarrollo del oficio del artesano en todo el país.

## SOCIOS

“Estamos robotizados; todo lo hace un robot. Nosotros utilizamos las manos que es la base de la creatividad”. (Gabriel Santiago, orfebre)

“La sociedad se beneficia con nosotros porque aportamos a la cultura.” (Walter Olivares, artesano)

“El arte popular le da vida a la ciudad. Si no estuviéramos nosotros, sería una calle fome”. (Ana Lizana, artesana)



Orfebrería en cobre



Artesanía en cryp



PACKAGING



WALTER OLIVARES  
PRESIDENTE DE A.G.A.P.E

- +569 61519689
- agapeartesanos
- Paseo peatonal J. Victorino Lastarria
- artistapopularinteligente@gmail.com

TARJETAS DE PRESENTACIÓN



A | G | A | P | E  
LAS MANOS CREAN CULTURA

La Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes (AGAPE), reúne a los artistas urbanos artesanos. Utilizan las manos como herramienta principal de su creación y ofrecen a la venta sus productos en la vía pública.

Se ubican principalmente en el Barrio Lastarria, de la comuna de Santiago (Región Metropolitana) de miércoles a domingo, en un horario extendido desde las 10:00 AM a las 20:00 horas.

 agapeartesanos  
 [artistapopularinteligente@gmail.com](mailto:artistapopularinteligente@gmail.com)

POSTER



A | G | A | P | E  
LAS MANOS CREAN CULTURA

---

Artesano

 agapeartesanos  
 [artistapopularinteligente@gmail.com](mailto:artistapopularinteligente@gmail.com)

CREDENCIAL DE ARTESANOS

# REDES SOCIALES

PÁGINA WEB



A.G.A.P.E

Crea tu sitio con WIX

NOSOTROS

OFICIOS

CONTACTO

## LAS MANOS CREAN CULTURA

Nuestros productos están hecho a la mano, una creación única, donde el artesano a puesto su alma



## QUIENES SOMOS



## OFICIOS

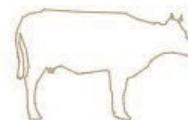
Los materiales son los principales elementos para poder dividir los oficios. Primero se comienza de la materia prima que puede ser de origen vegetal, animal y mineral. Transformando los materiales con diferentes técnicas, nacen los oficios. Es por esto que los miembros de A.G.A.P.E se clasifican según 3 orígenes de materias primas

Leer más →



### Vegetales

*Hierbas, pajas, hojas,  
fibras, cortezas, raíces,  
madera, frutas, fibras  
vegetales*



### Animales

*Fibras animales, pieles,  
cueros, huesos, dientes,  
animales de mar (conchas,  
corales, nácares...)*



