



Teje

Modelo de intervención semi remoto con artesanas

Autora Florencia Paz González Fernández
Profesora guía Elena Alfaro Figueroa

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

Julio 2021
Santiago, Chile

A mis papás Loreto y Juan Carlos por apoyarme de manera incondicional en mi vida académica, gracias por inspirarme e impulsarme en este proceso.
A mis hermanos por su apoyo constante a la distancia, especialmente a Macarena por entenderme y ayudarme en cada momento.

A Elena por guiarme en este proyecto con todos sus cambios pandémicos.
A mis amigas por apañarnos en cada momento y pasada de largo en la carrera.

Gracias a Olivia y Gabriela por darme la oportunidad de trabajar en una iniciativa como Casa Küc.

Esta Memoria va dedicada especialmente a la **Agrupación de artesanas en lana de Casa Küc**, sin su cariño y hospitalidad nada podría haber sido posible, gracias por compartir sus vidas y experiencias al abrirme las puertas de sus hogares para conversar en los fríos inviernos sureños.

Muchas gracias

Contenidos de la memoria

Motivación personal	5	Propuesta Casa Küc	112
Marco teórico	6	5.1 Sobre los resultados de la intervención	114
1.1 Que entendemos por identidad local	8	5.2 El contenido recopilado	115
1.2 Identidad y turismo	9	5.3 Propuesta de identidad local	116
1.3 La provincia del Ranco	11	5.4 Manual de identidad productiva	121
1.4 Qué entendemos por artesanía	14	Modelo de intervención	123
1.5 Canales de comercialización	15	6.1 Actores y sus funciones	125
1.6 Tipos de artesanía	16	6.2 Atributos del modelo	128
1.7 Artesanía de la Agrupación	17	6.3 Modelo de intervención	131
1.8 ¿Qué es la intervención social?	20	6.4 Sobre el Kit: Productos mínimos	135
1.9 La innovación social	21	Implementación	141
Caso de estudio	23	7.1 Modelo Canvas	143
2.1 El origen de Casa Küc	25	7.2 Costos	144
2.2 Estructura administrativa y funcionamiento	26	7.3 Financiamiento	145
2.3 Productos y canales de comercialización	31	Conclusiones	146
2.4 La agrupación de artesanas en lana	35	8.1 Proyecciones de Teje	148
2.5 Dinámicas de la agrupación	42	8.2 Conclusiones finales	149
2.6 La Artesana de Casa Küc	44	Bibliografía y anexos	150
Propuesta de diseño	45	9.1 Bibliografía	152
3.1 Problemática artesanal	47	9.2 Anexos	154
3.2 Mapa de estado preliminar	48		
3.3 Oportunidad de diseño	50		
3.4 Formulación del proyecto	52		
3.5 Contexto de implementación	54		
3.6 Antecedentes	57		
3.6 Referentes	59		
Proceso de diseño	60		
4.1 Sobre la metodología proyectual	62		
4.2 Contextualización	64		
4.3 Reflexión	70		
4.4 Iteraciones	72		
4.5 Puesta en escena	91		
4.6 Reflexión final	98		

— Motivación personal

Este proyecto se desarrolla en el Sur de Chile, en la región de los Ríos.

Todo inicia en la comuna de Futrono, un sector dentro de la cuenca del Lago Ranco, el lugar más importante en mi vida, un lugar que me ha visto crecer y ha alojado a mi familia junto a la mayor parte de mis memorias.

A partir de la manera que me siento cercana con este lugar fue mi inicial motivación para pensar en un proyecto en el Lago Ranco y sus alrededores, el cual no sólo demostrara su belleza natural, sino que también pueda ayudar y visibilizar a la gente que vive ahí.

Este último año de pandemia, no sólo me dio la posibilidad de volver y reconectarme con mis raíces al salir de la ciudad, sino que también trajo consigo la oportunidad que en mi "vida normal de Santiago" no podría haber sido posible.

El proyecto trabaja con la agrupación de artesanas en lana de la tienda Casa Kúc. Para mí el conocer a este grupo de grandes mujeres, quienes no sólo me abrieron las puertas de sus casas, sino que además me recibieron con una cálida hospitalidad sureña, ha sido una experiencia reveladora y educativa.

Cuando inició este proyecto, yo sentía la necesidad de ayudar y aportar dentro del territorio que me vió crecer, más allá de un sentimiento de gratitud, sino que también soy fiel creyente que dentro de nuestras áreas de trabajo debemos hacer más para ayudar a la gente de manera directa o indirecta.

Espero que este proyecto que nació de mi terruño pueda vivir en el futuro para lo que fue hecho: ayudar, visibilizar y conectar a las personas con lugares tal como en el Lago Ranco en el sur de Chile.



CAPÍTULO 1

Marco teórico

Identidad local y territorio — La práctica artesanal — Intervención e innovación social



Riñinahue. Sebastián González. (2020)

1.1 Que entendemos por identidad local

Cuando nos referimos al concepto de identidad local, hablamos del valor identitario creado por un grupo determinado en un contexto y tiempo determinado (Pimienta, 2007). Este valor se construye de manera autónoma dentro de una comunidad, donde el objetivo de la cultura se torna subjetivo.

Por medio de la identidad local se genera un **sentimiento de pertenencia** al origen o al terruño, es la vuelta a nuestra "patria chica" la cual nos hace sentir diferentes, independiente del contexto cultural en donde nos situemos. La identidad local siempre parte de nosotros, dado que su valor es capaz de trascender diferentes realidades y culturas.

Esta identidad local es creada por medio de los distintos materiales simbólicos disponibles para el individuo, el cual es capaz de construir su identidad, ya sea de manera individual o como un proyecto comunitario (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019). Esta construcción tiene la finalidad de asimilación con algo o alguien, además de darnos un **carácter de diferenciación** y particularidad dentro de la cultura (SUBDERE, 2011).

A través de este fenómeno identitario, las comunidades son capaces de construir

vivencias y **proyectos colectivos**, siempre asociados a un territorio y contexto específicos. (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019). Este sentimiento de pertenencia que crea la identidad local está formado bajo tres pilares importantes: que constan de un medio físico, un medio temporal y continuidad social. Teniendo esto en consideración, para formar la identidad de la comunidad se necesita un territorio o base ecológica en un tiempo determinado bajo una cultura determinada. Gracias a estos elementos es posible construir relatos, los cuales sean la expresión de una cultura y que por ende, lleguen a ser internalizados por esta. (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019).

Sobre la base teórica que tenemos de la identidad local, es necesario diferenciar qué papel juega la cultura dentro de este fenómeno comunitario. Cuando nos referimos a cultura, esta se define según la UNESCO como:

El conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (UNESCO, 2001)

Por lo tanto, entendemos que la cultura engloba también diversas expresiones que moldean y generan reflexión sobre la sociedad. Es así, como dentro de la identidad local, la **cultura** toma un rol objetivo en forma del sentimiento de comunidad y vínculo mediado por la cercanía corporal (Pimienta, 2007). A partir de esto entendemos que la identidad local alude a un sentimiento de pertenencia, independiente de la cultura del sujeto, dado que en cierta manera tenemos un complemento entre cultura e identidad local.

Si nos referimos a las similitudes que poseen la **identidad local y cultura**, encontramos rasgos como la plasticidad y dinamismo de ambos conceptos, dado que se moldean a los cambios constantes de la sociedad. También entendemos que ambas características se sostienen sobre un determinado sistema de simbolismos y creencias comunitarias, lo que genera que ambas definiciones sean intangibles al ser un sentimiento en relación a una sociedad. Por último, el componente más importante de ambas definiciones es la base social que poseen, es decir, ambas dependen de una comunidad y espacio determinado para subsistir por medio de concesiones y creencias similares.

1.2 Identidad y turismo

Entender la relación entre turismo, cultura e identidad local, desde una mirada en pos del desarrollo de las pequeñas comunidades, es mirar tal relación como una **sinergia** (SERNATUR, 2014) que beneficia a los diversos actores involucrados por medio de las diversas experiencias que crean y viven constantemente. Es importante entender el turismo como una experiencia de **inmersión cultural**, donde cada movimiento del individuo satisface una necesidad de diversidad y asimilación cultural. Por medio del turismo cultural, el turista experimenta de manera entusiasta las diversas costumbres, formas de vida, culturas, tradiciones y rasgos identitarios de una comunidad en un contexto local determinado. Dentro de la experiencia turística que vive el receptor, vemos una variedad de **productos y servicios** ofrecidos por la oferta turística local que componen la experiencia en el viaje del usuario. Todos estos bienes y servicios están pensados en pos de satisfacer o generar diversas necesidades sobre el turista para vivir distintas experiencias de enriquecimiento cultural. Entonces, el producto turístico es entendido como un conjunto de bienes y servicios basados en tres factores claves: lo vivencial, lo emocional y lo físico. (SERNATUR, 2014) Mediante la configuración de activos culturales,

un buen producto o servicio turístico es capaz de unir estas características en pos de crear experiencias memorables y permeables en el turista.

Además de la oferta de bienes y servicios turísticos, en la era de la globalización se percibe un aumento en la demanda de nuevos productos en el mercado turístico, tales objetos no sólo destacan por su forma, sino que también por su historia, cultura, calidad y exclusividad en el mercado. (Fernández de Paz, 2015) Estas características juegan un papel determinante al momento de la compra, puesto que no sólo se adquiere un producto de recuerdo, sino que se guarda una parte de la identidad local materializada en la **pieza de origen artesanal**.

Teniendo lo anterior como antecedente, podemos ver que el mercado artesanal se posiciona como un rubro que va en creciente demanda dentro de la experiencia turística. Es decir, en el turismo rural de hoy en día no sólo se buscan experiencias, sino que también algo **tangible** que refleje a la comunidad visitada. A partir de esta premisa podemos entender la creciente demanda por lo artesanal por parte del mercado turístico, donde la artesanía además de rescatar valores culturales



Salto de Riñinahue. Sebastián González. (2019)

toma un papel económico dentro de la vida del productor y el comprador. Dentro de la oferta turística que podemos encontrar hoy en día en nuestro país surge el turismo rural, el cual nace como producto de la "Nueva Ruralidad" (Garín & Quinteros, 2020) correspondiente a una transformación del espacio rural por medio de una revalorización del paisaje cultural, donde se transforma económica, social y culturalmente un espacio, en pos de redireccionar el sector productivo previo. A partir de esta nueva ruralidad, se crea una oferta para un nuevo tipo de turista, que busca nuevas experiencias y demanda mayor calidad de la experiencia y productos turísticos.

Concluyendo sobre la evidencia presentada, podemos entender el turismo rural como las acciones desarrolladas dentro de un ambiente rural o "campesino", en donde se desarrollan actividades turísticas acorde a una cultura y paisaje local determinado. Dentro del turismo rural, encontramos lugares o actividades de interés como el agroturismo, los ecomuseos, diversos paisajes culturales o naturales, parques nacionales, rutas escénicas, etc. (SERNATUR, 2014)

En base a lo anterior, encontramos dentro del turismo rural sectores que en base

a diversos ejes turísticos se posicionan como destinos emergentes a partir de su alta naturalidad y diversidad de recursos turísticos. (Peña, Hermosilla, Escalona, Rebolledo, & Gutiérrez, 2010) Dentro de estos destinos encontramos la cuenca del Lago Ranco, un sector bordeado principalmente por las comunas de Lago Ranco y Futrono, donde se destaca este destino no solo por su diversidad natural, sino que también por su diversidad cultural y de experiencias dentro del mundo rural.

“..Es importante entender el turismo como una experiencia de inmersión cultural..”

1.3 La provincia del Ranco

Recorrer la carretera que bordea el Lago Ranco en la región de los Ríos no es sólo maravillarse con la naturaleza diversa y tupida que se encuentra en cada kilómetro del camino, un viaje por este camino asfaltado representa la magia e inmensidad del sur de Chile en su máxima expresión.

Los diversos bosques siempre verdes, los cerros que se levantan en la mitad del panorama, y siempre al fondo, la cordillera de los Andes, grande, blanca e imponente. La ruta del Lago Ranco, al igual que muchas rutas del sur de Chile, nos demuestra que aún hay naturaleza intacta en nuestras vidas, la cual se presenta de manera mística como un enigma sin resolver. Tener el privilegio de conocer lugares como la cuenca del Lago Ranco no sólo nos da perspectiva y nos hace conscientes de nuestro entorno, sino que también nos demuestra que lugares así de pacíficos alojan a personas que son el reflejo puro de su entorno, gente hospitalaria, con un amor por la vida y su ecosistema.

El marco de acciones desarrolladas en este proyecto se lleva a cabo en la **provincia del Ranco**, sector conocido por su enorme potencial turístico y agropecuario (Gobierno Regional de Los Ríos, 2016). La provincia está conformada por



Cordillera. Sebastián González. (2020)

las comunas de Futrono, Lago Ranco, Río Bueno y la Unión. Unas de las características que distingue a este territorio es su gran reserva de agua y biodiversidad (Gobierno Regional de Los Ríos , 2020), donde la provincia sola posee cinco de los once lagos que forman parte de la región de Los Ríos, pero el Lago Ranco destaca como el tercer Lago más grande de Chile con 442km².

En lo que respecta a sus áreas silvestres, la provincia cuenta con más de 300 mil hectáreas correspondientes a áreas silvestres protegidas por privados o el Estado (Gobierno Regional de Los Ríos , 2020). Estos recursos naturales se caracterizan por ser de tipo forestal siempre verde o comúnmente conocido como la Selva Valdiviana, donde a partir de la altura y pluviosidad, se presentan bosques de roble, raulí, coihue, lenga y arrayán (Municipalidad de Futrono, 2019).

Conocido por su clima lluvioso y mediterráneo, esta provincia destaca también por la oferta turística en torno al turismo rural, náutico, aventura e indígena, donde gracias a la diversidad de destinos como lagos, lagunas, playas, ríos, saltos, islas termas y bosques se genera una oferta turística importante para los visitantes de temporadas estivales. (Gobierno

Regional de Los Ríos , 2020). Gracias a su fácil acceso, es posible recorrer en una vuelta completa la cuenca del Lago Ranco, la cual, gracias al cuidado de su entorno y diversos miradores, resulta una ruta escénica para el turista.

A partir de la importancia que posee hoy en día el turismo para posibilitar instancias de **desarrollo local**, la oficina de turismo de Futrono define por medio del Plan de Desarrollo Turístico Para la comunidad local de Futrono el turismo es:

“Una actividad recreativa y económica que se sustenta en la acción de conocer el entorno y sus recursos naturales, lo que es una oportunidad para recibir ingresos y trabajar en distintos servicios asociados al esparcimiento, a los viajes y a la experiencia de mostrar y rescatar la cultura, siendo también una actividad con gran vocación social ya que posibilita que la gente surja en sus territorios de forma sustentable”.
(Municipalidad de Futrono, 2019).

Gracias a las características expuestas anteriormente, es posible entender la importancia y valor del entorno dentro del desarrollo de este proyecto, dado que a partir de su alto potencial turístico y recursos naturales se pueden llevar a cabo formas de trabajo que potencien el

desarrollo local y sustentable de actividades a partir del territorio. Dentro de las actividades que se enfoca este proyecto, encontramos formas de desarrollo cultural y patrimonial como la artesanía.



Mapa de Provincia del Ranco. Elaboración personal. (2021)



Vista al Lago Ranco. Sebastián González. (2020)

1.4 Qué entendemos por artesanía

Al igual que muchos oficios, la artesanía ofrece una gran cantidad de perspectivas para su análisis. Según Fernández (2015), cada producto artesanal contiene conocimientos técnicos y predilecciones estéticas que reflejan la relación del producto con las pautas vitales de la comunidad, donde el reto al mirar un producto artesanal yace en apreciar la artesanía en toda su complejidad. Esta perspectiva nos permite no pensar en la artesanía solo como el producto, sino también como el **testimonio de distintas prácticas** y saberes hecho por personas que han adquirido este saber de generación en generación, en un territorio específico.

Siguiendo esta línea, INDAP define artesanía como

“La elaboración de objetos o productos realizados individual o colectivamente para los cuales se utilizan herramientas y/o implementos rudimentarios, predominando la ejecución manual” (INDAP, 2017).

Además, se destaca que, para el dominio de la técnica y transformación de las materias primas, se requiere habilidad, compromiso, entendimiento y creatividad en la elaboración de los productos.

Estas características son el resultado de aprendizaje, reflexión y conocimiento que

es parte del oficio artesanal.

Por lo tanto, entendemos que el valor intrínseco de la pieza artesanal yace en su carácter de depositario de una identidad, geografía y memoria colectiva (CNCA, 2017), donde el resultado refleja un proceso basado en las posibilidades entregadas por el material en conjunto con el patrimonio cultural inmaterial que ha recibido el artesano. Junto con lo anterior, es importante entender el proceso de creación artesanal como un **acto comunicativo**, donde el objeto por medio del relato puede transmitir valores culturales intangibles que cargan de emocionalidad el resultado y producto artesanal (Velasco Aranda, 2016).

A partir de este patrón de valor artesanal, el cual valoriza sus productos por medio del proceso y contexto de creación, ha surgido la tendencia de diversificar los roles dentro del proceso individual del artesano (CNCA, 2017), incluyendo nuevos actores desde áreas creativas como el diseño, donde se generan relaciones por medio del trabajo colaborativo que aportan e innovan dentro de los procesos artesanales.

Al referimos en la relación entre artesano y diseñador no se espera un trabajo

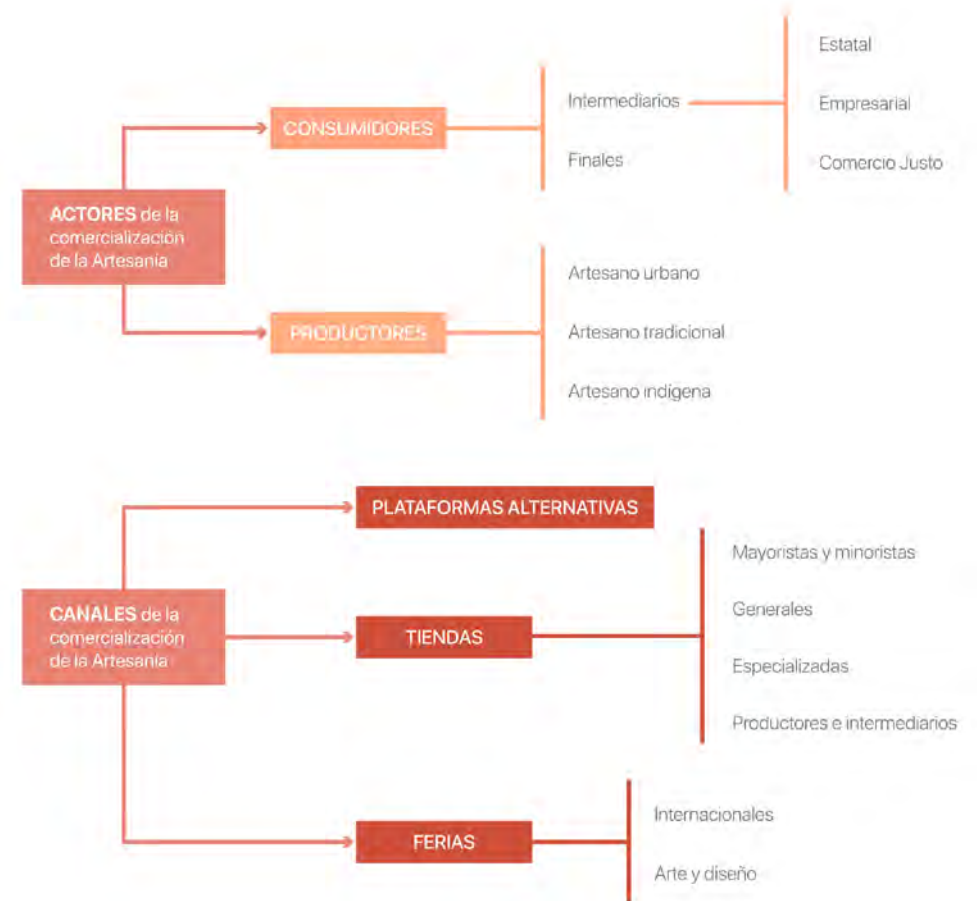
donde exista una relación asimétrica entre ambos actores, más bien es importante generar un **vínculo sostenible** entre ambas partes para así fomentar instancias destinadas al intercambio de saberes y aprendizaje recíproco a partir de las habilidades de los participantes (CNCA, 2017). El trabajo realizado desde el diseño considera también la metodología (Cruz García, González, & Fernández de Vega, 2019) de trabajo colaborativo, donde por medio de la acción proyectual de diseño se pueden generar ideas o soluciones que ven al artesano como colaborador y usuario simultáneamente.

1.5 Canales de comercialización

El desarrollo de la actividad artesanal se compone de distintos elementos, siendo una arista importante la comercialización de sus productos. Para esto se destacan **dos canales esenciales** en el mundo del artesano, la feria y la tienda (CNCA, 2013). Estos espacios cobran relevancia al ampliar la distribución del producto artesanal, ya sea de manera semanal, temporal o itinerante. Entonces, entendemos como ferias los espacios de mayor acceso a los productores, donde se categoriza por ferias nacionales o internacionales. Otro espacio importante dentro de la comercialización artesanal es la tienda, la cual corresponde a espacios más estables y permanentes que exponen o venden productos artesanales. En esta categoría podemos encontrar lugares como la tienda de Artesanías Chile que muestra el trabajo de productores a lo largo de Chile, o a nivel más local encontramos ejemplos como Casa Küc, que expone el arte y productos de a las artesanas de la agrupación, y funciona a lo largo de todo el año.

Además de estos dos espacios, existe un canal sin intermediarios y de venta directa con clientes fieles al trabajo de un artesano, donde la comercialización de los productos se lleva a cabo en las casas o talleres artesanales (que

al mismo tiempo es su tienda) para comprar nuevos productos o encomendar piezas específicas a pedido. El vínculo previo a esta comercialización es creado por dos caminos: teniendo un primer contacto por medio de las ferias, y otro es por medio del boca a boca y promoción de los clientes más fieles que posea la artesana, quienes recomiendan su trabajo a sus pares.



Actores y canales de comercialización de la artesanía.

1.6 Tipos de artesanía

Podemos distinguir dos tipos de prácticas artesanales: la artesanía tradicional y la indígena. La artesanía tradicional (CNCA, 2017) se define como una práctica transmitida generacionalmente dentro de un pueblo o comunidad, la cual está ligada a un territorio y forma parte de la memoria o patrimonio cultural de un pueblo, en un contexto histórico específico. Por otro lado, la artesanía indígena (CNCA, 2017) está directamente asociada a manifestaciones culturales de los pueblos originarios y es entendida como medio del patrimonio cultural inmaterial. Esta práctica es el testimonio tangible de una cultura originaria al tener objetos de origen ancestral y que son transmitidos generacionalmente en una cultura particular.