### Minerales

*Tierras, arcillas, ocre,  
piedras, metales (puros)*

## ANIMAL



A.G.A.P.E

Crea tu sitio con WIX

NOSOTROS

OFICIOS

CONTACTO



**Héctor Bravo Jerez**

Talabartería

titobravo@gmail.com

+569 42928042

Atrás

INSTAGRAM



Instagram

Q Buscar



agapeartesanos

Editar perfil



3 publicaciones

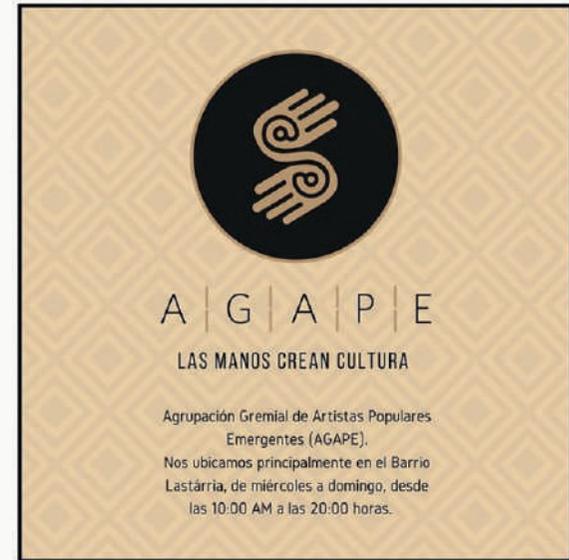
1.123 seguidores

1.590 seguidos

agape Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes

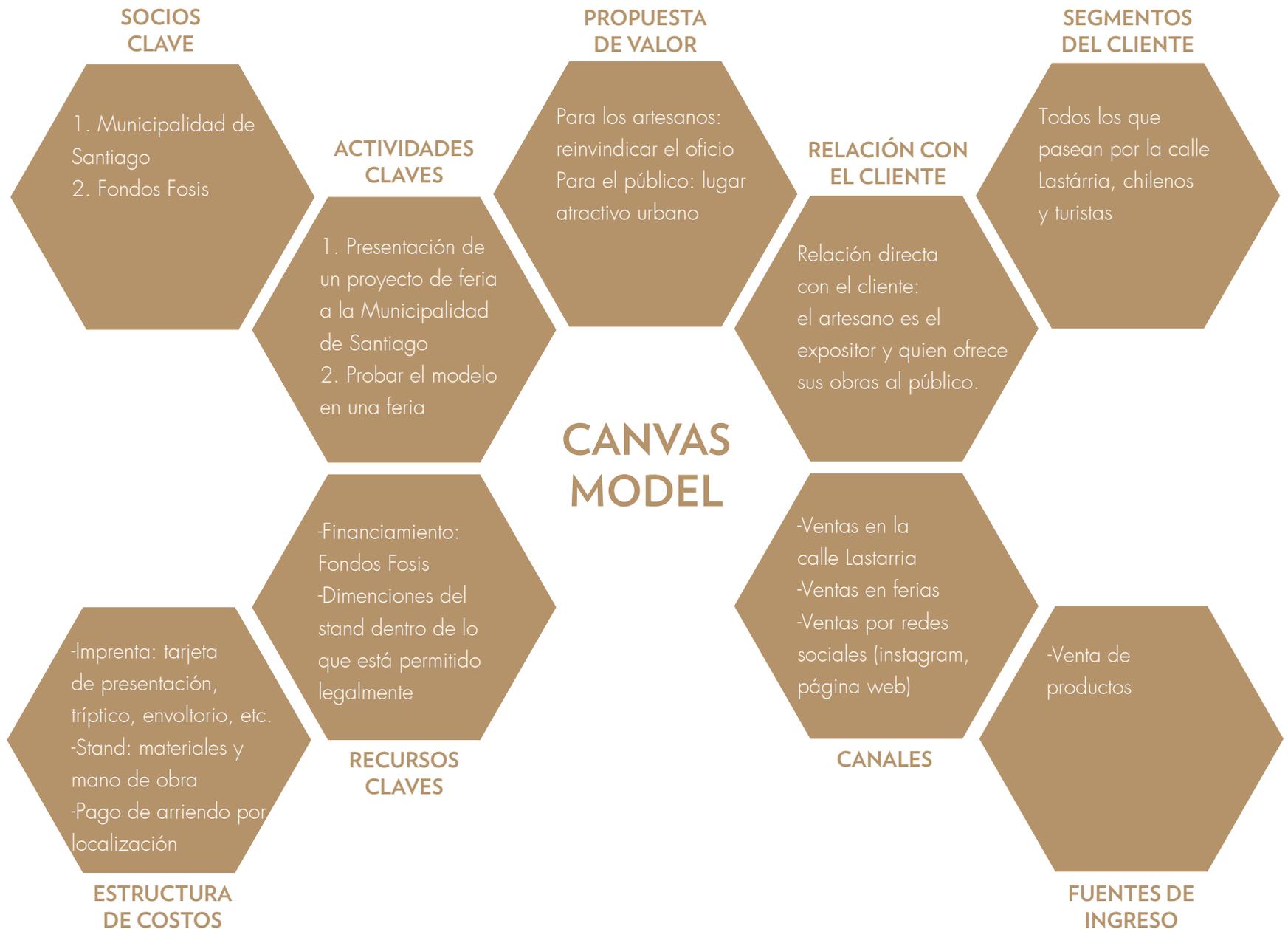
PUBLICACIONES

GUARDADAS



# IMPLEMENTACIÓN Y REFERENCIAS

## CANVAS



## COTIZACIÓN

### 5.2.1. Aplicaciones de la Imagen corporativa



POSTER  
(42 X 60 cm)

\$3.000  
Tela PVC

TARJETA DE PRESENTACIÓN  
(10 uds en una hoja oficio)

\$500 pesos la hoja  
Papel couche mate 300 g

CREDENCIALES  
(4 uds en una hoja oficio)

-\$250 pesos la hoja  
-Papel couche mate 300 g

TRÍPTICO  
(1 ud en hoja tamaño oficio)

\$500 pesos la hoja  
Papel couche mate 170 g

PLIEGO (110 X 80 cm)

\$180 pesos un pliego  
Papel crafft 60 grs

CALCOMANIAS  
(24 uds en una hoja oficio)

\$500 la hoja  
Papel adhesivo

COSTO MÍNIMO

\$4.930



### 5.2.3. Costo final unitario



## PROYECCIONES

El objetivo de las 3 partes del producto final (aplicaciones, stand y redes sociales) es lograr una unidad a los miembros de la agrupación, con el cual se sientan orgullosos e identificados y a la vez crean un espacio más atractivo para la ciudad.

*“Con este patrocinio que nos dará la Municipalidad de Santiago, podríamos partir con 5 o 10 stand y creo que será posible conseguir financiamiento” (Walter Olivares, presidente de A.G.A.P.E.)*

*“Dentro de la línea que me gusta, que es la madera, que tiene que ver con la creación de los artesanos, de aquí a fin de mes el director de Santiago Emprende (Diego Larraín) entregará una carta patrocinando el stand” (Roger Rosas, miembro de Santiago Emprende)*



Barrio Lastarria. Fuente propia.



Barrio Lastarria. Fuente propia.



Erika dibujando. Fuente propia.



Dibujo Barrio Lastarria. Fuente propia.

## REFLEXIÓN FINAL

---

Si bien a principios de año trabajamos con las microempresarias de la Fundación Banigualdad, y nos compenetramos de sus intereses y desafíos, a medida que fuimos investigando para definir el producto final, nos fuimos dando cuenta que era necesario introducir algunos cambios.

Esto no fue fácil y nos generó al principio miedo e incertidumbres. Sin embargo, la acogida de parte de ellos, su apertura, conocer la precariedad de sus presentaciones y lo que les hacía falta una identidad con un diseño atractivo que los unifica, nos hizo seguir adelante. Nos dimos cuenta que no tenían logo, ni trípico, packaging ni nada. Por

sus necesidades vimos que crear un stand que los unificara sería una gran propuesta y ayuda para ellos y para además mejoraría su presentación en las calles de la ciudad, en especial al considerar que se colocan en el Paseo Peatonal de barrio Lastarria, un sector patrimonial y que es visitado por un creciente número de turistas.

A través de interactuar con ellos nos dimos cuenta que los artesanos se sentían orgullosos de pertenecer a la Agrupación Gremial de Artistas Populares Emergentes y que, para ellos, por lo tanto contar con una identidad grupal era un factor determinante por el apoyo mutuo y compañerismo que existe entre ellos.

El proceso de crear el producto final no fue fácil porque significó un trabajo en conjunto lo cual nos demandó un triple esfuerzo. Por una parte, crear una propuesta de identidad de diseño que nos satisficiera y, por otra parte, que ella fuera funcionaria. En especial que el stand tuviera estabilidad, que tuviera el tamaño adecuado, que pudiera ser trasladado sin mayor dificultad.

En tercer lugar tenía que ser un producto con el cual se sintieran interpretados; que los representara. Entonces fue un trabajo que demandó un continuo diálogo con los artesanos de la Agrupación Gremial de Artistas Populares que implicó acoger sus sugerencias, interiorizarse

de sus necesidades, testar los productos, modificar lo que fuera necesario y dialogar con ellos en un intercambio que fue muy positivo y enriquecedor. Incluso nos invitaron a participar a las asambleas de la Agrupación en sus sedes y a participar en sus reuniones con la Municipalidad de Santiago, a través de Santiago Emprende, todo lo que significó un gran aprendizaje. En síntesis, que no basta una buena idea sino que es necesario materializarla, siendo flexibles y superando todas las vallas o problemas que se presenten en el camino.

## REFERENCIAS

Aldunate, C., Baixas, I., Larrain, H., Ramírez, J., Rodríguez, C., & Piwonka, N. (1993). *Artesanía Chilena Tradicional*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.

Biblioteca Nacional de Chile, (2016). José Victorino Lastarria (1817-1888). *Memoria Chilena Biblioteca Nacional de Chile*. [Disponible en: <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-31493.html>]

Conde, A. (2017). *5 encuentro Local reúne los exponentes del diseño chileno más importantes*. Joia Magazine. [Disponible en: <http://joiamagazine.com/5o-encuentro-local-reune-exponentes-del-diseno-chileno/>]

Corporación de Fomento de la Producción, Corfo. (2014). *Emprendimiento en Chile: Hacia un Modelo de Segmentación*. Corporación de Fomento de la Producción. [Disponible en: <http://repositoriodigital.corfo.cl>]

Croquevielle, T., (2016). *Por qué es necesaria una nueva ley de artistas callejeros*. El Definido. [Disponible en: <http://www.eldefinido.cl/actualidad/pais/7430/Por-qu%E9%AD%A5s-necesaria-una-nueva-ley-de-artistas-callejeros/>]

Currás, L. (2010). *Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación*. Dialnet. [Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3233182>]

Dannemann, M. (2007). *Cultura Folclórica de Chile*. Santiago, Chile: Editorial Universitaria.  
Etienne-Nugue, J. (1994). *Guía Metodológica para la captación de información sobre la Artesanía*. España: UNESCO- Fundación Española para la Artesanía.

Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2010). *Emprendimiento*. SlideShare. [Disponible en: <https://es.slideshare.net/JENIFFERARDILA/emprendimientopdf>]

Gavilán, V., Rebolledo, L., Ulloa, L., Valdés, X., & Wilson, A. (1993). *Memoria y cultura*. Purísima 305, Santiago de Chile: Centro de Estudios para el desarrollo de la mujer

Oficina de la UNESCO en Santiago. (2017). *Artesanía y Diseño*. UNESCO. [Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/>]

Portal de información turística y Cultural, (2017). *Un poco de Historia del Barrio Lastarria*. Barrio Lastarria.com. [Disponible en: [http://barriolastarria.com/acerca\\_del\\_barrio\\_lastarria.htm](http://barriolastarria.com/acerca_del_barrio_lastarria.htm)]

Programa de Artesanía UC. (2017). *44 Muestra internacional, Artesanía UC*. Muestra Artesanía UC. [Disponible en: <http://artesaniamuestra.uc.cl/>]

Rodríguez, M., Alfaro, E. (2009). Artesanía y diseño. *Revista Diseña*, 108-111. [Disponible en: <http://www.revistadisena.com/artesania-y-diseno/>]

Rodríguez-Cano, S. (2011). *Entre el río y la Cañada*. Santiago, Chile: ARC Editores. Santiago Ilustre Municipalidad. (2017). *Emprendimiento (Santiago Emprende)*. Guía de Servicios DIDECO online. [Disponible en: <http://www.munistgo.info/dideco/223.php>]

Sennet, R. (2009). *El artesano*. Barcelona, España: Editorial ANAGRAMA.

Sociedad de Literatura de Santiago. (1842). *Discurso de incorporación de D. J. Victorino Lastarria a una Sociedad de Literatura*. Valparaíso: Publicalo La Sociedad.

The Andes House, (2010). *Made in Mimbres*. Made in Mimbres. [Disponible en: <http://madeinmimbres.com/PROYECTOS>]

Unidad de Estudios Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2016). *Informe de resultados: El microempresario en Chile*. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. [Disponible en: <http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2016/02/Informe-de-resultados-EME4-el-microempresario-en-Chile.pdf>]

## Fotografías

Conde, A. (2017). *5 encuentro Local* [fotografía]. Recuperado de <http://joiamagazine.com/5o-encuentro-local-reune-exponentes-del-diseno-chileno/>

Fundación Artesanías de Chile. (2017). *Ayudemos a los artesanos y artesanas damnificados por los incendios* [fotografía]. Recuperado de <http://artesantiasdechile.cl/2017/01/27/ayudemos-a-los-artesanos-y-artesanas-damnificados-por-los-incendios/>

Miller, A. (2017). *¿Estás utilizando el secreto más poderoso del universo?* [fotografía]. Recuperado de <https://dribbble.com/shots/3666794-142-Are-You-Using-the-Universe-s-Most-Powerful-Secret>

Miller, A. (2017). *Por qué no hay excusa* [fotografía]. Recuperado de <https://dribbble.com/shots/3257671-119-Why-There-s-No-Excuse>

Programa de Artesanía UC. (2017). *44 Muestra internacional, Artesanía UC*. Muestra Artesanía UC. [Disponible en: <http://artesania.uc.cl/>]

The Andes House, (2010). *Made in Mimbres* [fotografía]. Recuperado de <http://madeinmimbres.com/>

TiendaPro, (2017). *Demo.carpas* [fotografía]. Recuperado de <http://www.carpas.net/site/>



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño



A | G | A | P | E  
LAS MANOS CREAN CULTURA

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la  
Pontificia Universidad Católica de Chile para  
optar al título profesional de Diseñador

Alumna: Magdalena Frías Ossandón  
Profesor guía: Felipe Cortéz

Diciembre 2017. Santiago, Chile