Dentro de la artesanía tradicional o indígena, podemos entonces catalogar al artesano como un **agente cultural**, no sólo por ser el creador de cada pieza, sino también por ser **portador de saberes** previos a su existencia y a través de sus productos, transmitir su identidad cultural. La importancia de estos saberes artesanales recae en que, el artesano porta además la historia de una comunidad y su desarrollo en un tiempo y espacio determinado, que se refleja en el proceso y producto artesanal. Además de

estas definiciones, se adjuntan nuevas categorías para diferenciar al artesano, en las cuales la artesanía rural (Fernández de Paz, 2015) cobra protagonismo al ser considerada una práctica realizada dentro de la vida campesina, en la cual se logra de mejor manera el sincretismo cultural entre lo hispano e indígena. Entendemos a partir de estas variedades y formas de artesanía que todas tienen una bajada productiva, donde el artesano es tanto el artista como el diseñador, creando piezas únicas que son situadas en un territorio y contexto cultural específico. Aún así hay parte de la artesanía creada, la cual no es hecha bajo esta premisa y tiene la función de ser elaborada para venta más masiva con fines turísticos, donde el objetivo principal es atraer al turista con piezas pensadas de manera intencional para él, reproduciendo estereotipos más amplios, que no reflejan necesariamente a la población. Esta **artesanía del recuerdo** (Fernández de Paz, 2015) es una práctica que podemos ver reflejada en diversos puntos turísticos de nuestro país, y en algunos casos vemos representaciones físicas más arraigadas a la cultura que otros.

La idea de producir artesanía bajo estándares más seriados, en una comunidad y

ecosistemas propicios para su creación, crea el fenómeno de comunidades artesanales (Salgado, 2020), donde se genera una interacción colectiva por una comunidad en la creación de objetos bajo una determinada tradición, pero que, debido al tiempo, avances tecnológicos y escasez de materias primas, ha cambiado en pos de subsistir. Aún así podemos ver ciertos procesos de trabajo que son útiles para los artesanos dentro de estas comunidades, donde se abre un mayor espacio para innovar, al tener la posibilidad de una respuesta más rápida del mercado, debido a que posee mayores espacios e instancias de comercialización y conexión con el cliente.

Manteniendo la idea de los procesos de creación artesanal, es importante destacar la diferencia de la manualidad al oficio artesanal, donde la manualidad (FONART, 2014) es considerado como un oficio semi-industrializado que utiliza materias primas procesadas o prefabricadas. La identidad cultural no es algo presente en esta práctica, dado que se guía más por modas y estandariza de manera más marcada su producción, en pos de vender a un cliente cuyos gustos rotan de manera constante.

1.7 Artesanía de la Agrupación de artesanas en lana de Casa Küc

A partir de los diversos encuentros con las artesanas en lana de la agrupación, se pudo entender y conocer como es el oficio que las textileras llevan a cabo cada día. Pensando primero en las técnicas y soportes que utilizan en la creación de una pieza, se puede apreciar que oscilan entre lo artesanal y la manualidad. Esto se debe a que muchos de los soportes de trabajo no son característicos de la artesanía chilena típica o patrimonial, dado que muchos instrumentos de trabajo han sido insertados y asimilados por las comunidades indígenas en un histórico y constante **intercambio cultural**. Por medio de las entrevistas se descubrió que, aunque muchas viven en sectores rurales de la cuenca del Lago Ranco, donde hay presencia de comunidades mapuches huilliches (Oficina de turismo de Futrono, 2019), pocas mujeres utilizan soportes de creación indígenas como el telar mapuche, ya que poseen poco manejo de éste al no haber sido enseñado en profundidad. Por otro lado, se aprecia un alto manejo en soportes de creación asociados a la manualidad (crochet, telar de clavos, palillo, etc) por su bajo bagaje o historia cultural, donde muchas de estas técnicas no fueron aprendidas por medio de patrimonio cultural inmaterial, más bien

por medio de cursos o capacitaciones en centros de madres de sus comunas. Aún así, por más que muchos de los soportes no se puedan determinar como parte de lo patrimonial o cultural, las textileras de la agrupación manejan con gran maestría y oficio su trabajo con estos. Este manejo de la técnica se observa en la alta calidad y oficio que poseen los productos entregados en la tienda. Por lo tanto, podemos entender en relación a la técnica y soporte artesanal practicado por la agrupación, que independiente de que los instrumentos sean comunes y asociados al mundo de la manualidad, se ve un gran manejo e innovación por parte de las artesanas en cada producto.

Además del soporte de creación, una parte importante en la vida de las artesanas es su relación con la materia prima, donde vemos que la agrupación destaca en el ambiente productivo que se desenvuelve y logra encasillar sus procesos dentro de la categoría artesanal al entender su manejo y trabajo con la **lana de oveja**. Dentro de las entrevistas personales con las artesanas, no solo se descubrió que gran parte tiene una historia asociada a la vida campesina, sino que también

muchas presentan un gran conocimiento al momento de tratar la lana de oveja. Esto queda en evidencia al descubrir que parte de las textileras no sólo conoce, sino que ha sido parte del proceso de tratamiento de la lana desde la esquila hasta el hilado de la materia prima. Aunque no muchas de las mujeres viven en sectores o lugares propicios para la crianza y posterior uso de la oveja y su lana, muchas han sido parte de este proceso en algún momento de sus vidas, por lo que vemos un gran respeto al momento de usar este material.

Algo que también todas practican en distintas medidas es el posterior teñido de la lana con pigmentos o soluciones naturales. Dentro de la agrupación vemos distintos niveles de maestría en relación a la técnica, al igual que distintas creencias en torno a esta práctica. El teñido natural es para ellas algo aprendido por el boca a boca, transmisión familiar o por experimentación en base a conocimientos básicos. Gracias a los diversos insumos obtenidos por el ecosistema del Lago Ranco, las artesanas logran una variedad de colores en sus lanas que entran dentro de los colores verdes, tierra y algunos amarillos o rosados pálidos.

Un hallazgo interesante que surgió en las conversaciones es la manera de transmisión y aplicación de los saberes, donde todas lo hacían por memoria o improvisación, sin ninguna ayuda escrita o visual. Además de este modo de aprendizaje, se vio que las artesanas más hábiles con el teñido compartían ciertos conocimientos ancestrales en relación al teñido. Esto se debe a que comentaban que los colores que adquiría la lana variaban con relación al **momento del mes o la etapa lunar**, por lo que muchas sabían que el mejor momento para teñir la mayor parte de sus lanas era en la **luna menguante**, dado que así el color salía de la manera que tenía que ser a partir del tinte natural. Creencias o prácticas como esta demuestran que parte del saber hacer en la zona es transmitido de generación en generación por medio del patrimonio cultural inmaterial de la sociedad.

A partir de la reflexión anterior, y en el marco de este proyecto, no podemos encasillar el trabajo hecho por las artesanas de casa Küc como algo derechamente artesano o manual, más bien es un híbrido de ambas prácticas. Esto se debe a que, por un lado, el proceso es artesanal en muchas de sus etapas por su relación y el tratamiento del material, dado que trabajan con lana

y tintes naturales que adquieren de su ecosistema. Aún así en el momento de la creación y producción de la pieza, tienen prácticas que oscilan entre lo manual y artesanal, al trabajar con medios como el crochet, telar de clavos, telar minerva, entre otros. Por lo que la importancia de entender esta **dualidad** en el trabajo de las mujeres yace en comprender la fusión que se crea al actualizar las prácticas artesanales dentro de un contexto local determinado no sólo por el entorno, sino que también por los desarrollos tecnológicos que este ofrece.

PRÁCTICA ARTESANAL ARTESANAS CASA KÜC

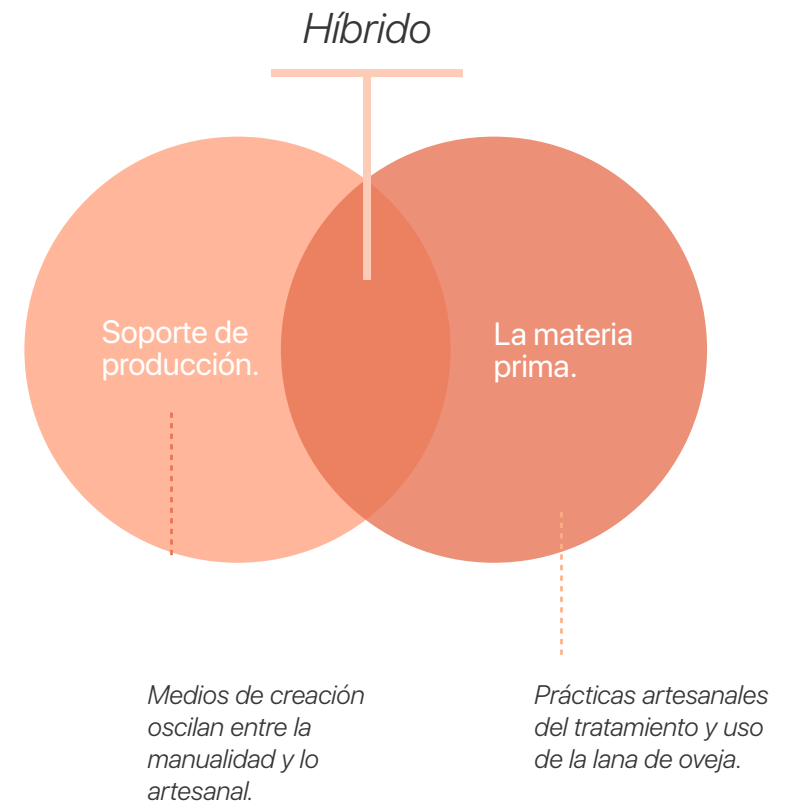


Gráfico de la práctica artesanal de Casa Küc. Elaboración personal. (2021)



Nieves Calcumil. Registro personal. (2020)

1.8 ¿Qué es la intervención social?

Al referirnos al significado de intervención social hablamos de acciones hechas de manera consciente, organizada y esquematizada, las cuales se llevan a cabo sobre una realidad social determinada con el fin de analizarla, estudiarla y cambiarla de modo que **genere cambios positivos** sobre esta (Menéndez, 2016). Gracias a la intervención social se provocan cambios en donde se mejoran situaciones de distintos grupos sociales, esto se puede lograr por medio de actividades o tareas programadas basadas en una metodología de trabajo determinada.

Dentro de la intervención social encontramos distintas tipologías de esta, donde varían en niveles de planificación que a partir del acercamiento puede resultar en políticas, planes, programas o proyectos para una comunidad. Asimismo, la intervención social puede ser basada en modelos de intervención social donde el enfoque del modelo determina los métodos de trabajo y actores involucrados en pos de la solución de la problemática. De esta manera entendemos que dentro de la intervención social se llevan a cabo modelos, donde estos son las estrategias de intervención ya aplicadas y validadas, que a partir de un riguroso estudio inicial pueden ser replicados los modelos sobre otro

usuario en el futuro. (Menéndez, 2016) La intervención social se puede llevar a cabo en diversas escalas o niveles que dependen del tipo de usuario y sus necesidades específicas. Debido a esto tenemos intervenciones hechas a escalas individuales, grupales o comunitarias, donde las intervenciones en el plano grupal son dirigidas a un grupo o colectivo con características especiales que los unen. Por otro lado, cuando pensamos intervenciones a niveles más comunitarios, nos encontramos con modelos que esperan mejorar la vida de una comunidad que aloja a más participantes **fomentando así el desarrollo de grupos activos** que participen en el desarrollo del entorno (Menéndez, 2016) Esto quiere decir que, al momento de generar intervenciones en comunidades de gran escala, se espera el trabajo activo de sus participantes con el fin de generar soluciones por medio de la participación y creación de ideas de los propios usuarios.

La base de trabajo de la intervención social es una **base colaborativa** y sinérgica debido al trabajo en terreno con individuos o comunidades de diversas escalas. Es importante destacar a los actores que participan dentro de las intervenciones sociales, ya sean

colectivos o comunidades destinatarias, son seleccionadas a partir de un estudio o detección del problema para trabajar en conjunto con los agentes. El agente de cambio es considerado dentro de la intervención social como todo ser o profesional que es parte de la acción social en pos de diseñar y generar un cambio positivo sobre la comunidad, el factor común que identifica a los agentes dentro de la intervención es la capacidad de desarrollo comunitario dentro de un grupo.

La intervención social parte de una situación que se quiere cambiar hacia una situación que se establece como deseada.



1.9 La innovación social

Teniendo en cuenta que el mundo de hoy en día está en constante cambio y rediseño de sus estructuras comúnmente concebidas, vemos un auge en la forma de responder ante diversas necesidades de las comunidades en pos de aprovechar los recursos que ofrece el contexto para generar cambios significativos y permeables. A partir de esto nace la innovación social como respuesta de manera **participativa** y democrática ante un problema social, donde en los usuarios de un proyecto por medio de la participación mediada son capaces de generar soluciones de manera colaborativa para mejorar su entorno social. (Manzini, 2019)

Según Ezio Manzini (2015), podemos definir la innovación social como ideas que son capaces de satisfacer necesidades sociales y crean **nuevas formas de relacionarse** y colaboración. Estas soluciones pueden resultar en productos, servicios o modelos, los cuales tienen el principal objetivo de mejorar ciertas falencias de la sociedad por medio de soluciones pensadas por y para el usuario. Junto con lo anterior se puede entender que la innovación social posee una dualidad en relación a su manera de ser y funcionar (Mulgan, 2019). Esto se debe a que por un lado la innovación

social es capaz de crear ideas que esperan cubrir necesidades socialmente reconocidas y, por otro lado, crea nuevas **colaboraciones sociales** que permiten mejorar la capacidad de actuar en la sociedad.

Para que el proceso de innovación social se lleve a cabo, es importante la presencia de intermediarios que puedan aplicar metodologías de trabajo que potencien la respuesta de la ciudadanía para crear nuevas ideas. Los intermediarios en el área de innovación social son individuos, redes o espacios que conectan a personas, ideas y recursos. Este actor dentro del proceso puede tomar variadas formas de existir y participar, conectando personas y empresarios, proveyendo espacios seguros de creación, o también difundir formas de innovación al desarrollar redes colaborativas de contacto. (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010) Es importante destacar que, el rol del intermediario puede ir más allá de lo explicado anteriormente, dado que este juega un rol crítico en todas las etapas de crecimiento y difusión de un proyecto de innovación social. Por lo general, el intermediario se involucra en tareas que forman parte del proceso de innovación cómo diseñar, testear y evaluar los proyectos, esto con el fin de poder ayudar

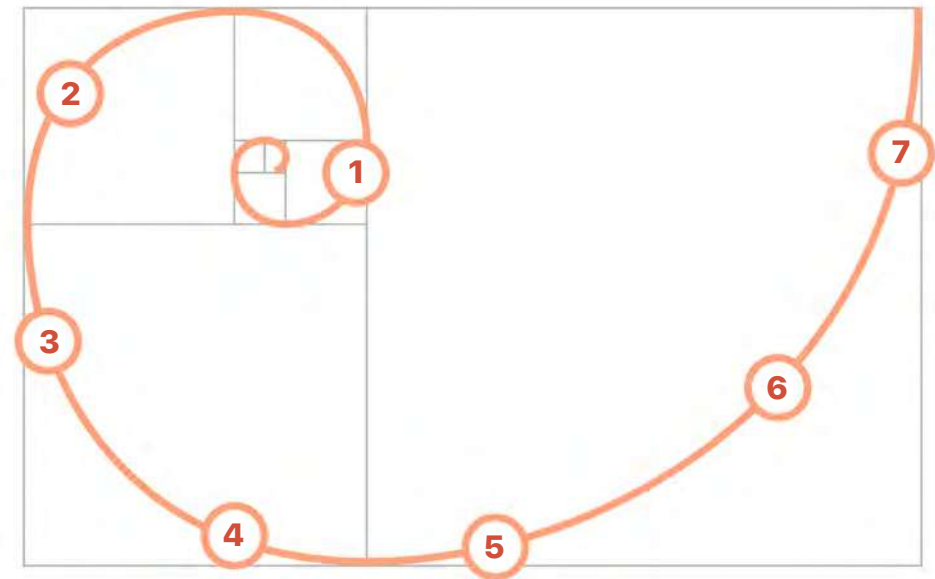


Oveja donde María. Registro personal. (2021)

a establecer nuevos mercados para nuevos bienes y proyectos que nacen por medio del proceso de innovación social (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010).

Al ver proyectos de innovación social como un proceso dinámico de generación de nuevas ideas, es importante tener en cuenta ciertas estructuras o modelos de trabajo que propician el desarrollo e innovación. En este ámbito encontramos el **"espiral de innovación"** (*The innovation spiral*), el cual corresponde a una serie de siete pasos que iniciando en el estudio de oportunidades y desafíos, puede llegar a resultar en cambios de sistemas que beneficien a una comunidad. Cabe destacar que el punto de partida para todos estos proyectos es desde una mirada empática hacia la sociedad de estudio, y más que analizar de manera estadísticas la data entregada, un mejor acercamiento hacia esta metodología de trabajo es por medio de la etnografía. (Mulgan, 2019)

EL ESPIRAL DE INNOVACIÓN SOCIAL



Elaboración personal, adaptación de Mulgan, G. (2019). *Social Innovation : How Societies Find the Power to Change*.

1. Oportunidades y desafíos
2. Generar ideas.
3. Desarrollo y testeo.
4. Hacer el caso o proyecto.
5. Entrega e implementación.
6. Crecimiento y escala.
7. Cambiar sistemas.



CAPÍTULO 2

Caso de estudio

Casa Küc

Origen — Estructura administrativa — Productos de la tienda — Agrupación de artesanas en lana —
Dinámicas de la agrupación — Arquetipo artesana



NC CP #25.000


Casa Kúic
handmade

Hecho con 
en el sur de Chile
NC CP #35.000

Conejos contrapuerta en Casa Kúic, Fundo los Chilcos. Registro personal. (2020)

2.1 El origen de Casa Küc

En diciembre de 2013, la Fundación Santa Ana Emprende comenzó a trabajar con EcoSalmón para desarrollar un proyecto que impulse el desarrollo de los emprendimientos liderados por mujeres que vivían en distintas comunas cercanas al fundo Los Chilcos en la comuna de la Unión (Región de los Ríos). La idea era no sólo apoyar cada emprendimiento, sino que también crear una vitrina para la venta de sus productos. En el desarrollo de este proyecto, se levantó una red de artesanas en sectores rurales que desarrollan distintos oficios dentro del área textil, gastronómica y cestería, donde ellas fueron el impulso inicial de este proyecto (Fundación Santa Ana Emprende, 2016).

A partir de este proyecto en febrero del 2015 abrió sus puertas la tienda Casa Küc, como una alianza colaborativa entre el centro de crianza de salmones EcoSalmón, la fundación Santa Ana Emprende y un grupo de artesanas de las localidades cercanas al fundo Los Chilcos. (Fundación Santa Ana Emprende, 2016). La tienda fue creada como un **emprendimiento sustentable**, comprometido con el medio ambiente y la comunidad. La intención de este lugar fue rescatar la historia y tradiciones de la zona con el fin de fomentar el ecoturismo

y activar las economías vecinas al Fundo en la cuenca del Lago Ranco. (Fundación Santa Ana Emprende, 2016)

Casa Küc es una tienda que busca rescatar y promover las **tradiciones artesanales del sur de Chile** que se han traspasado por generaciones gracias al patrimonio cultural inmaterial de la zona. La tienda está compuesta por mujeres que se unen con el fin de potenciar sus distintos talentos en el área textil, gastronómico y cestería, trabajando con productos y procesos 100% naturales que se encuentran en las zonas cercanas a ellas dentro de la cuenca del Lago Ranco y sus comunas aledañas.

Actualmente la agrupación está compuesta por trece mujeres que desarrollan oficios artesanales en los rubros textil o cestería, además de la repostería llevado a cabo por una integrante de la agrupación. Con el fin de enfocar el proyecto, se decidió trabajar con las artesanas en lana, dado que se espera crear una solución que pueda ser aporte para la mayoría de las participantes de la agrupación además de rescatar y visibilizar el trabajo hecho con lana natural en la zona del Lago Ranco.



Tienda Casas Küc en Fundo Los Chilcos. Cortesía de administración de Casa Küc. (2016)

2.2 Estructura administrativa y funcionamiento

CASA KÜC COMO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La iniciativa de la tienda está compuesta por tres partes, por un lado EcoSalmón cumple el rol de sostenedor del proyecto por medio del Fundo los Chilcos. Por otro lado está el equipo administrativo y creativo de la tienda, quienes se encargan de recibir y posteriormente comercializar los productos de las emprendedoras. Por último, está el área productiva y razón de ser de la tienda que corresponde a la Agrupación de artesanas de Casa Küc, la cual está compuesta por 13 mujeres que se desenvuelven en el rubro textil y de cestería en ñocha. Al ser una agrupación, se aprecia que existen estructuras sociales de organización, como presidenta, secretaria y tesorera quienes son elegidas dentro del grupo democráticamente.

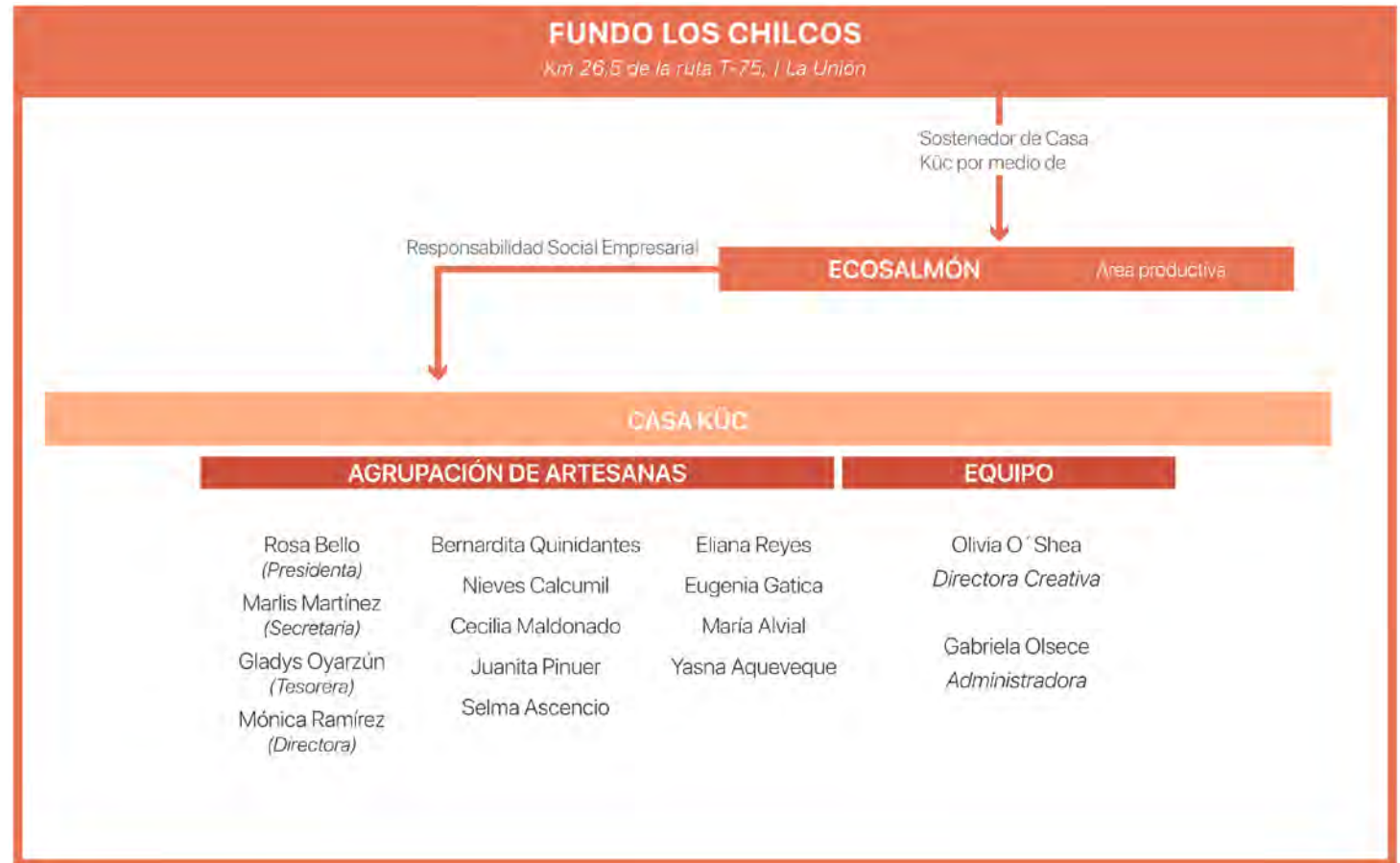


Gráfico estructura de Casa Küc., cortesía de administración de Casa Küc. Elaboración personal. (2021)



Artesanas de Casas Küc. Cortesía de administración de Casa Küc. (2016)

FUNCIONAMIENTO Y LOGÍSTICA DE TRABAJO:

En relación al funcionamiento entre la administración y la agrupación, se aprecia que las tareas y relaciones se distribuyen de la siguiente manera. Por un lado, el área creativa es llevada a cabo por Olivia O´shea, quien cumple el rol de dirigir y supervisar los productos que se entregan y comercializan en la tienda, donde se ha realizado un extenso trabajo curatorial de productos que cumplan las características artesanales en su factura y diseño.

Junto con la labor de asesoría en diseño a los productos de las artesanas, Olivia tiene roles administrativos de vender por los canales virtuales donde se encuentra Casa Küc, que también requiere el trato con los clientes o pedidos especiales que se puedan realizar.

De la administración de la tienda se encarga Gabriela Olcese, quien es el apoyo logístico en las ventas hechas por Casa Küc, ella es la encargada de recoger los artículos en la casa de cada artesana y posteriormente enviar los pedidos hechos por Web a distintas partes. Junto con esto es encargada de la mantención y administración de la tienda física en el fundo Los Chilcos, donde en temporada estival administra la cafetería de la tienda.

Por parte de las artesanas, ellas entregan productos a la tienda a partir de dos formas, una basada en el stock para que se mantenga una cantidad constante de productos disponibles para la venta online y física, la otra forma es en trabajo a pedido hecho por clientes, por donde reciben el encargo desde Olivia y luego entregan a Gabriela para el envío.

OBLIGACIONES EQUIPO CASA KÜC



Olivia O´Shea
Dirección creativa
En Santiago

- Creadora de proyecto Casa Küc.
- Filtro y recepción de productos entregados por artesanas.
- Administración de canales virtuales.
- Relación con clientes, ventas, comercialización en regiones.
- Compra de insumos a artesanas.
- Contabilidad.



Gabriela Olcese
Administración
En La Unión

- Área de logística del equipo, encargada de recolección y envío de pedidos.
- Mediadora emocional entre artesanas y dirección creativa.
- Administración de tienda física.
- Relaciones públicas de la tienda en zonas cercanas a Los Chilcos.

GRÁFICO DE FUNCIONAMIENTO INTERNO ENTRE ACTORES DE CASA KÜC.

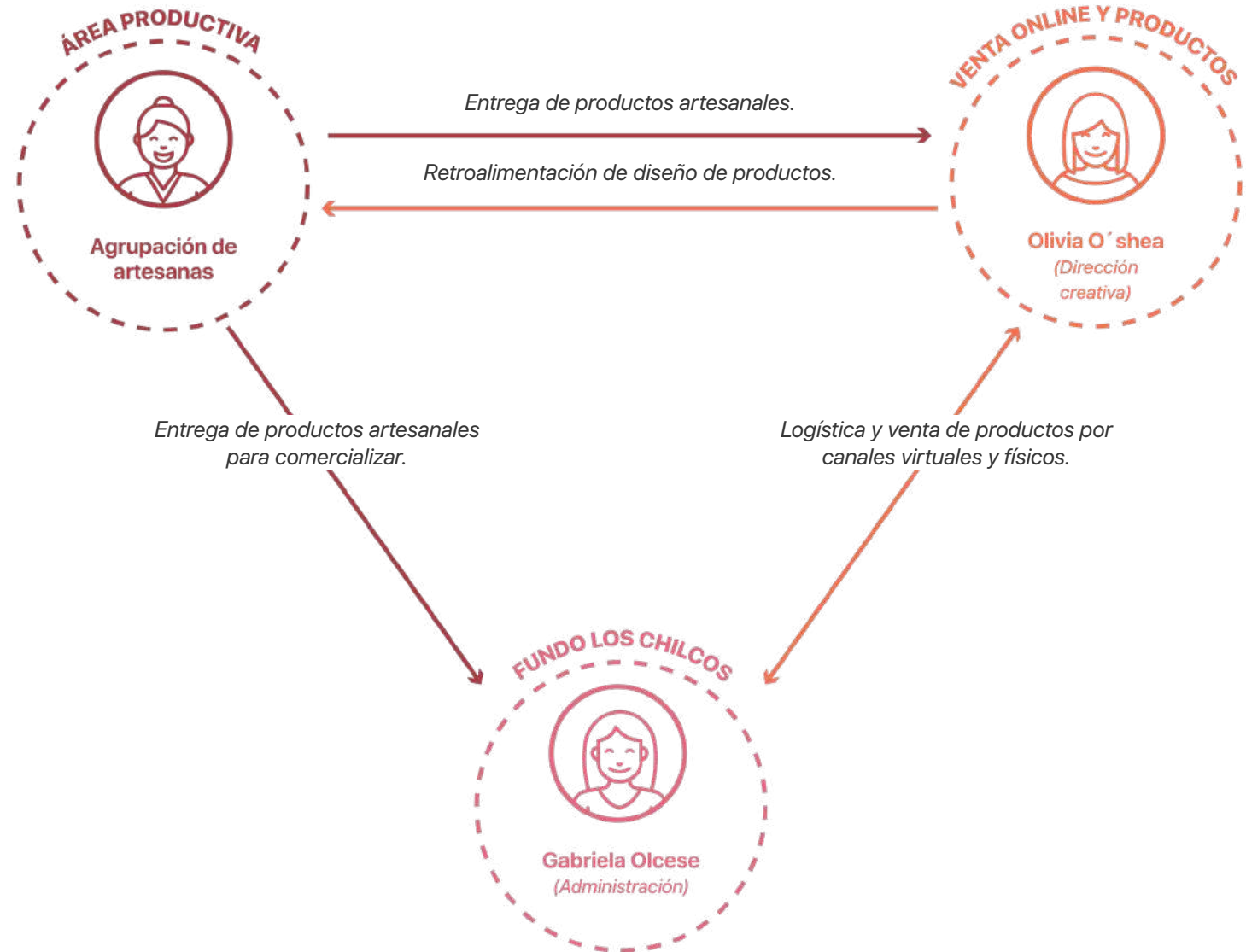


Gráfico de funcionamiento interno de Casa Küc. Elaboración personal. (2021)

“Somos una familia, somos pocas,
pero siempre estamos preocupadas
unas de otras.”

— Juanita Pinuer

2.3 Productos de la Tienda y canales de comercialización

En el marco del proyecto, se llevó a cabo una caracterización de los productos comercializados por Casa Kúc, concluyendo que el enfoque principal de la tienda son **artículos para el hogar**, donde estos productos se dividen en tres categorías: decoración y organización del hogar, infantil y comedor.

La categoría más presente en la tienda es decoración y organización del hogar, donde vemos productos como cojines, pieceras, alfombras, mantas, canastos, guirnaldas, colgantes, mesas o escaleras. Los productos que presentan mayor diversidad constructiva y son entregados por distintas artesanas son los cojines y pieceras, donde vemos variadas técnicas textiles y diseños que se ofrecen al comprador. La mayoría de estos productos son hechos con lana de oveja o hilo de algodón en distintos grosores de hilado y teñidos con pigmentos naturales. Las técnicas utilizadas para la creación de estos productos varían dependiendo de la artesana que lo confecciona, por lo que se puede apreciar productos hechos con telar de clavos, telar de peines, bordado en algodón, crochet en algodón y tejido a palillos.



En relación con la oferta de productos decorativos con una funcionalidad determinada encontramos canastos hechos en ñocha, contrapuerta de fauna de la zona, sillas o mesas que mezclan materiales como la madera y lana. Además de esto se ofrecen productos decorativos para el hogar como colgantes tejidos en lana, guirnaldas de algodón hechas a crochet o productos de carpintería como escaleras o pisos.

Otra categoría son los artículos con motivos o funcionalidades infantiles, donde encontramos productos como peluches y móviles inspirados en fauna de la zona. Todos los productos son hechos con lana de oveja y teñidos en mayor parte con tintes naturales propios de los alrededores de las artesanas, el relleno de los peluches es de materiales sintéticos y las técnicas utilizadas para su confección son tejido, crochet o fieltro.

Otra área de ventas de casa Kúc se enfoca en productos para el comedor, aunque esta categoría es pequeña, posee un gran desarrollo en lo que refiere a la cestería en ñocha. Los productos que se ofrecen para el comedor son bandejas e individuales a base de ñocha. Este rubro no ha sido aún incursionado por las textileras por lo que se aprecian productos exclusivos de cestería.

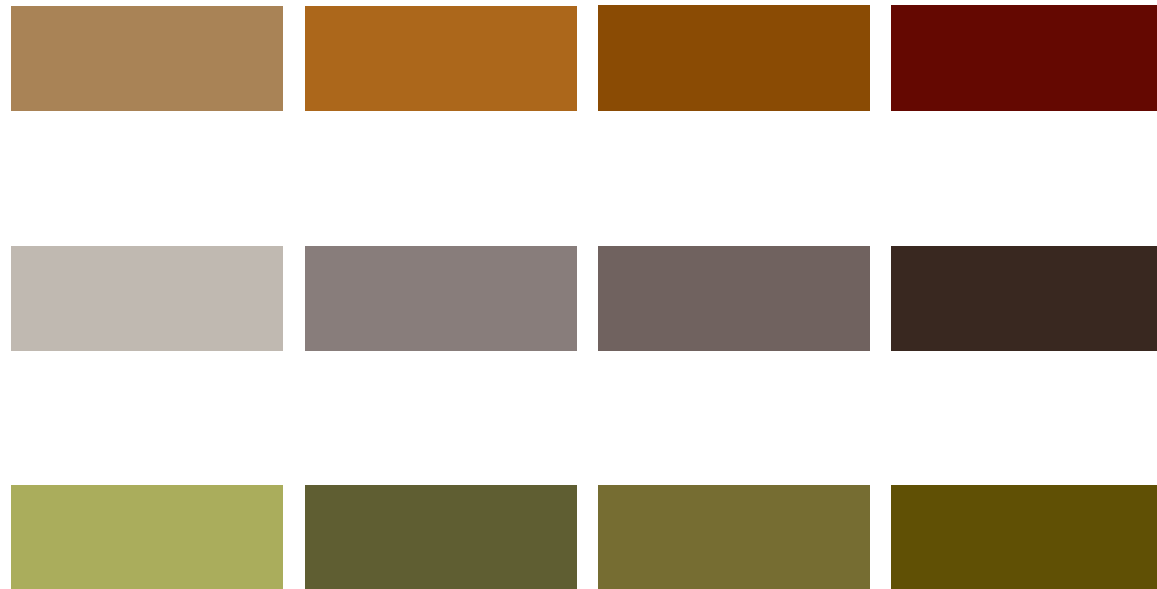


Productos ofertados en la Web de Casa Kúc. Recuperado de <https://www.casakuc.cl/tienda/>. 10 de Julio 2021.

En lo que respecta a la paleta cromática de los productos presentes en la tienda, existe una predominancia de los **teñidos a partir de pigmentos naturales**. Esto se debe a una concesión entre las artesanas y la administración de la tienda de usar materias primas y pigmentos naturales con el fin de potenciar la sustentabilidad y evitar el uso de químicos no amigables con el medioambiente. Debido a esto, y teniendo en cuenta el entorno natural que ofrece la cuenca del Lago Ranco, la paleta de colores fluctúa en su mayoría en los colores café, verdes y grises.

Además, es importante destacar que la mayor parte de las artesanas maneja el teñido natural en distintas medidas y lo lleva a cabo bajo distintas creencias. Hay una importante influencia del patrimonio cultural inmaterial en relación con el teñido natural, donde gran parte de las textileras han aprendido el oficio por medio de la enseñanza hablada entre familiares o con las artesanas que tienen mayor manejo de la técnica. Muchas han adquirido la maestría del teñido por medio de ensayo y experimentación con diversos insumos que les ofrecen sus ecosistemas.

PALETA DE COLORES



En relación a los canales de comercialización que posee Casa Küc, tenemos medios físicos y digitales que promueven la venta de los productos de las artesanas. Sus medios de comercialización físicos además de la tienda en el Fundo los Chilcos son tiendas enfocadas en la venta de productos hechos a mano o de procedencia local, donde se compite con productos similares de otros artesanos del país.

Un canal de venta que se ha visto afectado en tiempos de pandemia, pero que aún así ayuda en la venta de los productos de Casa Küc son las ferias, ya sea en la capital del país o en sectores cercanos a los Chilcos que se desarrollan en temporada estival. Una ventaja competitiva que se aprecia en relación a los productos de la tienda al compararlos con otros productos procedentes de la creación artesanal es la línea estética que siguen y generan una marca de productos bastante homogénea. Esto resalta no sólo al ver un producto logrado productivamente, sino que también al ver en general una línea creativa determinada que apunta a un segmento de mercado específico.

Junto con la venta física, Casa Küc está presente en medios online para la venta de sus productos, donde logra vender en su página web www.casakuc.cl además de sitios como www.creadoenchile.cl Otro medio donde se ha potenciado la venta online es en redes sociales como Instagram, donde la tienda expone periódicamente sus productos para vender y además obtener mayor alcance de público objetivo debido a las bondades que ofrece la plataforma para emprendedores como esta tienda.



Lámpara de ñocha en Tienda Casa Küc, Fundo los Chilcos. Registro personal. (2020)

2.4 La agrupación de artesanas en lana

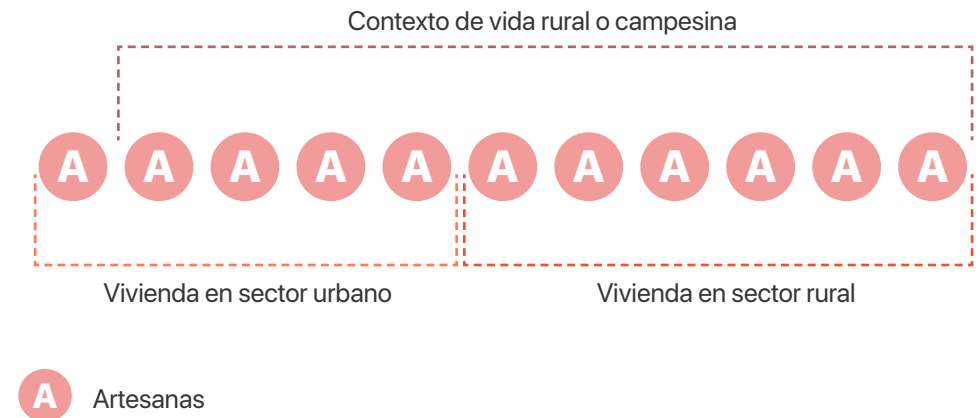
En base a la información entregada anteriormente, parte importante del desarrollo de este proyecto consta en la agrupación de artesanas, quienes como hemos expuesto son 13 mujeres que se desenvuelven en distintos ámbitos artesanales relacionados a la zona del Lago Ranco. Para el desarrollo del proyecto se planificó trabajar con las **textileras** de la agrupación, puesto eran la mayor parte de las participantes que podían verse beneficiadas por medio de un **trabajo colaborativo**. Otra razón de trabajo con este segmento del grupo es la posibilidad entregada por la variedad de productos que creaban para la tienda, donde se podía aprovechar de manera productiva sus habilidades en el futuro caso de presentarse instancias para innovar productivamente.

Teniendo en cuenta que el proyecto es llevado a cabo en los alrededores del fundo los Chilcos, una de las primeras observaciones que surge del proceso es la distribución geográfica de las integrantes de la agrupación. Esto se debe a que, a diferencia de otras agrupaciones artesanales, se percibe una descentralización de los alrededores del fundo, ya que las participantes se distribuyen en distintas zonas a lo largo de cuatro Provincia del Ranco. Por medio de esto

no solo es posible apreciar diversas realidades y entornos que son parte de cada mujer, sino que también vemos diversos modos de vida que surgen a partir de su ubicación. Dentro de la agrupación, 5 de las 11 mujeres habitan en sectores urbanos de sus comunas, mientras el resto habita en zonas rurales que se ven rodeadas por distintos paisajes naturales en el día a día. No obstante, es importante tener en cuenta que al referirnos a paisajes urbanos no pensamos en el imaginario de ciudades urbanizadas o industrializadas, más bien los sectores urbanos dentro de las comunas que se desarrolla el proyecto, donde hay presente una gran cantidad de naturaleza, creando otro imaginario de paisaje urbano al verse rodeado por constante verde o ríos que generan paisajes idílicos dentro de la ciudad.

Aún así, por más que parte de la agrupación se encuentre más lejana a parajes rurales, por medio de las entrevistas se pudo descubrir que 10 de 11 artesanas provienen de contextos relacionados con la vida rural o campesina. Esto se evidencia en su apego y entendimiento sobre lo que conlleva la práctica artesanal más allá de la confección de una pieza, gracias a su estrecho contacto con el entorno y materias primas propias de

su saber hacer, que denotan apego a la práctica artesanal como una práctica cultural desde temprana edad.



Por medio de diversos encuentros y entrevistas realizadas a lo largo de la etapa de Seminario y Título, se logró conocer de manera productiva y personal a cada una de las textileras de la agrupación para poder llevar a cabo el proceso de diseño.



Bernardita Quindantes. Registro personal. (2021)

Artesanas y su distribución

DISTRIBUCIÓN EN LA PROVINCIA DEL RANCO:

A partir de las entrevistas realizadas en la etapa de formulación del proyecto, se logró conocer el taller o casa de cada artesana y también sus habilidades e historia con la práctica manual. Esto no sólo constituyó el primer acercamiento, sino que propició generar vínculos para trabajos posteriores. A continuación se presenta la **caracterización y ubicación de cada textilera de la agrupación.**



A continuación se presentan las habilidades de cada artesana y su ubicación en la provincia del Ranco.

Nieves Calcumil 1	
Edad	60 años
Ubicación	Riñinahue (Lago Ranco)
Manejo del internet	Medio (posee RRSS)
Productos de Casa Küc	Conejos contrapuerta Pieceras de lana
Emprendimiento propio	Si
Productos	Indumentaria en lana, ponchos, alfombras, venta de lana de oveja teñida.

Eliana Reyes 2	
Edad	63 años
Ubicación	Huequecura (Futrono)
Manejo del internet	Medio bajo
Productos de Casa Küc	Pieceras de lana Contrapuerta de oveja Corazones
Emprendimiento propio	Si
Productos	Indumentaria en lana, cojines, alfombras, pieceras, peces tejidos.

Eugenia Gatica 3	
Edad	46 años
Ubicación	Huequecura (Futrono)
Manejo del internet	Alto
Productos de Casa Küc	Pieceras en lana Cojines
Emprendimiento propio	Si
Productos	Pieceras, Cojines, Indumentaria en lana, Embarrilados, murales de lana.

Mónica Ramírez 4	
Edad	60 años
Ubicación	Puerto Nuevo (La Unión)
Manejo del internet	Medio alto
Productos de Casa Küc	Móviles Bancos con vellones
Emprendimiento propio	Si
Productos	Cojines, pieceras, sillas, muñecas, móviles, murales, colgantes.

5 María Alvial	
Edad	60 años
Ubicación	Los Leones (La Unión)
Manejo del internet	Medio bajo
Productos de Casa Küc	Conejos Cojines Colgantes de madera
Emprendimiento propio	Si
Productos	Murales, móviles, piec- eras, cojines, colgantes de madera.

6 Rosa Bello	
Edad	60 años
Ubicación	Nalcahue (Lago Ranco)
Manejo del internet	Medio alto
Productos de Casa Küc	Cojines XL Pieceras
Emprendimiento propio	Si
Productos	Productos gastronó- micos, mermeladas y pastas Kutral Nalcahue, huerto orgánico.

7 Bernardita Quindantes	
Edad	82 años
Ubicación	Río Bueno urbano
Manejo del internet	No aplica
Productos de Casa Küc	Móviles en fieltro Casa pajarito en ñocha
Emprendimiento propio	No

8 Cecilia Maldonado	
Edad	57 años
Ubicación	Río Bueno urbano
Manejo del internet	Medio alto
Productos de Casa Küc	Zorros de peluche
Emprendimiento propio	No

9 Selma Asensio	
Edad	80 años
Ubicación	Río Bueno Urbano
Manejo del internet	Bajo
Productos de Casa Küc	Cojines
Emprendimiento propio	No

10 Marlis Martínez	
Edad	54 años
Ubicación	Río Bueno Urbano
Manejo del internet	Medio Alto
Productos de Casa Küc	Ovejas de peluche Pieceras
Emprendimiento propio	Si
Productos	Conejos de peluche, calcetines, Zapatillas de casa.

11 Juanita Pinuer	
Edad	60 años
Ubicación	La Unión urbano
Manejo del internet	Medio
Productos de Casa Küc	Pieceras y cojines de lana Pieceras y banderines de algodón
Emprendimiento propio	Si
Productos	Minimarket



Mapa de la cuenca del Lago Ranco y distribución de las artesanas. Elaboración personal (2021)

Técnicas Textiles:

TABLA DE HABILIDADES:

Además de comprender la tipología de productos que eran capaces de crear, se registró en una tabla las habilidades textiles de cada artesana manejaba, para así entender la capacidad productiva del grupo. Por medio de la información recopilada, se registra gran variedad y predominancia de técnicas textiles que son asociadas a procesos de manualidad más que artesanía tradicional. Aún así hay un manejo general en la técnica del teñido con pigmentos naturales, donde este se lleva a cabo con distintos niveles el manejo de la técnica.

	Telar María	Telar de clavos	Telar Mapuche	Palillo	Crochet	Fieltro	Batanado	Embarrilado	Bordado	Teñido
Nieves (60)	✓		✓	✓	✓	✓				✓
Cecilia (57)		✓		✓	✓				✓	✓
Selma (80)		✓		✓						✓
Bernardita (75)				✓		✓				✓
Mónica (61)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
María (60)		✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓
Eliana (63)	✓		✓	✓	✓				✓	✓
Rosa (60)		✓		✓	✓					✓
Marlis (54)		✓		✓	✓				✓	
Juanita (60)				✓	✓					✓
Eugenia (46)	✓			✓				✓		✓

Tabla de habilidades textiles. Elaboración propia. (2021)

MAPA DE DOMINIO EN TÉCNICAS TEXTILES:

Dentro de las artesanas, se pudo detectar gracias a las conversaciones y el registro de sus productos, distintos **liderazgos manuales** que se articulan en la agrupación, además a partir de esto se pudo **categorizar** a las artesanas en relación a sus productos y práctica artesanal. Uno de los criterios fue situar el trabajo de la artesana en la categoría de manualidad o artesanía, esto se definía a partir de las prácticas que lleva a cabo en la creación de un producto y el soporte en donde realizan el trabajo. Otra categoría que las diferenciaba era sus habilidades en relación con distintas técnicas textiles y el manejo de estas, donde se daba mayor categoría a quienes poseían un oficio y resultado de mejor calidad. Por lo general, muchas de las artesanas que poseen mejor oficio en sus productos son quienes viven de este oficio, poseen su propio taller y llevan años perfeccionando sus productos por medios de capacitaciones o aprendizaje colaborativo. Entendiendo que existen distintas capacidades manuales dentro de la agrupación, se pudo observar en las entrevistas que hay un afán de **aprendizaje colaborativo**, esto se refleja al ver que

las mujeres se enseñan constantemente entre quienes saben más y quienes aún están en camino de aprender o dominar algunas técnicas. Cómo ellas mismas lo relatan, **no hay competencia entre ellas**, como ocurría en otras agrupaciones, ellas les gusta enseñarse por un **sentimiento de colaboración** para que todas puedan mejorar

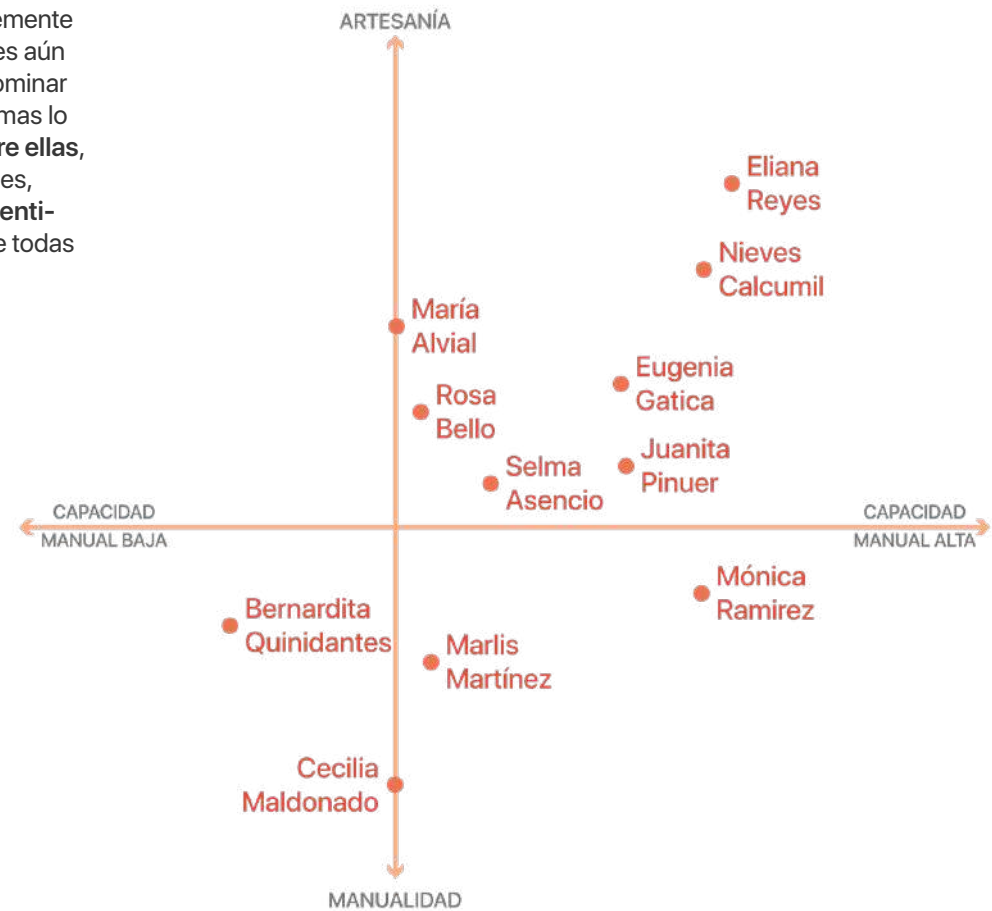


Gráfico de liderazgos textiles. Elaboración propia. (2021)

2.5 Dinámicas de la agrupación

Entendiendo que se trabaja con una agrupación mediana, es importante tener en cuenta diversas interacciones que son críticas para llevar a cabo el proyecto, de tal manera que no sólo yo conozca a las mujeres, sino que ellas me conozcan a mí para que tengan la confianza de trabajar colaborativamente en este proyecto.

INTERACCIONES CRÍTICAS:

Uno de los puntos más rescatables por medio de las entrevistas, es la sensación de **familiaridad** que existe entre las participantes de la agrupación. Por medio de las conversaciones se pudo descubrir que la mayoría de las mujeres sienten pertenencia a un **grupo unido**, el cual asemejan a una familia que es el producto de una relación que lleva muchos años construyéndose. Esto se refleja en comentarios como los de Mónica Ramírez, quien decía que *"Es un grupo muy bonito, que va ser difícil de separarse, muy difícil... Nosotras nos sentimos como en familia, si una se enferma parece que todas estamos mal... Somos muy unidas..."* (Mónica Ramírez, entrevista personal, 23 de noviembre 2020).

Con comentarios de esta índole, es pertinente entender que el trabajo va más allá de ser dentro de una agrupación lejana, más bien, el proyecto considera a las

artesanas como un conjunto y un todo en donde no deben existir diferenciaciones que puedan poner en riesgo los lazos que han creado a lo largo de los años. Unido a este sentimiento de familiaridad, se percibe una alta capacidad de **empatía** por parte de las mujeres hacia sus compañeras, tal sentimiento lo podemos reflexionar en torno a la frase dicha por Nieves Calcumil, *"Si duele una, dolemos todas"* (Nieves Calcumil, entrevista personal, 14 de noviembre 2020). Esto refleja la empatía y preocupación que hace a este grupo humano tan singular. Hemos dicho que no hay competencia entre las integrantes, pero otro aspecto importante es la preocupación y el apego que se tienen unas con otras. Este fenómeno ayuda dentro del marco del proyecto, dado que, el grupo no piensa de manera individual, mas bien como un **colectivo**. Gracias a la unión que tienen, y el principio de enseñanza mutua que es parte de la forma de trabajo del grupo, es posible tener instancias para innovar y crear un nuevo conocimiento, dado que las mujeres se motivan e impulsan mutuamente para avanzar en pos del resultado final. No obstante, una limitante recurrente dentro de las relaciones actuales del grupo es la comunicación. Algunas de las mujeres creen que el contexto actual ha debilitado un poco la

relación del grupo. Este problema revela su raíz por medio de las entrevistas, donde más de la mitad de las artesanas declara tener **poco manejo de las redes sociales** o el celular. Junto con esto, muchas no consideran necesario el uso del teléfono, debido a sus estilos de vida más asociados a la ruralidad o vida de familia, donde dedican pocas horas al día para este aparato.

Este problema de desapego al celular lleva a una desventaja en co-crear de manera remota, por lo que es necesario por parte del diseñador crear instrumentos para facilitar esta interacción, donde las artesanas puedan llegar a resultados de la mejor manera posible. Además de facilitar las instancias de entrega de avances, es necesario considerar otros puntos relacionados a la comunicación y la manera de vivir de estas mujeres.

En base a conversaciones con Gabriela Olcese, administradora de la tienda, la comunicación remota por medio de plataformas virtuales como zoom o meet no se adapta bien al grupo debido a 3 razones importantes. La primera corresponde a la baja calidad de la señal en lugares rurales, donde vemos problemas de señal en los hogares de 5 de las 11 artesanas. Otro punto corresponde a los

estilos de vida, donde es difícil tomarse el tiempo dentro de la vida diaria para reunirse, dado que muchas mujeres son jefas de hogar y deben llevar a cabo tareas del hogar dentro del día, quedando sin tiempo para participar de las reuniones. Por último y reforzando lo anterior, la poca familiaridad de las mujeres con las nuevas plataformas de comunicación representa instancias de estrés al no entender cómo funciona, más que verlo como un instrumento que facilita la vida

“ Nunca me han dejado
sola, siempre están ahí ”

— María Alvia

2.6 La Artesana de Casa Küc

Por medio de las diversas entrevistas llevadas a cabo en este proyecto, se pudo determinar un **arquetipo** que caracteriza e identifica a las artesanas de la agrupación, además de ser un usuario del sexo femenino, este individuo destaca por:

Son artesanas, jefas de hogar, madres y emprendedoras

Son personas creativas producto del oficio que realizan y el entorno en que viven las inspira

No son nativas digitales y prefieren interacciones telefónicas o presenciales. Prefieren lo análogo.

Tienen un alto sentido de pertenencia a lo rural y el sur, valoran cada pieza de su trabajo y lo hacen con amor

Son personas que buscan seguir aprendiendo y perfeccionándose

Son seres altamente sociales y capaces de formar relaciones de confianza y afecto con facilidad

Son personas dedicadas, meticulosas y perfeccionistas

Poseen una escolaridad de enseñanza básica superior completa

Se sitúa en un nivel socio-económico medio a bajo



CAPÍTULO 3

Propuesta de diseño

Problema y necesidades — Oportunidad de diseño — Formulación del proyecto — Contexto —
Antecedentes — Referentes



3.1 Problemática artesanal

A partir del estudio preliminar realizado en las entrevistas junto a las artesanas de la agrupación, se detectaron por medio de las conversaciones, diversas necesidades en relación con su trabajo y la Tienda Casa Küc.

En las conversaciones, se pudo detectar que tenían un espíritu por **innovar** o aprender algo nuevo del oficio. Esto ocurre debido a que –comentan– luego de este largo tiempo trabajando junto a Casa Küc, sienten necesidad de adquirir nuevos conocimientos para su oficio en pos de innovar en los productos que crean día a día.

Otra problemática que se detectó a partir de un registro del catálogo de productos de la tienda, es la **falta de un relato** que refleje la **identidad local** que rodea a la tienda y sus creadoras. La falta de información entregada al cliente acerca de los oficios tradicionales y el saber hacer de las mujeres, hace que los productos carezcan de identidad asociada al territorio y como resultado, afecta a los productos al no diferenciarse de otros similares en forma dentro del sector. Es decir, el valor del producto solo recae en su capacidad estética y no tiene apoyo de un relato articulado que refleje la importancia del trabajo, identidad local y valores de la agrupación.

Junto con lo anterior, teniendo en cuenta que la agrupación ha pasado ya casi más de un año sin reunirse, es necesario entender que este hecho acarrea distintos problemas emocionales en un grupo que entendemos se considera “una familia”. Este distanciamiento físico significa no solo estar alejadas sin posibilidad de reunirse, sino que también deteriora relaciones al no tener un medio que facilite la comunicación entre ellas, dado que el uso de redes sociales para hablar diariamente no es algo a lo que están acostumbradas a hacer debido a sus modos de vida.

Tomando en cuenta la reflexión anterior, es importante también considerar la situación sanitaria que ha afectado al sur de Chile en el último tiempo, donde se han realizado cuarentenas extensas que no solo afectan el día a día de estas mujeres, sino que también dificultan el acceso a distintos materiales para crear. Dentro de las cuatro comunas que habitan las mujeres, tenemos situaciones de encierro de mínimo un mes en temporada de verano, lo que afecta económicamente al estar en una zona altamente turística en los meses de enero y febrero.

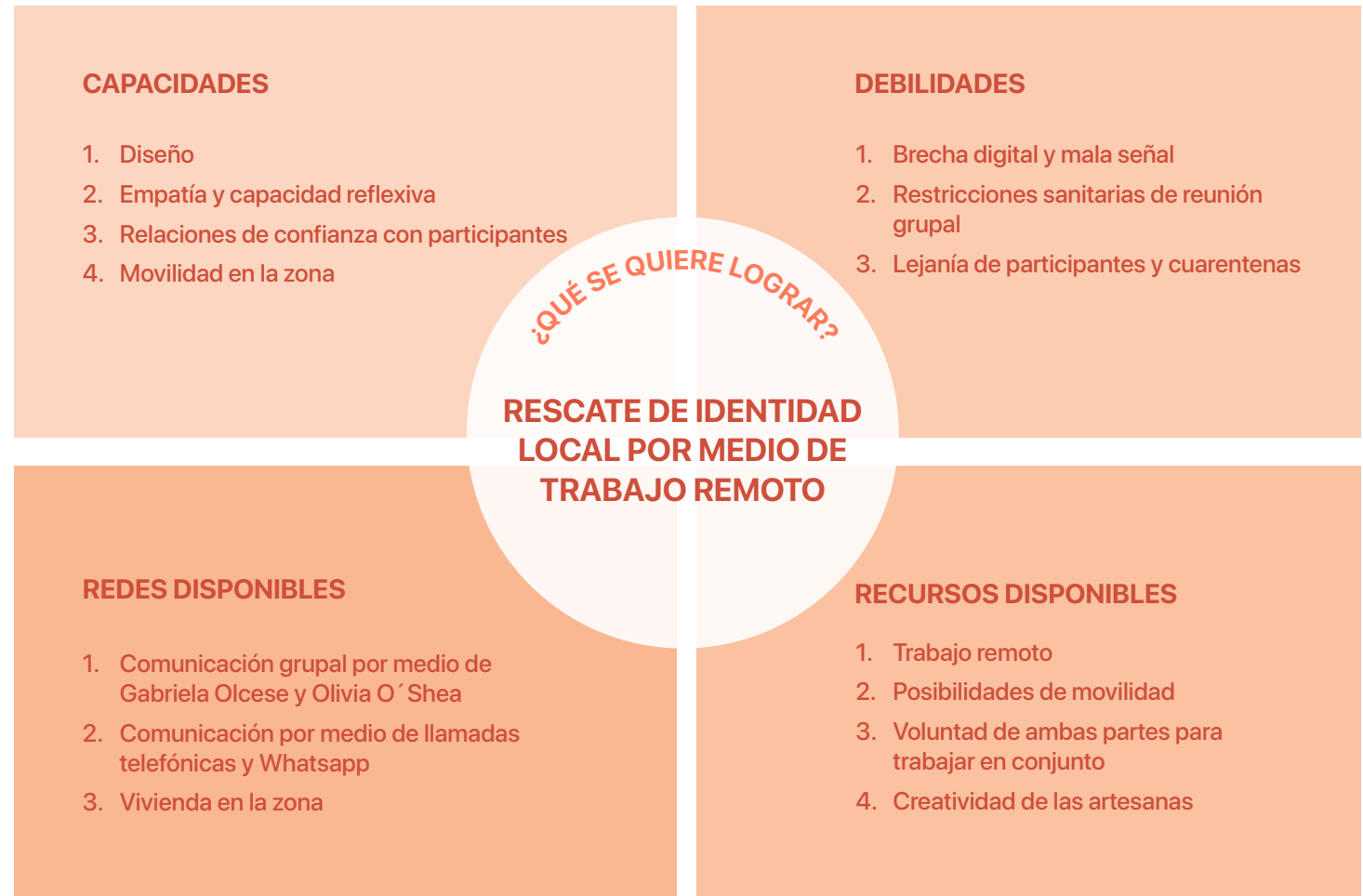


Productos Casa Küc. Registro personal. (2020)

3.2 Mapa de estado preliminar

A partir de la información recopilada en la etapa de seminario, donde se detectó la problemática de diseño y necesidades de los usuarios, se decide hacer un mapa de estado preliminar para entender las posibilidades y herramientas que se tienen para crear un nuevo servicio.

Por medio de estudio de habilidades, debilidades y recursos que se tienen entre los participantes, se definen los puntos clave para tener en cuenta al articular una nueva forma de trabajo desde lo remoto, tomando como base la incapacidad de hacer reuniones presenciales con la agrupación de textileras completa.

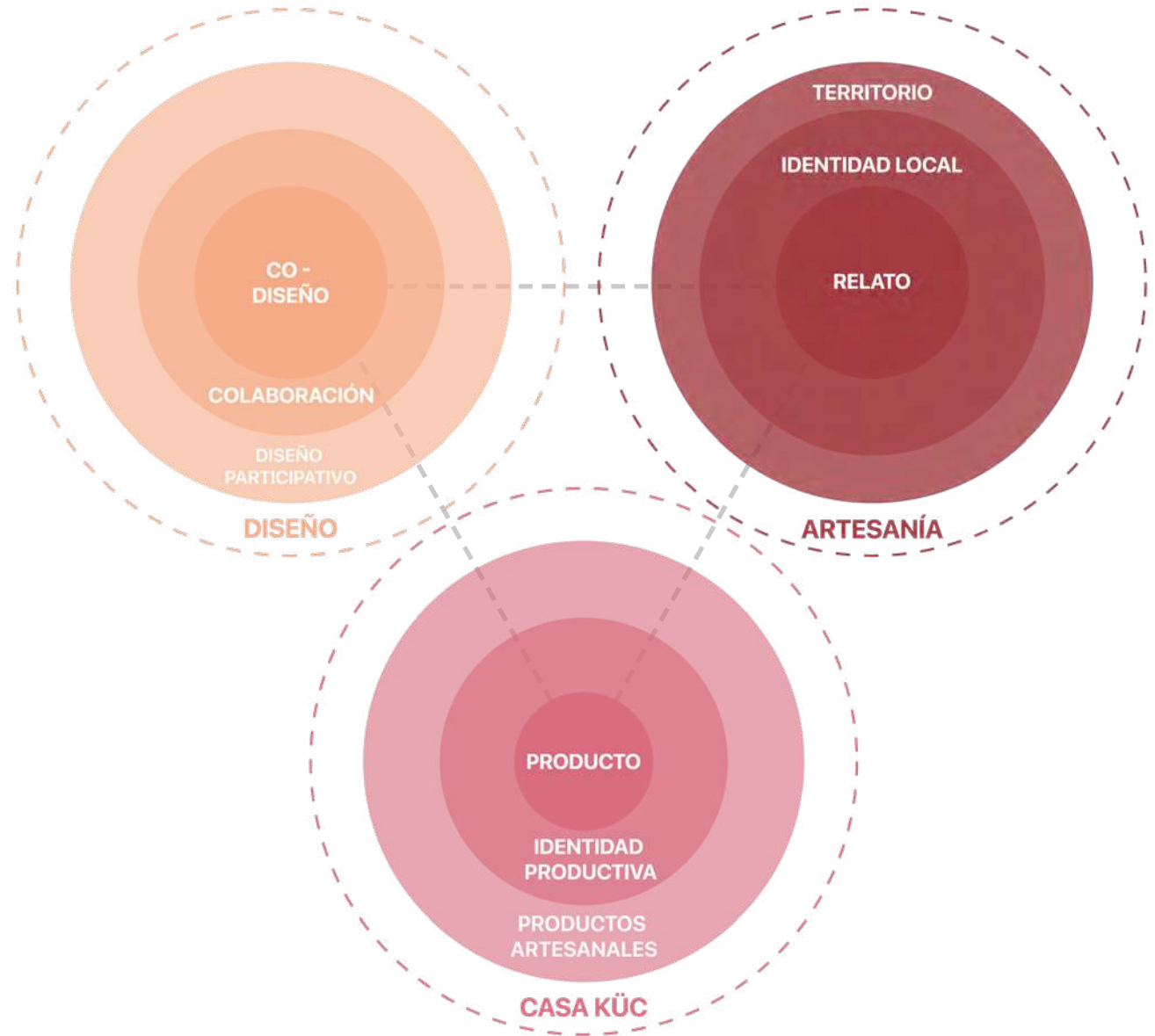




3.3 Oportunidad de diseño

A partir del contexto actual y las necesidades de trabajo que se desprenden de los estudios preliminares con la agrupación en la etapa de Seminario, nace la oportunidad de **innovar** en el área de trabajo en lo que respecta a la **artesanía** y el **diseño**. Debido a lo anterior, es importante generar nuevas formas de trabajo centradas en el usuario y su contexto, de modo que se pueda ahondar sobre las soluciones con métodos que se adapten a la **vida artesana rural** en tiempos de pandemia.

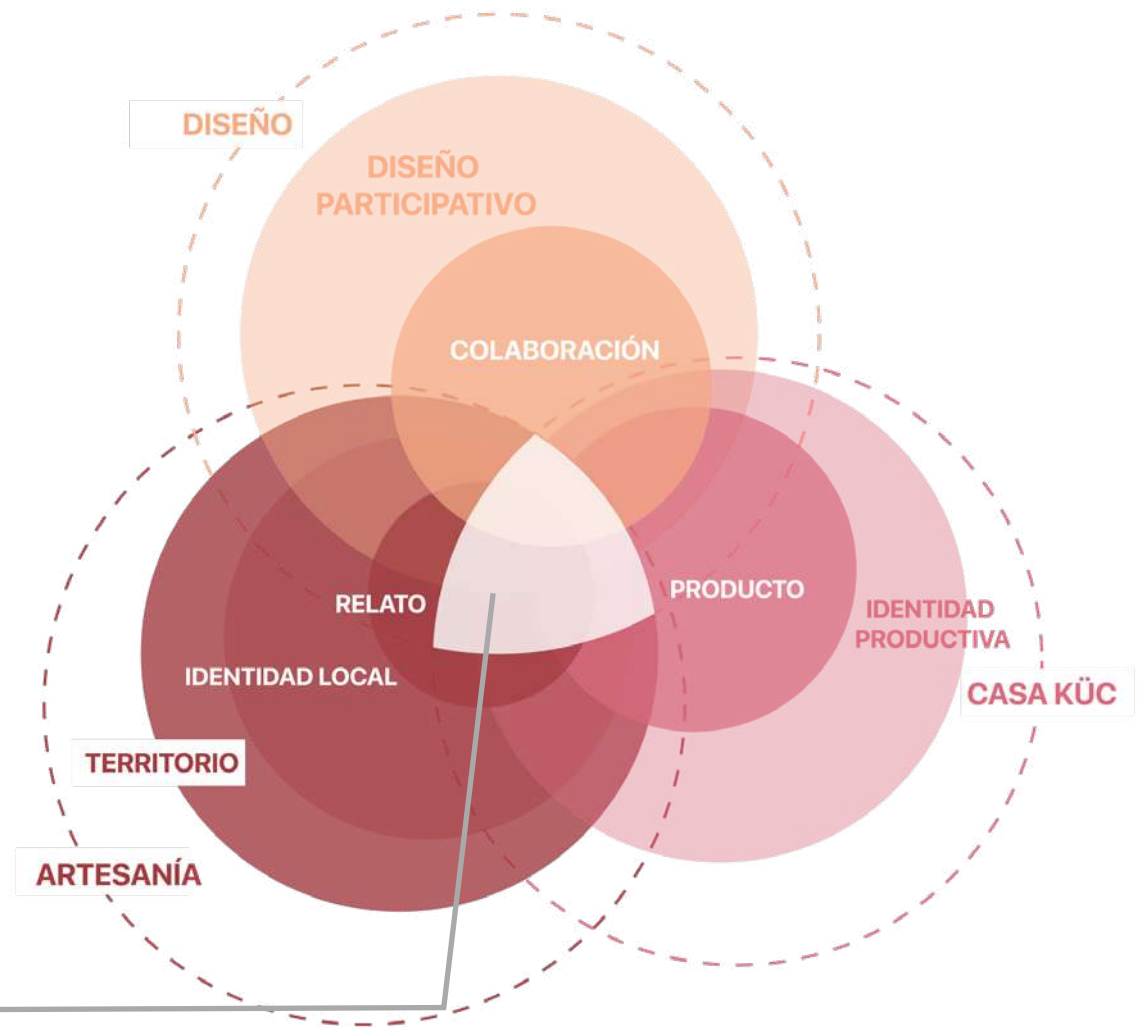
Para esto se consideran tres actores críticos dentro del proceso, en el cual están por un lado Casa Küc, con la venta de productos artesanales y una identidad productiva definida en sus productos comercializados. Por otro lado, está la artesanía que surge a partir del territorio, la cual es practicada por las artesanas, quienes poseen una falta de identidad local y relato que realmente las diferencie e identifique. En lo que respecta al diseño, este debe profundizar y promover la participación de los actores involucrados con el fin de generar soluciones colaborativas que respondan a ambas partes.



Actores, entorno y necesidades. Elaboración personal (2021)

Considerando los actores involucrados y sus ecosistemas pertinentes, surge la oportunidad de trabajar en base a las necesidades y habilidades percibidas en etapas preliminares de acercamiento. La oportunidad por parte del diseño está en innovar a partir de las limitaciones que se presentan en el contexto actual.

De esta manera y teniendo en cuenta la brecha digital que poseen gran cantidad de las artesanas, se espera aprovechar de la mejor manera los recursos comunicacionales y digitales para poder conectar y empatizar con cada mujer y sus singularidades. Esta oportunidad de trabajar sobre sistemas remotos por la distancia no excluye la posibilidad de un nuevo encuentro presencial con cada artesana o la agrupación en caso de que las condiciones lo permitan dentro del desarrollo del proyecto.



Esquema de espacio de intervención. Elaboración personal. (2021)

“Se siente como una familia. Nos ayudamos mutuamente, si una no sabe, la otra ayuda”

— Cecilia Maldonado

3.4 Formulación del proyecto



¿Qué?

Modelo de intervención de trabajo semi remoto para el rescate de identidad local y revalorización de productos artesanales junto a agrupación de artesanas textiles de la tienda Casa Küc.

¿Por qué?

Por la necesidad de generar estrategias de trabajo a la distancia en el ámbito artesanal, además de crear un relato situado con identidad local en productos de Casa Küc.

¿Para qué?

Para crear modelos de intervención sostenible y adaptable a la vida artesana, con el fin de revalorizar y dotar de contenido local los productos hechos por artesanas de Casa Küc.

Objetivo general

Diseñar un modelo de intervención semi remoto para la creación de identidad local y revalorización de productos junto a artesanas en lana de la tienda Casa Küc.

Objetivo específico 1

Definir la práctica artesanal a nivel país y la importancia de la identidad local, además, caracterizar la práctica artesanal llevada a cabo por artesanas en lana de Casa Küc. Exponer las bases teóricas de los modelos de intervención y la innovación social.

IOV: Exponer información recopilada sobre artesanía e identidad local en Chile, diferenciando particularidades de artesanas de Casa Küc. Abstractar puntos clave de modelos de intervención e innovación social.

Objetivo específico 2

Caracterizar caso y grupo de estudio en relación a su contexto, trabajo, relaciones y necesidades.

IOV: Clasificar habilidades de las artesanas como grupo e individualmente, generar arquetipo de la artesanas de Casa Küc.

Objetivo específico 3

Testear y prototipar formas de trabajo junto a las artesanas para diseñar un producto y servicio basado en habilidades y dificultades.

IOV: Registrar prototipado y aprendizaje de interacciones para construir estrategias de trabajo basado en el usuario.

Objetivo específico 4

Por medio de un estudio del proceso, articular las bases de un modelo de intervención sostenible para el trabajo con artesanos de manera remota.

IOV: A partir de estudio con artesanas de Casa Küc, diseñar un modelo de intervención semi remoto para el trabajo con artesanos.

3.5 Contexto de implementación

CONTEXTO GEOGRÁFICO: LA CUENCA DEL LAGO RANCO

El proyecto se inserta en la cuenca del Lago Ranco y sus comunas colindantes. Las artesanas se distribuyen desde Riñinahue (comuna de Lago Ranco) hasta La Unión, donde la mayoría vive en ambientes rurales o sectores rodeados de naturaleza. Esto significa que la práctica artesanal realizada por ellas tiene una fuerte relación con lo **natural y lo local**, al sacar de la naturaleza la mayor parte de los insumos para el trabajo en lana, ya sea desde esquila la oveja, hasta teñirla con insumos naturales extraídos de sus propios jardines o bosques cercanos a sus hogares.

La importancia del sector en el que se desenvuelve el proyecto recae en distintas características geográficas y naturales que lo hacen un destino atractivo para los turistas cada año, una de estas es la posibilidad de recorrer completamente el lago Ranco en una ruta pavimentada sin cortes que crea un recorrido en 360° (Fundación Santa Ana Emprende, 2016) por la cuenca. Otro atractivo son sus diversos bosques siempre verdes o valdivianos (Municipalidad de Futrono, 2019), junto con los diversos ríos y montañas que transforman al sector en una ruta escénica.

Por medio de las conversaciones y entrevistas con las artesanas de la agrupación, se pudo detectar una gran **conexión** de ellas con la **naturaleza** del sector, al no solo demostrar su conocimiento de distintas partes de la cuenca, sino que también el conocimiento de las materias primas y estacionalidades que afectan procesos como la recolección de la lana y el teñido.

Además, se puede ver en la mayoría de las artesanas una gran influencia de la **vida rural**, ya sea de su infancia o actual. Esto se debe a que muchas tienen la conexión natural a partir de sus vivencias relacionadas con la vida campesina o rural, esto conlleva que una parte de las mujeres que viven en sectores rurales demuestran desarrollo sustentable de vida, donde obtienen no solo las materias primas de trabajo, sino que son capaces de llevar a cabo día a día actividades como el cultivo y mantención de invernaderos, además de la crianza de distintos animales menores como gallinas, corderos o pavos.



CONTEXTO USUARIOS: LA VIDA ARTESANA EN TIEMPOS DE ENCIERRO

Debido a que la situación sanitaria actual requiere que nos adecuemos a nuevos modos de vida, es importante entender de qué manera ha cambiado la vida de las artesanas en relación con los tiempos pre pandémicos. Por medio de **entrevistas telefónicas** con algunas integrantes de la agrupación, se descubrió que independiente del encierro y las dificultades emocionales que este trae, muchas consideran que han innovado más en esta época y se describen más creativas.

Por este aumento en su creatividad, declaran que han trabajado más y el encierro ha hecho que sean más productivas en el tejido día a día, esto se debe a que muchas describen la acción artesanal como un **medio de relajación** y desconexión en el confinamiento. Muchas encuentran relajación en sus talleres o espacios de trabajo por medio de la creación artesanal, al requerir atención en el acto productivo en pos de tener un buen producto.

En temas anímicos se les percibe activas y felices, ellas declaran que han aprendido a vivir con la pandemia y

restricciones que esta trae. Por medio de las entrevistas explicaban que los inicios de la emergencia sanitaria en marzo del 2020 se sintieron un poco más estancadas que su ritmo habitual, pero ya un año después, se encuentran nuevamente activas y con alta demanda.

Un tópico que se repitió en muchas integrantes de la agrupación es la necesidad de sociabilizar con sus pares y amigas, las cuales no ven hace ya bastante tiempo producto de las extensas y repetidas cuarentenas o restricciones de sus comunas.

Un punto diferenciador dentro de las artesanas de la agrupación es como no se ha visto afectado los modos de vida de artesanas que viven en sectores espaciosos y rurales, esto se debe a que comentan que dedicaban antes de la pandemia mucho tiempo al cuidado de sus parcelas y esto no se ha visto afectado en sus rutinas hoy en día. Al ser mujeres que no salen constantemente a lugares urbanos o concurridos, la vida de campo se ha mantenido dentro de lo normal para ellas, aun así, declaran que han sufrido cambios en temas de abastecimiento al tener que bajar al pueblo menos veces y comprar mayores cantidades que no acostumbraban

“El tejido es más que un psicólogo, el hecho de estar trabajando te hace reflexionar y relajarte de la pandemia y situación actual.”

Marlis Martínez

CONTEXTO SANITARIO: PANDEMIA Y RESTRICCIONES

Teniendo en cuenta las repetidas cuarentenas que se han llevado a cabo en el país y en las comunas que habitan las artesanas, es importante considerar formas alternativas para el desarrollo del proyecto en pos de la situación sanitaria. Además, al existir restricciones y aforos para reuniones es difícil suponer instancias de presencialidad grupal para trabajar metodologías de co-creación artesanal conocidas, junto con esta dificultad se añade la restricción de movilidad al tener cuatro comunas distintas donde se deben transportar cada una que además varían en estados de fases y controles.

Debido a esto, el proyecto considera como un contexto importante la situación sanitaria, no viéndolo como un elemento que obstaculice el desarrollo de acciones, más bien como una oportunidad para innovar dentro de formas de laborar en metodologías de trabajo a la distancia con artesanos. Al entender las dificultades y límites que pone la situación sanitaria, la experiencia vivencial de dos años ayuda en relación a planificaciones y diseños del proyecto, dado que se crean metodologías tentativas en pos de lo que ya se ha vivido. Debido a esto, por medio

de la anticipación a cambios de Fases o situaciones sanitarias, es posible planear un servicio preliminar bajo las nuevas normas que trae la pandemia.



Lago Ranca. Registro personal. (2021)

3.6 Antecedentes

1- BALLOON LATAM

El enfoque de esta empresa B es por medio del capital social en comunidades, conectar personas, colectivos y agentes de cambio con el fin de generar oportunidades de desarrollo sostenible en territorios e impactar de manera positiva. Se extrae aprendizaje por medio de la evidencia y desarrollo de la experiencia. El proceso de intervención territorial consta de 4 etapas: diagnóstico, inmersión, desarrollo territorial y de comunidades, culminando con una evaluación de impacto. De esta iniciativa se rescata el modelo de trabajo con comunidades rurales, donde por medio de la inserción en el territorio, se generan soluciones a partir de un trabajo colaborativo.

Balloon Latam. (s.f.). BalloonLatam.com. Recuperado el Junio de 2021, de Nuestro Modelo: <https://balloonlatam.com/nuestromodeloballoon>

2- SABERHACER

SaberHacer es una iniciativa que pone valor en los oficios, manufactura y diseño local. La forma de trabajo consta en instalarse en territorios, identificar a los oficios y artesanos y llevar a cabo estrategias de desarrollo local. CÓMO TRABAJAMOS EN EL TERRITORIO: SaberHacer es una iniciativa que busca poner en valor los oficios, la manufactura y el diseño local, conectando a creativos, diseñadores o marcas locales de diseño con artesanos y productores, con el fin de facilitar cadenas de valor de manufactura a baja escala. El proceso consta de tres etapas: Reconocimiento – Transformación – Consolidación. De esta iniciativa se rescata el trabajo en territorios y puesta en valor de la factura nacional, donde por medio de estudios e innovación se reconoce el patrón de valor para ser conectado con más emprendedores.

SABERHACER. (s.f.). Saberhacer.cl. Recuperado el Junio de 2021, de Nosotros: <http://www.saberhacer.cl/nosotros/>

3- MANUFACTURA NACIONAL

La metodología de las residencias fue elaborada a través de un proceso participativo en conjunto a los asesores y miembros del tejido social en torno al Diseño. Posteriormente sistematizada y testeada para ser aplicada. Se divide en 3 grandes etapas: I ETAPA DE EXPLORACIÓN/ II ETAPA DE COMPRENSIÓN/ III ETAPA DE PROPUESTA. En todas sus fases esta metodología busca la inmersión en el territorio, la tradición y la materia, así como la transferencia de saberes de forma horizontal entre los/as residentes. De la iniciativa se rescata un trabajo metodológico en base a etapas de implementación con objetivos y actividades a cumplir para obtener resultados en los territorios.

Manufactura Nacional. (s.f.). Manufactura Nacional. Recuperado el Junio de 2021, de Metodología: <https://www.manufacturacional.org/objetivos/metodologia/>

4- EL FESTIVAL DE LA CASTAÑA: PROYECTO CASTAÑAL

Proyecto taller TIDE de alumnos UC, en el cual se desarrolla un plan estratégico de valorización de Villa García en la comuna de Cunco. Creación de plan estratégico a partir de diagnóstico de necesidades en terreno con los habitantes del sector para reactivar el Festival de la castaña y potenciar turismo y comercio de la zona, además de apoyar al centro de Madres de Villa García. Trabajo de caracterización del contexto y el usuario, además de propuestas de implementación. Culmina con traspaso a la municipalidad de Cunco y posterior desarrollo de la Fiesta de la Castaña el año siguiente. De este proyecto se rescata el trabajo de investigación en terreno y relación con el usuario, lo que culmina en un material de traspaso para que el proyecto sea implementado por los mismos habitantes del sector.



1- BALLOON LATAM

Recuperado de: Balloon Latam. (2020, junio). [Fotografía]. <https://www.hogardecristo.cl/wp-content/uploads/2020/06/1-3-scaled.jpg>



2- SABERHACER

Recuperado de: SaberHacer. (2017, agosto). Metodología Diseño + Oficios [Fotografía]. Desarrollo asociativo con productoras textiles. <http://www.saberhacer.cl/wp-content/uploads/2017/08/resultado6.jpg>



3- MANUFACTURA NACIONAL

Recuperado de: Manufactura Nacional. (2020, noviembre). Proceso Manufactura Nacional [Fotografía]. Procesos de trabajo artesanal. https://www.manufacturacional.org/wp-content/uploads/2020/11/proceso_1-600x600.jpg



4- EL CASTAÑAL

Recuperado de: Labarca, M. (2017, mayo). Fiesta del Castaña [Fotografía]. Registro del castaña. Cortesía de colaboradores. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1c9UALBBDgIF__ekdcLcKWdr2OL8ojN1

3.6 Referentes

PAINECURA: TESIS DISEÑO UC 2016

Trabajo de co creación de la alumna Isabel Ariztia junto a Juan Painecura, para la propuesta de joyería mapuche. Se rescata el proceso de diseño y estudio de contexto y vida del artesano. No solo para entender procesos, sino para crear relaciones de confianza para trabajar. Sección destacada: Procesos creativos en conjunto.



(fotografía: Registro Diseñadora Ariztia, I.. Recuperado de archivo de Google Drive)

MANUAL DE DISEÑO DE SERVICIOS UC

Se rescatan metodologías y enfoque para investigar en base al usuario para el nuevo servicio, entendiendo que el proyecto contempla la creación de una metodología o servicio participativo con actividades guiadas a la distancia, se traducen los puntos importantes del modelo de servicios para crear actividades acorde a las habilidades del usuario.



Diseño de Servicios UC. (2017, octubre). Portada manual de Diseño de Servicios [Fotografía]. <http://dsuc.cl/wp/wp-content/uploads/2017/08/Manual-DS-UC-2017-10-19-1.png>

DE MANTAS Y CHAMANTOS

Trabajo del equipo de artesanía UC en conjunto con artesanos de Doñihue para la co-creación de productos en base a las habilidades de los artesanos de la zona. Se rescata de este proyecto el trabajo en conjunto de diseño y artesanía, el diseñador/a actúa como puente articulador, que reconoce necesidades de los participantes. Además se rescata el trabajo basado en territorio e identidad llevado a cabo en el proyecto.



Omar, F. (2018, junio). De mantas y Chamantos [Fotografía productos]. Resultado proyecto de mantas y Chamantos, recuperado de catálogo. https://image.isu.pub/180621195831-d420b580d-53f7f7ec1e6860160bbc555/jpg/page_1.jpg

NODO DE ARTESANÍA: VALLE DE COLCHAHUA

Trabajo de Territoria consultores con artesanos del valle de colchagua, de este proyecto se rescatan las asesorías realizadas a artesanos de manera individual y el trabajo de creación de identidad local a partir de talentos y capacidades detectados en la comunidad.



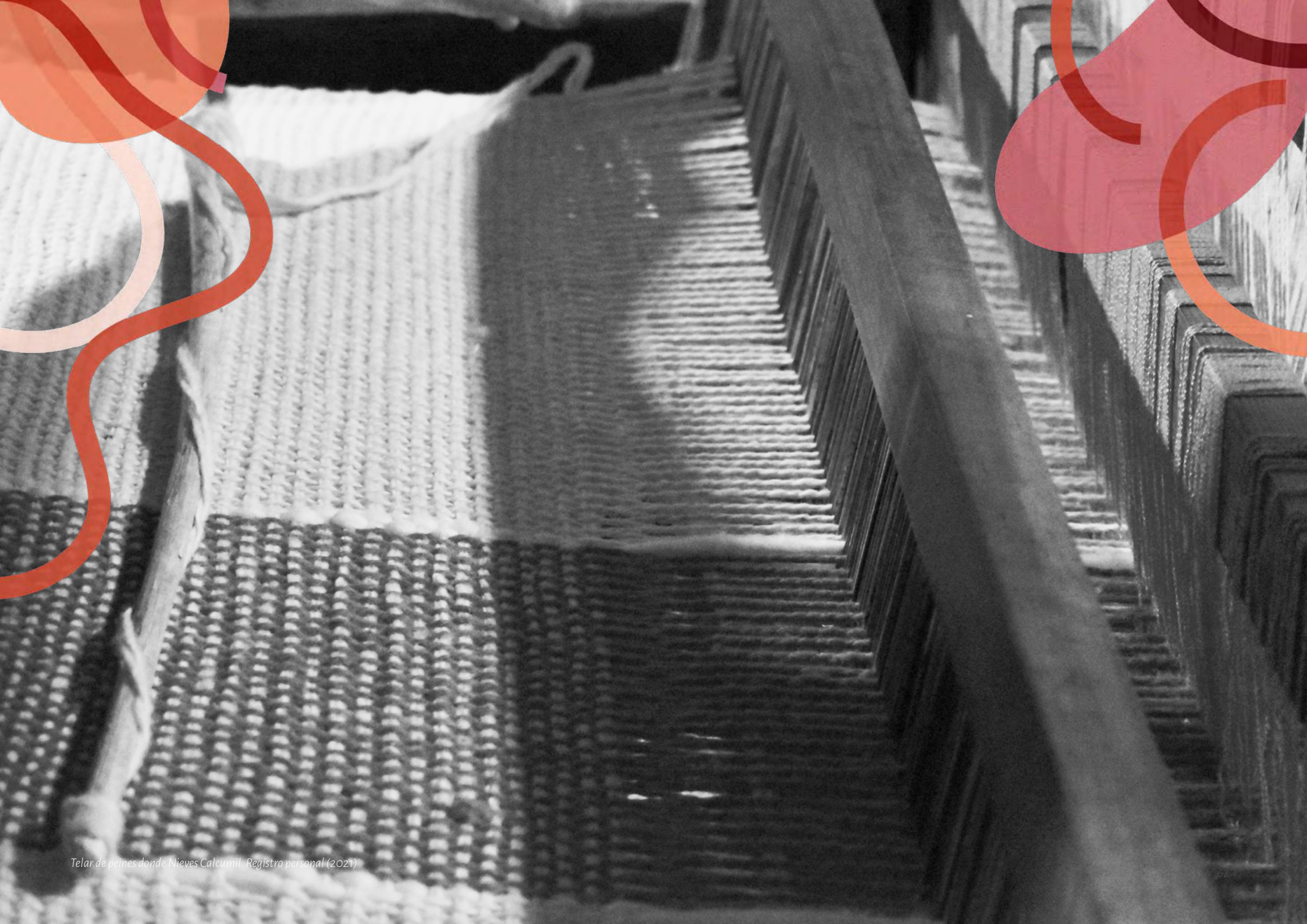
Territoria Consultores. (2018, julio). Nodo artesanía Valle de colchagua [Fotografía]. Catálogo de Artesanía Nodo Colchagua. https://image.isu.pub/180731192028-3842cc1a026de30bad8b-c3a73824f9ef/jpg/page_1.jpg



CAPÍTULO 4

Proceso de diseño

Introducción — Etapa I: Contextualización — Etapa II: Reflexión — Etapa III: Iteraciones —
Etapa IV: Puesta en escena — Etapa V: Reflexión final



Telar de peines donde Nieves Calcumil. Registro personal (2021)

4.1 Sobre la metodología proyectual

El proceso de diseño consistió en dividir el trabajo en etapas de trabajo que incluían actividades claves para la diseñadora, artesanas y administración de Casa Kùc. Esto fue planificado de modo que funcionara como una **metodología guía** del proyecto, la cual estaba bajo constante testeo y sufría cambios en relación a las acciones y respuestas de los actores involucrados a lo largo del desarrollo. A partir de la metodología proyectual, se define y explica cada parte del proceso y sus objetivos específicos a cumplir, los cuales se relacionaban con la formulación del proyecto y objetivos específicos del mismo.

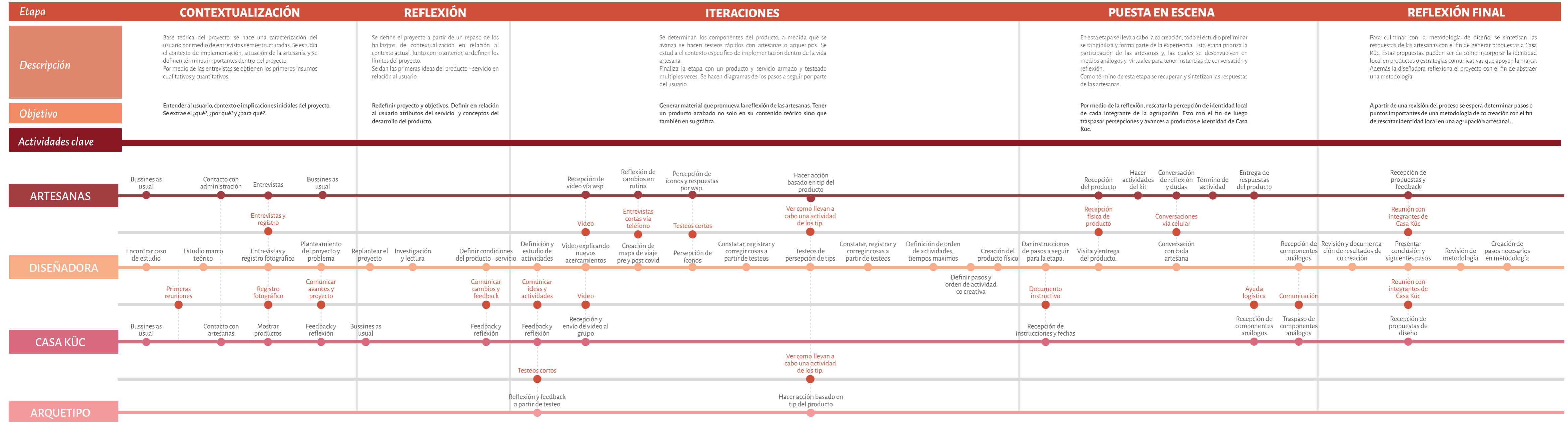
Lo importante de este primer acercamiento al modelo yace en la creación de **puntos de contacto e interacciones** entre los participantes, generando un trabajo participativo y colaborativo entre la diseñadora y ambas partes de Casa Kùc.

El modelo se presenta de manera lineal en base al desarrollo temporal de este proyecto, pero a lo largo de la práctica se observa que el proceso varía por medio de los testeos, y está en constante rediseño para su versión final. Esto se logra no solo por la experiencia misma de las participantes (artesanas, diseñadora, arquetipo y Casa Kùc), sino que

también por una constante observación y abstracción de las acciones en pos de entender más a los usuarios y sus necesidades.

A continuación, se desglosa y describe cada etapa que por medio de la práctica se **"auto-testea"** en base a los resultados y reflexiones por parte de los usuarios. Este proceso culmina con la creación de un modelo de intervención para el trabajo con artesanos de manera semi remota, además de una serie de propuestas diseñadas a partir del trabajo colaborativo y conversaciones con ambas partes del proyecto. De aquí surge un manual de identidad productiva y una propuesta de identidad local tomando en cuenta las necesidades y capacidades de las artesanas y administración de Casa Kùc.





4.2 Contextualización

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Etapa realizada en el proceso de seminario, corresponde a la creación de una base teórica para el proyecto a partir de bibliografía, su utilidad reside en contextualizar y referenciar acerca de estudios y teoría importante para la diseñadora, gracias a esto se forma el marco teórico sobre temas claves para etapas preliminares del proceso.

Esta etapa también da los **primeros acercamientos con los usuarios** del proyecto, donde se pueden detectar sus necesidades por medio de entrevistas en casa de las artesanas y un estudio de los productos vendidos por Casa Kúc. Las primeras interacciones con las artesanas son mediadas por Gabriela Olcese, quien presenta a la diseñadora. Por medio del primer acercamiento se plantea el trabajo en conjunto para etapas posteriores, determinando que, a partir del contexto todo puede cambiar.

Se define la problemática inicial del proyecto por medio del estudio y primer encuentro, marco en el cual se definen las necesidades y posibles soluciones en la formulación.

REGISTRO DEL PROCESO



Foto junto a Selma Asencio de la primera visita en su casa .
Cortesía de Gabriela Olcese. (16 de noviembre de 2020)



María Alvia en su taller, mostrando peluches que confecciona para la tienda. Primera visita realizada a su taller en sector Los Leones. Foto de catálogo personal, toma registro de sus productos y los imprime.
Registro personal. (20 de noviembre de 2020)

OBJETIVOS DEL PROCESO:

- 1- Conocer al usuario, sus habilidades y necesidades
- 2- Conocer y estudiar contexto de implementación
- 3- Primera formulación del proyecto de diseño

ACTORES:

- Diseñadora
- Gabriela Olcese (administración)
- Artesanas

REGISTRO DEL PROCESO



Visita a casa de Bernardita Quindantes en Río Bueno, en las fotos se aprecia a la artesana mostrando sus materiales y productos en fieltro hechos con lana natural.

Registro personal. (16 de noviembre de 2020)



Foto junto a Bernardita Quindantes de la primera visita en su casa .
Cortesía de Gabriela Olcese. (16 de noviembre de 2020)

ACTIVIDADES CLAVE

- 1 - Estudio teórico y creación de marco teórico.
- 2 - Conversación y primer acercamiento a administración de Casa Küc (Gabriela Olcese) por medio de visitas a la tienda en Los Chilcos.
- 3 - Primera entrevista en casas o talleres de artesanas, se logra conectar con cada una y proponer trabajo en conjunto para etapas posteriores. Se lleva a cabo un registro fotográfico de las visitas y grabación de las entrevistas para obtener material de estudio.

REGISTRO DEL PROCESO



Registro productos en Tienda Casa Küc. Se percibe mayor variedad y colores en comparación a la oferta Web.

Registro personal (12 de noviembre de 2020)

CUESTIONARIO ARTESANAS:

Listado de preguntas realizadas a las artesanas en la primera ronda de visitas. Se graban las conversaciones y cómo resultado se tiene registro fotográfico y primer acercamiento para conocer a cada integrante de la agrupación. Por medio de las visitas se reconocen las **primeras necesidades del proyecto** y surgen distintos temas de conversación por parte de las artesanas que se esperan tratar en etapas posteriores.

1 - Datos personales

- Nombre:
- Edad:
- Dirección:
- Sector / Comuna:
- Teléfono de contacto: +56 9
- Escolaridad:
- Email:
- Uso de internet: bajo / medio / alto

2 - Rubro

- Técnicas textiles que domina:
- Razón por la que aprendió el oficio
- ¿Cómo aprendió el oficio?
- Equipamiento de trabajo
- Canales de comercialización
- ¿Cómo define la identidad local en pocas palabras?
Relacionado con su sector.
- ¿Ha enseñado lo que sabe a otras artesanas?
- Cómo documenta el producto, sigue receta de teñido, que conocimientos extras tiene.
- ¿Qué es para ella una artesana?

3 - Productos:

- Qué hace (medidas, función, tiempo de trabajo, valor.)
- Inspiración para crear y colores.

4 - Casa Küc

- ¿Cómo llegó?
- ¿Qué ha aprendido?
- Relación con el grupo
- ¿Qué le falta aprender? ¿Qué le falta en Casa Küc?

5 - Observaciones de productos

- Calidad:
- Originalidad:
- Identidad local:
- Capacidad productiva:

RESULTADOS DEL PROCESO:

- Definición de marco teórico del proyecto.
- Se logra entrevistar a 9 de 11 artesanas de manera individual en el primer viaje. Visitas llevadas a cabo en 5 días en las comunas de la provincia.
- Caracterización del usuario y estudio de productos de artesanas. Con esto se logra entender las necesidades de cada una y su relación con la agrupación, lo cual determina interacciones críticas dentro del proyecto como la cercanía de las participantes.
- Estudio de productos disponibles en medios físicos y virtuales de la tienda Casa Küc.
- Detección de problema y oportunidad de diseño.
- Planteamiento inicial del problema y formulación del proyecto.

REGISTRO DEL PROCESO



Registro de productos en tienda de Mónica Ramírez.
Registro personal (20 de noviembre de 2020)



Pieceras del taller de Eliana Reyes.
Registro personal (20 de noviembre de 2020)

¿Qué es para tí la artesanía?

“La artesanía va en rescate de lo natural y es cuidar la naturaleza y ser respetuoso con ella. *“cómo fundiéndose con la naturaleza”*. Saca lo que necesita y de diferentes lados para no dañar toda una planta”

— Cecilia Maldonado

4.3 Reflexión

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

Se **reformula el proyecto** a partir de un análisis y evaluación del contexto de implementación. Gracias a los hallazgos obtenidos en la etapa anterior, se definen los primeros acercamientos a una nueva metodología proyectual, además de las limitantes del proyecto.

Este proceso se gatilla a partir de un repaso de las soluciones propuestas en la etapa inicial, las cuales son revisadas en relación con la **viabilidad del proyecto** y el contexto de pandemia. Gracias a este paso se determina la metodología proyectual inicial (sección introducción) con el fin de tener una base de trabajo de guía, la cual es diseñada para testearse continuamente.



¿Por qué es importante reflexionar? Para generar un proyecto consciente del contexto al revisar la experiencia inicial. Por medio de la reflexión se pueden generar soluciones más innovadoras al tener un tiempo para ver desde otro ángulo la solución.

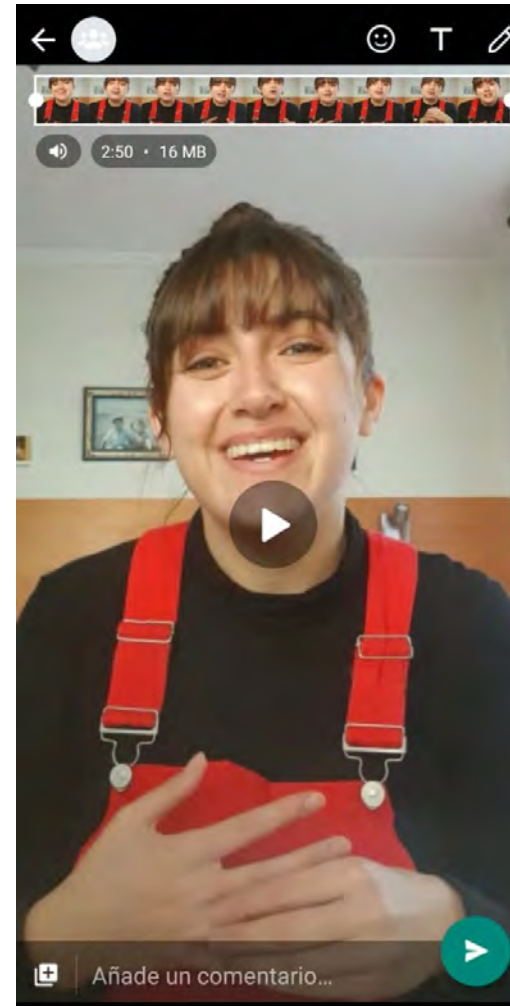
OBJETIVOS DEL PROCESO:

- 1 - Analizar el contexto de implementación y redefinir la formulación del proyecto
- 2 - Crear metodología proyectual preliminar con actores y actividades clave
- 3 - Definir método de trabajo con artesanos y la comunicación de ideas¹

ACTORES:

- Diseñadora

¹ Se inserta el método de comunicación al grupo de artesanas por medio de videos para explicar cambios de rumbo e información importante. Por medio del mandante se enviaban los videos para el grupo de artesanas. Los beneficios de esto era el alcance de enviar el video al comunicar uniformemente la información a todas, además se mantenía al tanto a la parte administrativa de Casa Küc. La desventaja era no tener respuesta por parte de la artesana o feedback acerca de la información entregada.



Video enviado a artesanas luego de reestructuración del proyecto. Por medio de Gabriela Olcese se envía al grupo explicando los nuevos cambios.

Captura de Pantalla. Registro personal (Marzo 2021)

ACTIVIDADES CLAVE

- 1 - Revisión de avances y proceso en etapa anterior
- 2 - Estudio de bibliografía pertinente a nuevo enfoque
- 3 - Reformulación del proyecto
- 4 - Diseño de diagrama y base metodológica del nuevo proceso
- 5 - Comunicación de cambios con el mandante

RESULTADOS DEL PROCESO:

- Reformulación del proyecto
- Creación de **primer esquema metodológico** considerando actores, actividades clave y puntos de contacto. En este punto se determina un cambio en el rol del diseñador en base a las relaciones esperadas para el futuro, donde más que sólo investigar y trabajar en conjunto con la agrupación, este toma el rol de **mediador** entre las partes al tener el objetivo de recolectar la información entregada por las artesanas y dialogar esto con las necesidades de la tienda y administración.
- Determinación de bases del servicio
- Comunicación de cambios a Mandante y artesanas



Ovillo teñido con cebolla por Nieves Calcumil. Sebastián González. (2020)

4.4 Iteraciones



Esta correspondió a la etapa más extensa de mi proceso de diseño, se incluye al arquetipo, quien aportó en testeos de contenidos de las actividades para resultar en propuestas lo más entendible posible. Todos los testeos con el arquetipo o las artesanas son realizados de manera remota por llamadas telefónicas o conversaciones de Whatsapp.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

A partir de la reflexión se estudian los puntos de contacto y componentes físicos del producto – servicio, luego de definir más el proyecto, se contacta a las artesanas por medio de un vídeo explicativo enviado a través del mandante .

Teniendo como base algunas actividades de las metodologías de diseño de servicio, se abstraen los componentes principales para actividades con las artesanas, los que luego son **testeados** de manera **remota** con el arquetipo. Otros **testeos cortos y conversaciones** se llevan a cabo con algunas artesanas de la agrupación, con el fin de obtener información y retroalimentación de manera rápida y efectiva. Es importante destacar

que en el proceso todo era insumo de testeos, ya sea tiempo de respuesta, comprensión de las actividades u omisión del mensaje. Esto se debe a que a partir de un entendimiento completo del usuario y sus formas de ser se podía llegar a un mejor resultado que fomentara la reflexión de cada participante.

Además, se estudia el contexto de implementación en pos de planificar las visitas y entregas de kit de trabajo, donde esto se acomode a la vida artesana. Las iteraciones culminan con el diseño del producto – servicio impreso y planificado en relación a la experiencia del usuario.

OBJETIVOS:

- 1 - Reconectar con la agrupación
- 2 - Diseñar testeos cortos con las artesanas y arquetipo para tener respuestas de manera efectiva
- 3 - Diseñar servicio por etapas en base a producto.
- 4 - Generar material que promueva la reflexión en las artesanas

ACTORES:

- Diseñadora
- Artesanas,
- Casa Küc
- Arquetipo¹

¹ Para los testeos de arquetipo, se seleccionaron mujeres de más de 70 años, quienes vivían en entornos naturales y rurales. Estas mujeres también tienen afición por lo manual y sienten una gran conexión y apego a la zona que viven.

Testeos de la etapa

ENTREVISTAS A ARTESANAS SOBRE SU CONTEXTO ACTUAL:

Para conocer cómo algunas integrantes de la agrupación han llevado el año de pandemia, se estructura una entrevista y se lleva a cabo de manera **telefónica** las conversaciones, dado que por este medio son capaces de comunicarse de manera fluida.

Por medio de esta interacción se esperaba conocer cómo se encontraban de manera anímica y productiva, además de corroborar su disposición con el trabajo.

RESULTADOS:

Por medio de las llamadas telefónicas las artesanas declaran que han tenido instancias de mayor innovación y creatividad, además de que en relación a su productividad y ventas, han trabajado más por estar en casa todo el día. En relación a los materiales, comentan que les cuesta conseguir material por temas que demora más, pero no hay escasez

Anímicamente se les percibe activas, felices y con buen ánimo. Al igual que todos, necesita contacto con otros y extrañan a sus amigas (no necesariamente de la agrupación).

Por último se les comenta los cambios del proyecto y se muestran interesadas en las temáticas de identidad local y revalorización de productos.

PAUTA DE PREGUNTAS

- 1 - ¿Qué ha cambiado en el proceso de creación?
- 2 - ¿Cómo lo haces con el acceso a materiales?
- 3 - ¿Qué es lo que más extraña?
- 4 - A tu parecer, ¿cómo es tu productividad en pandemia?
- 5 - Otros comentarios

PARTICIPANTES:

Mónica Ramírez - Marlis Martínez - Nieves Calcumil

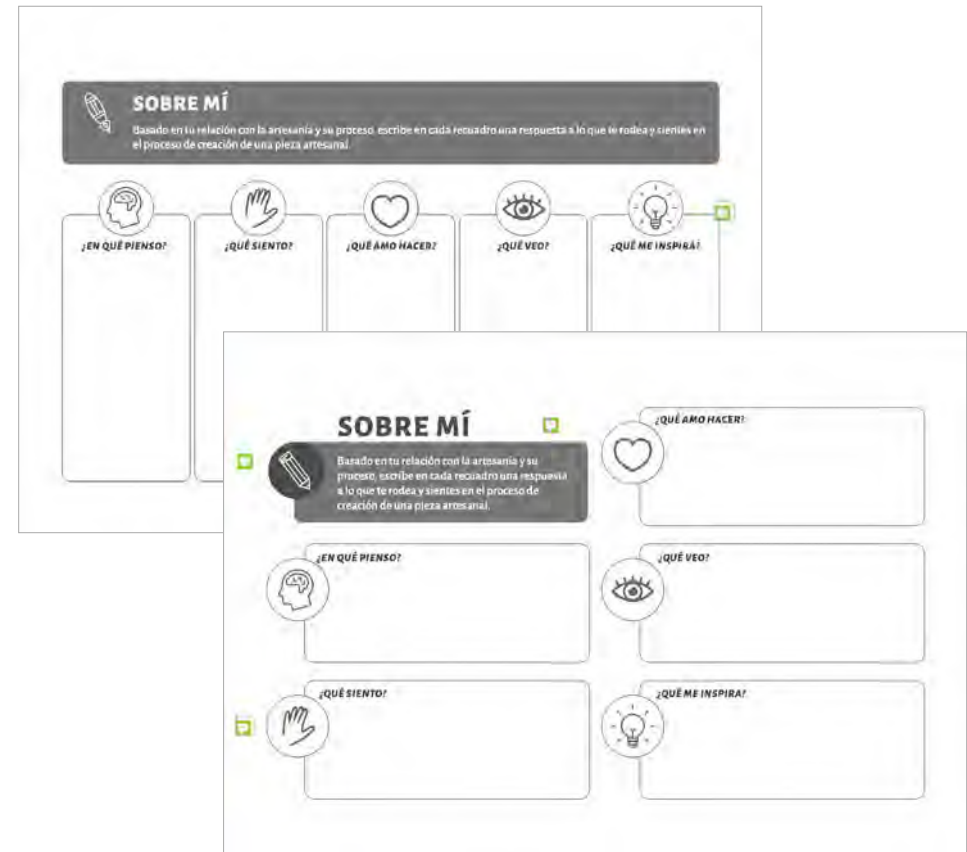
DISEÑO DE PRIMEROS ACERCAMIENTOS A ACTIVIDADES:

Luego de determinar las tres temáticas principales para estudiar que corresponden al **entorno local, la percepción de la práctica artesanal y por último la influencia de la agrupación**, se redactan preguntas por cada tema y se diseña el formato de las actividades con las respuestas esperadas de cada una. A partir de esto, por medio de llamada telefónica, se testea con el **arquetipo** la recepción de instrucciones en su contenido y forma. Esto se logra gracias a la ayuda de actores en terreno que imprimen los prototipos y posteriormente los entregan al arquetipo.

RESULTADOS:

Por medio del testeo en forma y redacción se corrigen las preguntas y se decide generar una grilla en el diseño de las actividades. Junto con lo anterior, se determina resaltar palabras clave de cada instrucción y anteponer la acción principal antes que todo, esto se debe a que se observó que el arquetipo no leía las instrucciones en su completitud, más bien leía las primeras palabras y deducía de que se trataba la actividad. Debido a esto se determina anteponer y destacar el verbo de la acción global para poder procurar el entendimiento de la actividad.

EJEMPLO DE PROTOTIPOS:



ENCUESTA ICONOGRAFÍA

Para entender el **lenguaje visual** de las artesanas, se encuesta vía Whatsapp la legibilidad y preferencia de iconos determinados que son parte de las actividades. Se decide incluir ayuda visual de la acción global basado en lectura de bibliografía secundaria, donde la percepción de instrucciones es mejor recibida con apoyo visual. De esta manera se diseñan opciones de iconos y se envían a las artesanas para que contesten cuál icono representa un término específico.

RESULTADOS:

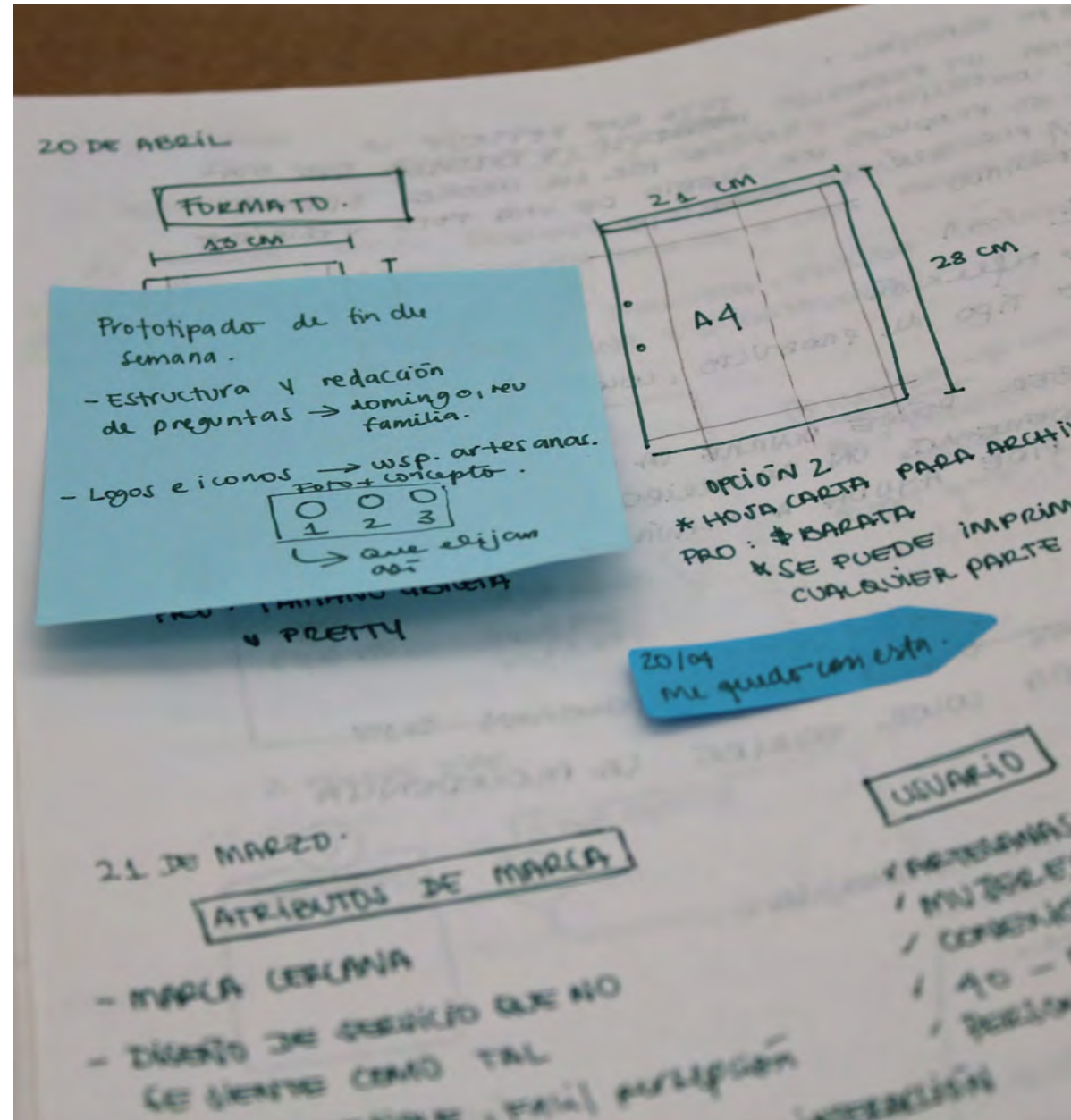
Luego de enviar a 6 artesanas la encuesta, y obtener un bajo índice de respuesta, se reconoce que al no ser nativas digitales, los tiempos de respuestas de las señoras se alargan. No es que no entiendan pero no es una actividad instantánea para ellas. A partir de esto se determina bajar al máximo la presencia de componentes digitales dentro de las actividades, para que de esta manera no se complique el desarrollo del proceso en la artesana, además se determina que debe haber un acompañante digital para actividades que requieran el uso del celular.

PROTOTIPOS:

<p>ELIGE LA ALTERNATIVA QUE SIGNIFIQUE:</p> <p>ESCRIBE</p>  <p>A B C</p>	<p>ELIGE LA ALTERNATIVA QUE SIGNIFIQUE:</p> <p>COMENTA</p>  <p>A B C</p>
<p>ELIGE LA ALTERNATIVA QUE SIGNIFIQUE:</p> <p>RECOLECTA</p>  <p>A B C</p>	<p>ELIGE LA ALTERNATIVA QUE SIGNIFIQUE:</p> <p>OBSERVA</p>  <p>A B C</p>
<p>ELIGE LA ALTERNATIVA QUE SIGNIFIQUE:</p> <p>HAZ UN VIDEO</p>  <p>A B C</p>	<p>ELIGE LA ALTERNATIVA QUE SIGNIFIQUE:</p> <p>TOMA UNA FOTO</p>  <p>A B C</p>

Conclusiones y resultados preliminares

- 1 - Análisis y documentación de los tests. Se reflexiona acerca de lo que significa cada respuesta (o no respuesta) de las artesanas con el fin de entender al usuario de mejor manera y hasta qué punto llegan los manejos en el ámbito remoto.
- 2 - Estudio y posterior diseño de los componentes del kit de trabajo remoto, se diseñan actividades y otros complementos análogos para el kit. Se tienen entrevistas con equipo de Artesanía UC para tener como referente su experiencia del trabajo remoto. Y formas de explicar instrucciones para componentes digitales de una experiencia.
- 3 - Creación de viaje del usuario e inserción de personaje del "acompañante digital" dentro de las actividades con resultados digitales.
- 4 - Se llevan a cabo cotizaciones y pruebas de impresión de componentes análogos para revisar lectura y diseño en papel.



Croquis cuaderno. Registro personal. (2021)

Resultados de etapa

SERVICIO - VIAJE DE USUARIO

Teniendo como base las actividades y componentes que serán parte de la experiencia, se diseña un **viaje de usuario** con el desglose de las actividades y sus funciones. Junto con lo anterior se especifican los participantes de cada etapa y el tiempo estimado de duración de cada paso que se lleva a cabo.

La utilidad de esta herramienta reside en entender la experiencia del kit como una **experiencia específica de la metodología** en pos de alcanzar un resultado.

Además, por medio del viaje de usuario se entienden las necesidades ajenas al kit, como la cantidad de visitas, transporte y logística de este proceso.

Es importante tener en cuenta que antes de llevar a cabo el diseño del viaje de usuario, se determinaron bases conceptuales del servicio que debían ser consideradas para el proceso a partir del conocimiento del usuario que ya se tenía por medio de los testeos.

ATRIBUTOS DEL SERVICIO

Hecho a partir de las necesidades del usuario, estos son los lineamientos conceptuales para el desarrollo de la estrategia y servicio.

1 - SIMPLE

En términos de información, lenguaje, herramientas y contenidos en relación a las artesanas y su contexto.

2 - PARTICIPATIVO

Para que el servicio y metodología funcionen, es necesaria la cooperación, participación y compromiso de las artesanas con las actividades.

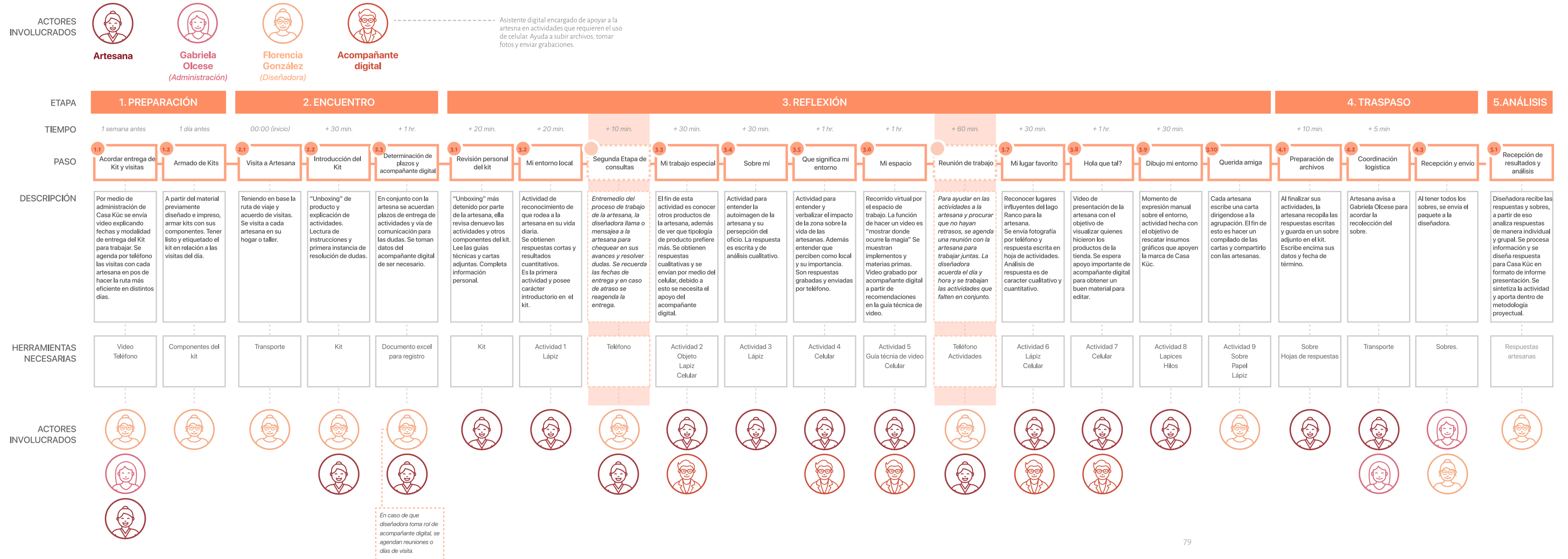
3 - DINÁMICO

Que no se sienta como una tarea, el conjunto de actividades debe ofrecer la posibilidad de ser hachas en distintos momentos y no ser repetitivo. Es importante mantener el efecto innovador pero sin ser complejo.

4 - REFLEXIVO

Tiene qué hacer pensar a la artesana en relación a un tema, cuestionarse cosas y apreciar el entorno que la rodea.

VIAJE DE USUARIO



SERVICIO - ¿QUÉ PASA SI?

Además de determinar el viaje del usuario, se diseña el componente de "Que pasa si" con el fin de tener **alternativas** para actuar en caso de que no se puedan llevar a cabo ciertas actividades o que la artesana presente dificultades a lo largo del proceso.

Por medio de la **preparación** se espera reaccionar de la manera más práctica ante las adversidades que puedan presentarse en la implementación, dado que el contexto y los cambios incierto requieren capacidad de reacción.



Desarrollo de producto - Kit Teje

A partir del prototipado en los inicios de la etapa, se diseña la identidad gráfica y componentes análogos del servicio que corresponden al Kit Teje. Este elemento está hecho con no sólo el fin de entregar actividades a las artesanas, sino que también convertir la interacción en una **experiencia** que no sólo requiere trabajo en las actividades, más bien entrega información y consejos para el desarrollo de los emprendimientos de cada artesana.

Se elaboran diversos componentes funcionales y estéticos para este producto con el fin de generar una experiencia completa y sensible en las artesanas al momento de su recepción. A partir de la relación de confianza que ya existe con la agrupación, todas las instrucciones o introducciones están formuladas en segunda persona y son firmadas por la diseñadora.



CONCEPTOS DEL DESARROLLO DEL PRODUCTO

1 - HÍBRIDO

El producto se completa por medio de componentes digitales y análogos.

2 - SENSIBLE

El producto no debe ser una tarea más, ellas deben sentir conexión o algún sentido con los temas.

3 - REPLICABLE

Tener base de información e investigación para poder llevar a cabo el proyecto en el futuro.

REFERENTES:

Por medio del estudio de referentes se define no sólo el contenido sino también la función de cada pieza que componga el Toolkit. Se toman referentes de productos que sean parte de un servicio donde se prioriza la participación del usuario, el cual va aportando a este por medio de su propio trabajo, aprendizaje y respuestas. Dentro de los referentes se reconoce no sólo elementos que dependen del usuario, sino que también elementos de apoyo que educan y dejan un recuerdo en el receptor.



1- MUSEUM PROFESSIONALS:

Kit hecho por el Museo de arte Contemporáneo de Korea,. Más información en: https://www.behance.net/gallery/115385321/An-educational-kit-for-youth?tracking_source=search_projects_recommended%7C-tool%20kit&



2- VIVA TOOLKIT:

Kit de educación financiera para la familia. Más información en: <https://www.ideo.org/project/thevivatoolkit>

Identidad gráfica

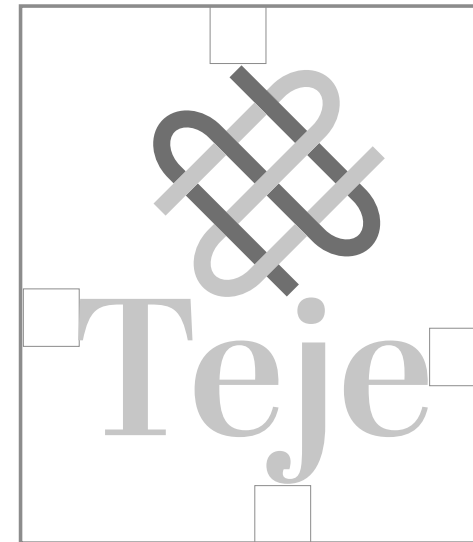
El naming que se determinó para la marca y servicio es *Teje*, esto nace a partir de la relación con el oficio artesanal, donde **tejer** es partes de las acciones esenciales de creación. Por medio de tejer no sólo es posible crear, sino que **unir** distintas cosas de manera estrecha, al igual como este proyecto que espera unir historias e identidades a la distancia.

Para el logo se utiliza la tipografía Abril Display que corresponde a una tipografía serif. Como complemento a el logo se utiliza un isotipo que simula un tejido o entrelazado de dos "hilos" de distinto color. A partir del isoritpo se genera una variedad de recursos visuales de líneas irregulares que simulan a los hilos de las artesanas.

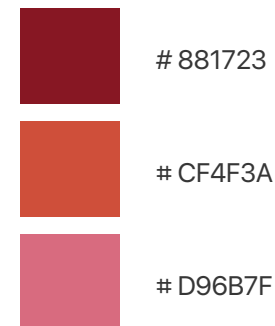
La paleta cromática es de tonos rojisos y anaranjados debido a que estos colores son asociados a lo femenino y lo cálido.



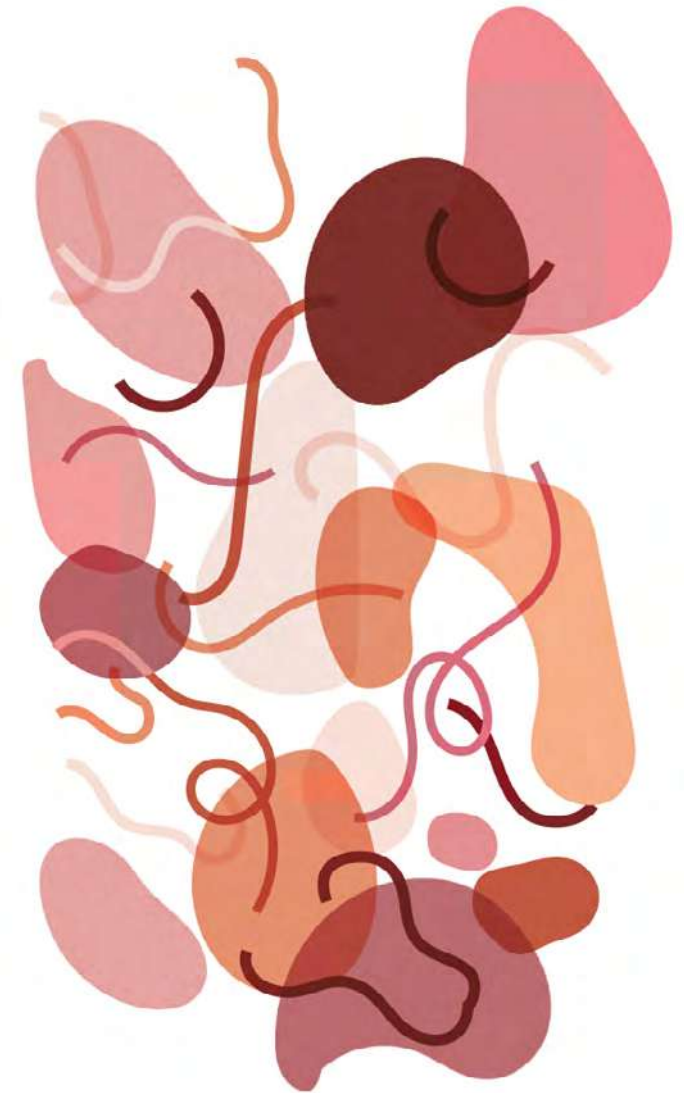
ÁREA DE PROTECCIÓN



PALETA CROMÁTICA



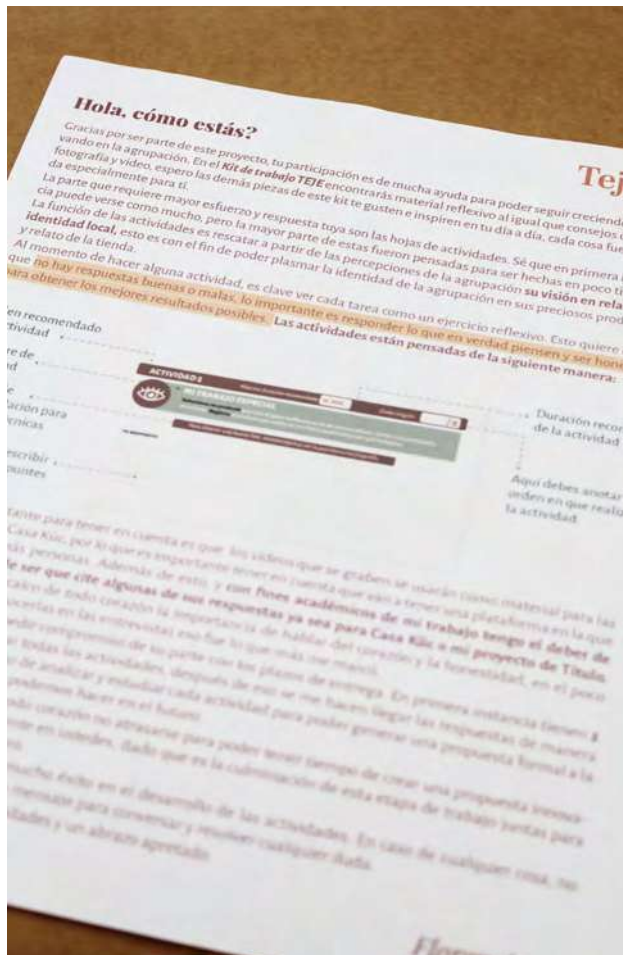
OTROS RECURSOS GRÁFICOS



Componentes formales - Kit Teje

HOJAS INTRODUCTORIA:

Presentación del objetivo del Kit y funcionamiento de las actividades. Tiene la función de contextualizar a las artesanas e introducir piezas y partes del Kit. Impreso en formato carta a color



GUÍA PARA EL ACOMPAÑANTE DIGITAL:

Listado de recomendaciones para el acompañante digital dadas en base a consejos de la guía técnica de video y de fotografía.



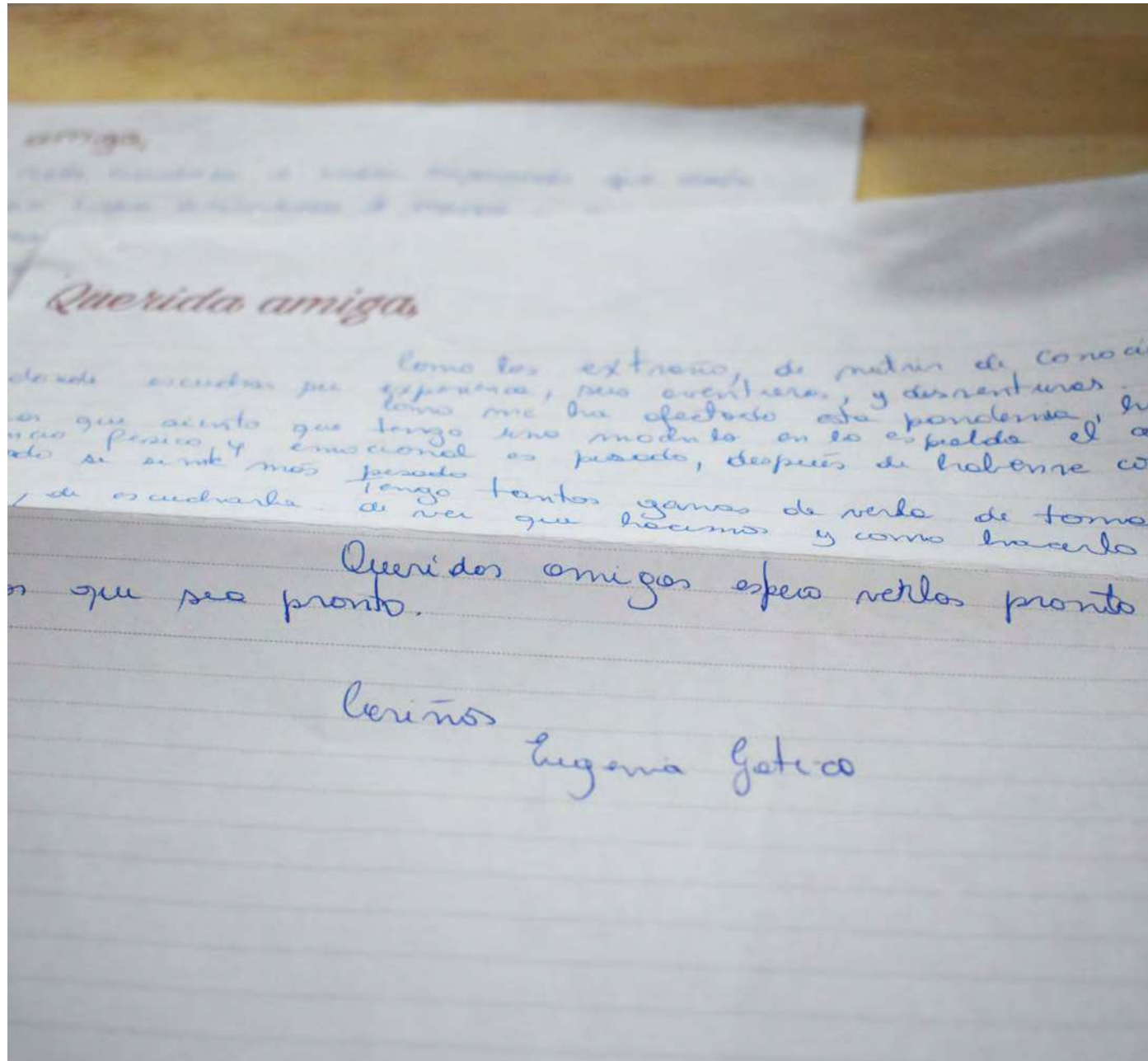
POSTALES Y STICKER

De recuerdo con frases inspiradoras, impresos en imprenta.



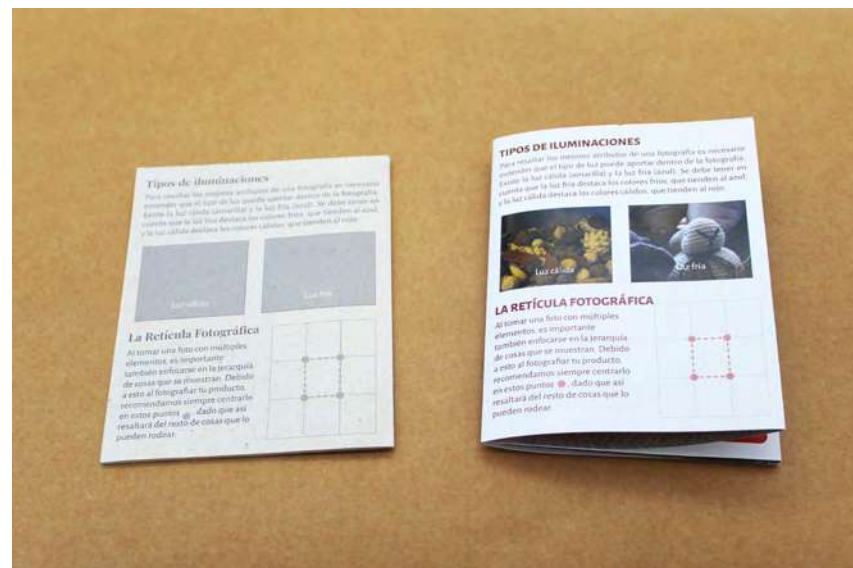
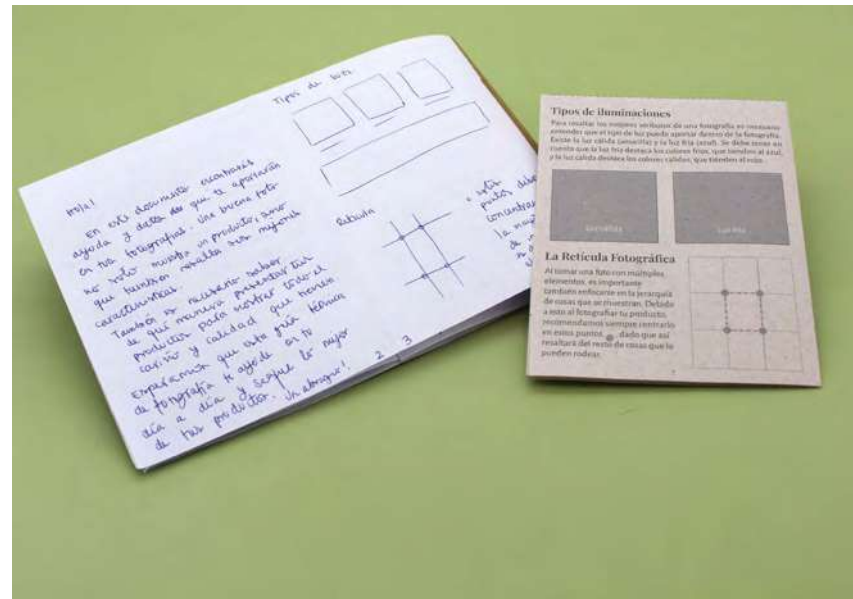
ACTIVIDAD DE QUERIDA AMIGA:

Actividad hecha con el fin de **unir** y comunicar a la agrupación luego de todo este tiempo de confinamiento. Se decide que cada artesana escriba una carta a mano, dirigida a todas en la agrupación para luego reunir las y entregar un compilado de estas a cada una. Este ejercicio no tiene fines investigativos, más bien es una actividad emocional y dedicada a quienes fueron parte de este proyecto.



GUÍA TÉCNICA DE VÍDEO Y FOTOGRAFÍA:

Hecha con la función de enseñar conceptos útiles y maneras de grabar vídeos y tomar fotos. Se diseña en una hoja doble carta, la cual por medio de dobleces a modo de fanzine, permite incluir distintos tópicos de información de manera visual.



Para ver los contenidos de la guía en detalle, favor dirigirse al siguiente link :

<https://drive.google.com/drive/folders/16QVgkCvpqtywKcKWVpvzfDwjYK4Pv?usp=sharing>



Hola! qué tal estamos

En esta guía técnica encontrarás consejos para grabar un video, entre los tips están para ayudarte con los colores en las actividades. Lo más importante al momento de grabar es siempre iluminar y estar en un lugar que te ayude a capturar el momento más importante de la cámara.

Espero que a partir de las actividades compartas estos tips con tu familia y amigos. **Una recomendación de que siempre se debe tener en cuenta es elegir un lugar limpio y adecuado para tomar la fotografía.**

Espero que esta guía técnica de fotografía te ayude en tu día a día y potencie lo mejor de tu emprendimiento y productos.

Un abrazo y muchas gracias!

Florencia

Hola, cómo estás?

En esta pequeña guía práctica encontrarás ayuda y consejos que te apoyarán para tomar una mejor fotografía con una cámara o celular. Como muchos saben, una buena foto no sólo ayuda a mostrar bien un producto, sino que también resalta sus mejores características y atrae el ojo del comprador.

Dentro de esta guía podrás aprender también cómo presentar tus productos y demostrar la excelente calidad y trabajo que llevas a cabo. Antes de que te adentres de lleno en el mundo de la fotografía, tenemos unas recomendaciones básicas para tener en cuenta.

1. Elige un lugar limpio y adecuado para tomar la fotografía
2. Procura que la cámara tenga el lente limpio y esté enfocada
3. Prueba distintos encuadres y vistas al tomar la foto del producto, es mejor que sobren fotos a que falten!

Espero que esta guía técnica de fotografía te ayude en tu día a día y potencie lo mejor de tu emprendimiento y productos.

Un abrazo,
Florence

TIPOS DE ILUMINACIONES

Para resaltar los mejores atributos de una imagen, es importante entender que el tipo de luz puede aportar diferentes efectos. Existe la luz cálida (amarilla) y la luz fría (azul). Recuerda que la luz fría destaca los colores fríos, que la luz cálida destaca los colores cálidos, por lo tanto...



luz cálida



LA RETÍCULA FOTOGRÁFICA

Al tomar una foto con múltiples elementos es importante tener en cuenta la jerarquía de los elementos que se muestran. Debido a esto, recomendamos siempre centrar el producto principal en el punto de enfoque, dado que así se garantiza el resto de cosas que se muestran en la imagen.

ACTIVIDADES DE IDENTIDAD LOCAL:

Parte importante del toolkit son las actividades hechas con el fin de **rescatar la identidad local**. Se determinaron 8 actividades obligatorias y una extra, en pos de rescatar la identidad local y formar un **relato** de marca, se abordaron dos temáticas principales para ser tratadas por las artesanas, las cuales eran relacionadas con el **oficio artesanal** y el **entorno natural** que se encuentran. El objetivo de este instrumento era que las artesanas por medio de la **reflexión**, respondieran las preguntas que darían nociones o bases de la identidad local. Esta acción era de gran importancia para posteriormente ser analizadas las respuestas del colectivo y formar el relato de la agrupación.



COSTOS DEL KIT

PRODUCTO		VALOR UNITARIO	UNIDADES	VALOR TOTAL	IVA	DESPACHO	TOTAL
Caja rectangular cartón corrugado 20x30x10	ElionGrafic Valdivia	\$1.053	12	\$12.636	\$2.964	\$2.000	\$17.600
Stickers adhesivos troquelados dos modelos	Punto Creativo Valdivia	\$360	50	\$18.000	\$3.420	\$-	\$21.420
Afiches 48x33 color	Punto Creativo Valdivia	\$1.459,0	24	\$35.016	\$6.653	\$-	\$41.669
Postales 3 modelos	Punto Creativo Valdivia	\$333,3	36	\$11.999	\$2.280	\$-	\$14.279
Huinchas de papel bond color 65x8	Punto Creativo Valdivia	\$333	12	\$4.000	\$760	\$-	\$4.760
Lápiz técnico H	Librería Estrellita Valdivia	\$190	12	\$2.280	\$433	\$-	\$2.713
Lápiz pasta Pilot	Librería Estrellita Valdivia	\$210	12	\$2.520	\$479	\$-	\$2.999
Cinta de enmascarar	Librería Estrellita Valdivia	\$750	1	\$750	\$143	\$-	\$893
Sobre americano 25 unidades	Librería Estrellita Valdivia	\$34	25	\$850	\$162	\$-	\$1.012
Papel mantequilla 40 grs	Librería Estrellita Valdivia	\$170	2	\$340	\$65	\$-	\$405
Bandeja rectangular cartón	Vanni Valdivia	\$75,114	15	\$1.127	\$214	\$-	\$1.341
Maicénitas	Caramelo Pastry Futrono	\$250	22	\$5.500	\$-	\$-	\$5.500
Muffins de chocolate	Caramelo Pastry Futrono	\$250	11	\$2.750	\$-	\$-	\$2.750
Profiteroles	Caramelo Pastry Futrono	\$350	11	\$3.850	\$-	\$-	\$3.850
						TOTAL GASTOS	\$121.189



Marlis Martinez. Registro personal. (2021)

4.5 Puesta en escena

DESCRIPCIÓN:

Esta etapa consta en la **experiencia de trabajo semi remota** para que cada artesana de indicios de su percepción de identidad local. Para esto, se imprime y arma el toolkit "Teje", que corresponde a una serie de elementos análogos con el fin de rescatar de manera individual lo que significa para cada artesana su entorno y oficio.

Esta etapa es la que posee mayor participación artesana al requerir **espacios de comunicación** y reflexión en conjunto con la diseñadora, esto se debe a que es imperativo que por medio de la participación de las integrantes de la agrupación se desprendan las nociones o bases para la articulación de la identidad local. Toda la puesta en escena se lleva a cabo bajo el viaje de usuario hecho en las iteraciones.



Nieves Calcumil recibiendo Kit Teje en su taller.Registro personal. (26 de Mayo de 2020)

OBJETIVOS:

- 1 - Entregar Kit a cada artesana en su hogar y explicar usabilidad y tiempos.
- 2 - [Artesanas] Por medio de la reflexión y actividades, completar nociones de lo que significa identidad local en cada artesana.
- 3 - Desarrollar actividades teniendo como base el viaje de usuario
- 4 - Testear efectividad del Kit al final de la experiencia en relación a la participación

ACTORES:

- Diseñadora
- Agrupación de artesanas en lana.

ACTIVIDADES CLAVE

- 5 - Impresión y compra de componentes del Kit en emprendimientos locales, posterior armado.
- 6 - Visitar a las 11 artesanas en sus casas, entrega de Kit y determinación de tiempos de entrega.
- 7 - Monitorear avances vía telefónica o Whatsapp
- 8 - Recepción de respuestas luego de dos semanas



ENTREGA DE KIT

A partir de lo planificado en el viaje del usuario, se viaja por la provincia nuevamente entregando puerta a puerta en la casa de las artesanas el Kit Teje. En esta instancia se explica lo que contiene el Kit y se determinan nuevas visitas y fechas de entrega.



Entrega de Kit. en casa de Bernardita Quinidantes. Cortesía de Gabriela Olcese. (25 de mayo de 2020)

RESULTADOS:

- Por medio de la experiencia en terreno, surgieron **cambios en relación a la presencialidad y monitoreo** por parte de la diseñadora. Se aumenta en la programación una visita más a las artesanas para ayudarles a completar lo que falte del cuestionario. Esto no sólo aseguró que se tuvieran las respuestas, sino que también **reforzó relaciones de confianza** entre la artesana y la diseñadora al demostrar preocupación y apoyo en el proceso.
- Este mismo proceso de acompañamiento más cercano refuerza la necesidad de tener componentes presenciales en el proceso y no sólo al inicio, dado que de esta manera se logra conocer a la artesana en profundidad, donde se descubren sus habilidades y necesidades.
- A partir del desarrollo del modelo y los cambios llevados en el proceso, aparece otra oportunidad a partir del modelo de intervención, en la que por medio de las visitas uno a uno se logra conocer de manera profunda la **productividad y habilidades** de cada mujer. Esto da indicios para proponer una **identidad productiva** en base a las habilidades y sueños de las mujeres, que dialogue con las necesidades de la administración de Casa Küc.
- El índice de respuesta de esta etapa fue de un **100%**, logrando desarrollar todas las actividades. En algunos casos se necesitó un poco de apoyo de la diseñadora en el desarrollo de estas, en otros casos se brindó una asistencia completa en el desarrollo de las actividades
- En el final de esta etapa, surgen ideas del modelo de intervención final a partir de las reflexiones hechas por medio de la experiencia en terreno.



María Alvia. Registro personal. (2021)

“A veces planifico, pero frente al telar
sale algo totalmente diferente.
Juego con las lanas en las pieceras”

— Eliana Reyes

REGISTRO DE VISITAS: LAS ARTESANAS Y SUS PRODUCTOS.



Cecilia Madonado. Registro personal. (25 de mayo de 2020)



Juana Pinuer. Registro personal. (7 de junio de 2020)

REGISTRO DE VISITAS: TÉCNICAS TEXTILES



Selma Asencio y técnica de Barracán. Registro personal. (25 de mayo de 2020)



Juana Pinuer y la orquilla. Registro personal. (7 de junio de 2020)

4.6 Reflexión final

DESCRIPCIÓN:

La etapa final del proyecto contempla el análisis de las experiencias y respuestas de las artesanas con el fin de generar una propuesta formal para Casa Küc. Junto con lo anterior, se analiza el desarrollo del proyecto y su proceso en pos de abstraer y resumir la metodología de intervención desde el diseño.

OBJETIVOS:

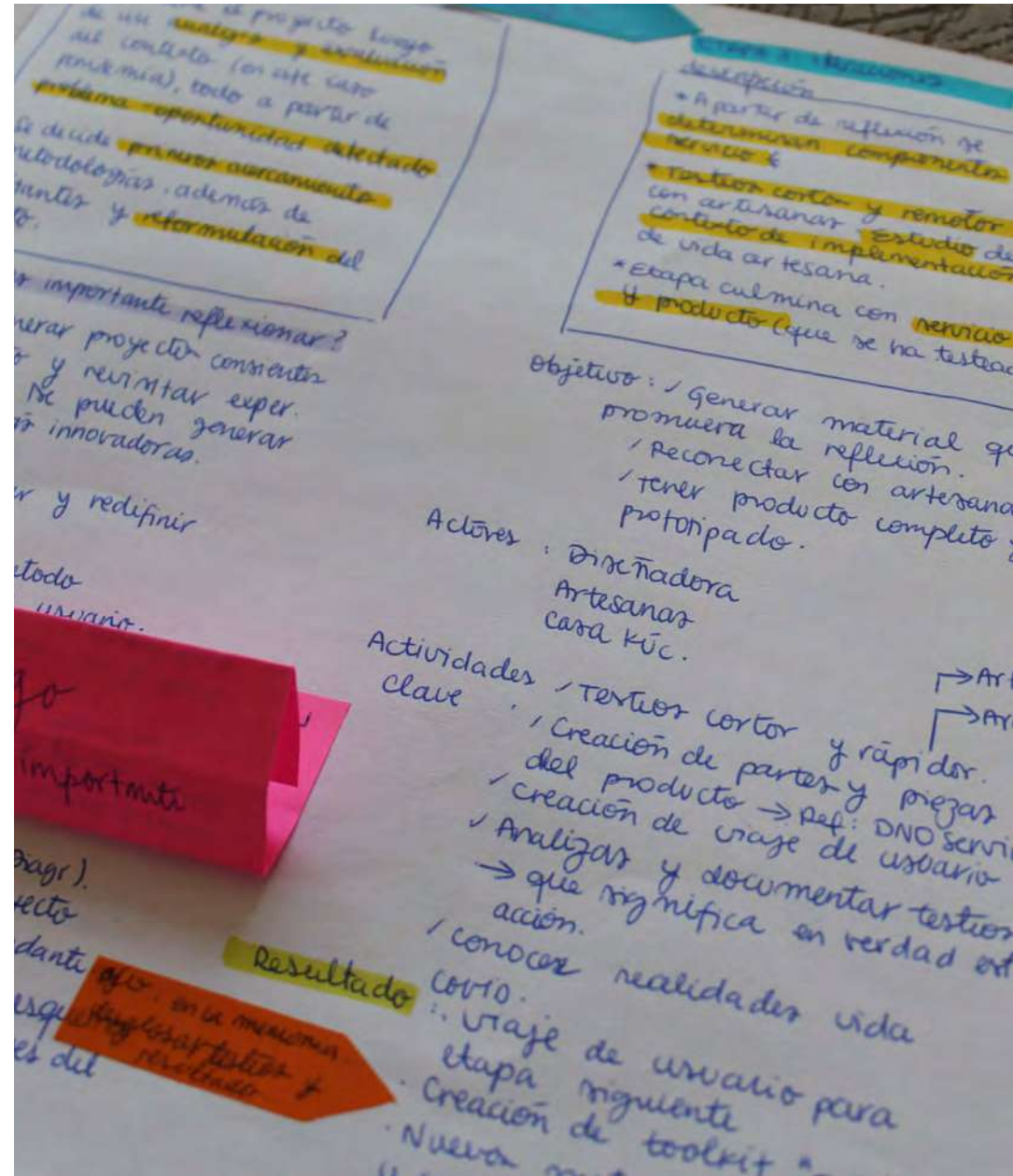
- 1 - Revisar y reflexionar sobre la experiencia completa y percepciones que se desprenden de esta.
- 2 - Síntesis del modelo de intervención
- 3 - Creación de propuesta formal a Casa Küc (mandante)

ACTORES:

- Diseñadora

ACTIVIDADES CLAVE

- 1 - Evaluar efectividad y acciones del proceso propuesto al inicio del proyecto
- 2 - Rescatar puntos clave del modelo de intervención
- 3 - Analizar actividades de las artesanas y crear propuestas de manual de identidad productiva y aplicación de relato e identidad local.



RESULTADOS:

- Revisión de actividades del Kit y articulación de identidad local. A partir del estudio de la marca se genera una propuesta acompañada por los nuevos hallazgos.
- Creación de bases del modelo de intervención en relación con sus actividades clave, actores, desarrollo de puntos de contacto y beneficios generales.
- Comunicación con administración de Casa Küc para comentar experiencia en terreno y entregables. A partir de este interés se propone la **creación colaborativa de manual productivo** en base a necesidades formales de administración y propuestas de artesanas.
- Se entrevista en mayor profundidad al lado creativo de Casa Küc para entender el panorama completo y se tienen nuevos acercamientos del resultado propuesto para el manual de identidad productiva, donde en base a mediación de necesidades de ambas partes se genera un producto manual que no solo estandarice productos, sino que también presente la posibilidad de caminos para la innovación bajo ciertas reglas constructivas.



Arcoiris desde playa san Pedro. Registro personal. (2021)

Resultados actividades de Kit Teje:

Luego del análisis de las respuestas de cada artesana en las actividades llevadas a cabo en el Kit Teje, se evaluó no sólo el contenido y cómo éste aportaba dentro del relato de la identidad local, sino que este punto del proyecto permitió **testear** qué tipo de actividades sirven y qué preguntas dan más información para articular tal relato.

Antes de evaluar aquellas actividades que fueron claves en el rescate de identidad local, es importante destacar que se cumplió con el objetivo de generar un proceso reflexivo sobre la agrupación, ya que por medio de las actividades escritas se logró ahondar en temáticas que forman la identidad de la agrupación. Gracias al registro escrito se puede articular un relato local que es complementado con las conversaciones y experiencias en terreno, éste relato escrito sobre su entorno y relación con la práctica artesanal son puntos claves para articular un relato local que se aplique a la tienda.

En este proceso se destaca la importancia de un componente remoto y análogo al tener respaldo escrito que demuestra la reflexión de cada participante sobre las temáticas que se abordaron en las actividades.

En relación a los componentes interactivos del kit, donde se requería hacer fotos o grabar videos, se obtuvo un bajo índice de respuesta por la falta de acompañante digital y las dificultades tecnológicas que tiene la agrupación. Debido a esto, se propone eliminar estas actividades y proponer la realización de videos para etapas futuras de visibilización de la agrupación en las plataformas de la tienda.





ACTIVIDAD 1

MI ENTORNO LOCAL

Escribe en el recuadro de abajo con que personas, comunidades o empresas te relacionas en la vida diaria. Apunta cerca del centro quienes tienen mayor importancia y más lejos quienes tienen menor importancia.

Objetivo de actividad

Reconocer la jerarquía de actores que rodean a la artesana en su día a día.

Tipo de resultado y evaluación

Resultado cuantitativo, se subdivide en sectores del cuadro y analiza el nivel de importancia de los actores. Luego se resume la información graficando la dispersión e importancia que fue en general de la agrupación.

Evaluación del proceso, rendimiento

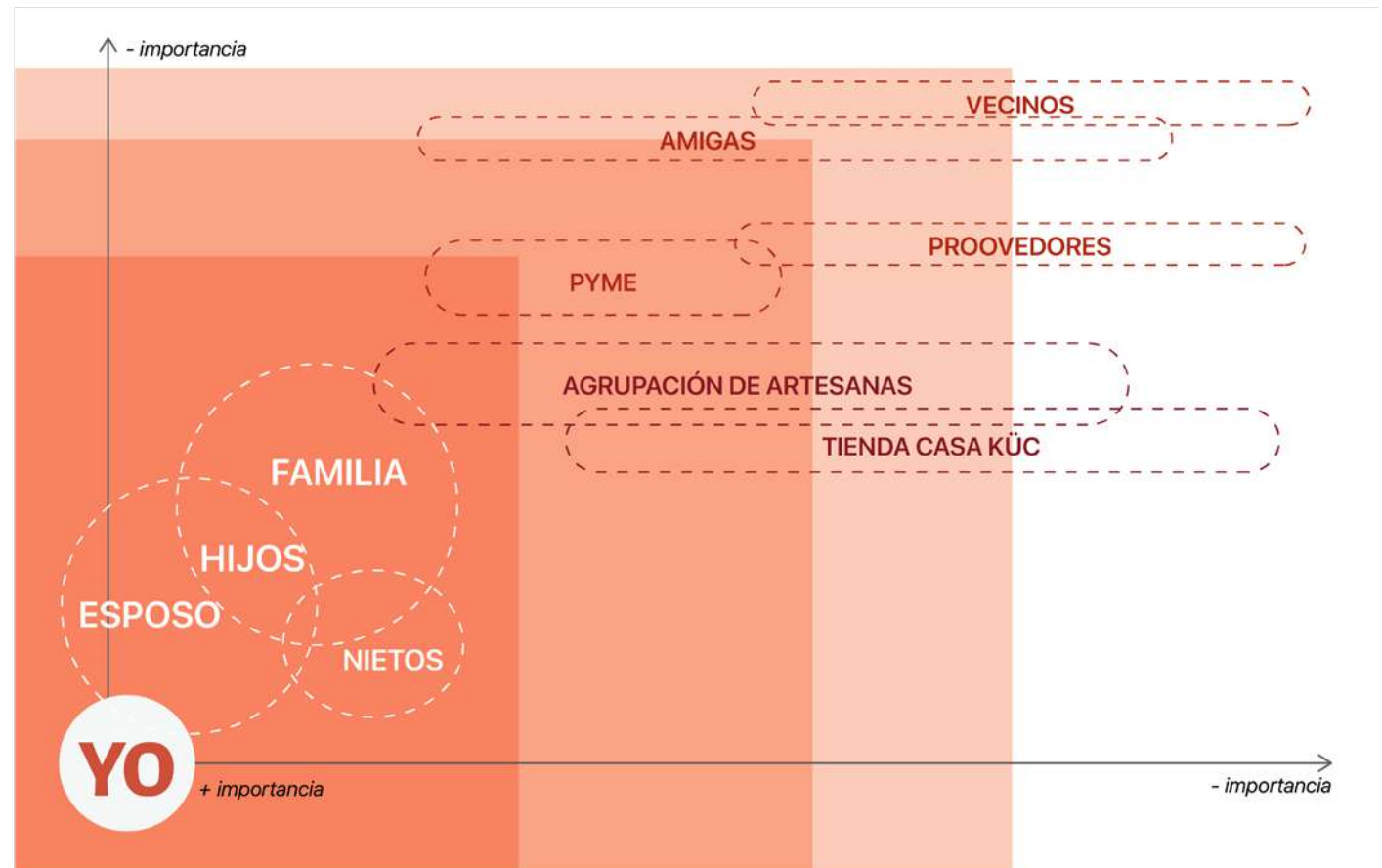
Evaluación positiva, el 100% entendió la actividad y dividió acorde a sus preferencias. En temas de diseño podría cambiarse la diagramación de la línea de importancia.

Conclusión ¿Funciona esto?

Esta actividad si funciona para entender las prioridades de cada participante. Debido a su utilidad, sería apropiado utilizarla en etapas iniciales del proyecto para tener una idea general de las prioridades de cada persona.

Para ver más respuestas, dirigirse a Anexo 1 en la página 155

VISUALIZACIÓN



Resumen y dispersión de respuestas de la agrupación

Elaboración personal. (2021)



ACTIVIDAD 2

MI TRABAJO ESPECIAL

Selecciona un producto que más te guste confeccionar, ya sea por sus colores, diseño o su connotación emocional. **Registra** el producto por medio de una foto y explica abajo por qué lo elegiste.

Objetivo de actividad

Por medio del registro escrito y fotográfico, conocer qué tipología de productos les gusta confeccionar a cada participante y qué técnicas textiles les gusta más llevar a cabo.

Tipo de resultado y evaluación

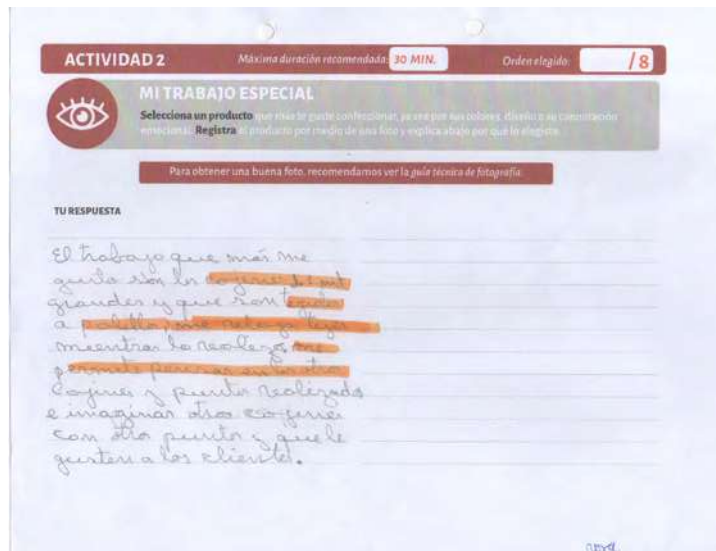
Resultados cuantitativos por medio de la clasificación del tipo de producto que seleccionan. Resultados cualitativos al recopilar reflexiones y argumentos de la selección del producto.

Evaluación del proceso, rendimiento

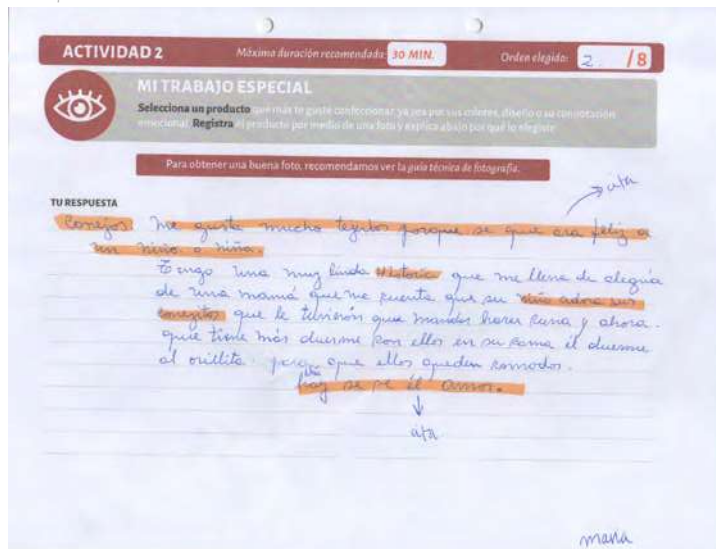
Evaluación parcialmente positiva debido a que no se cumplió el registro fotográfico del producto en algunas participantes. Aún así, se pudo entender en las respuestas los tipos de productos y técnicas que les gustaban emplear, las cuales vienen siempre acompañadas de una reflexión personal y emocional.

Conclusión ¿Funciona esto?

El componente escrito y reflexivo de esta actividad si funciona, dado que por medio de la escritura las mujeres explican su elección. El componente digital o interactivo es aquel que tiene menor índice de respuesta entre las mujeres, por lo que se recomienda eliminarlo.



Respuesta de .Rosa Bello



Respuesta de .María Alvial

RESPUESTAS DESTACADAS

Se recopilan citas destacadas de las artesanas con relación a pilares de identidad local.

- "Es gratificante ver el trabajo terminado al ponerle toda mi paciencia" Cecilia
- "Juego con las lanas en las pieceras y les pongo nombre" Eliana
- "Me gusta hacer productos en tela mapuche, porque no quiero que se pierda mi tradición" Nieves
- "Los hago(sus productos) con mucho amor, al momento de hacerlo me provoca relax" Mónica
- "Me gustan los colores naturales y el teñido natural, lo hago en las noches cuando estoy tranquila" Selma

Para ver más respuestas, dirigirse a Anexo 2 en la página 156



ACTIVIDAD 3

SOBRE MÍ

A partir de tu relación con la artesanía, **escribe** en los recuadros de abajo una respuesta a **lo que sientes** en el momento de confeccionar una pieza artesanal.

Objetivo de actividad

Entender la lógica y emociones que vive la artesana al momento de crear una pieza artesanal. Es una actividad para entender cómo se ven ellas en el proceso y que las motiva.

Tipo de resultado y evaluación

Resultado cuantitativo al clasificar las respuestas en torno a cada pregunta.

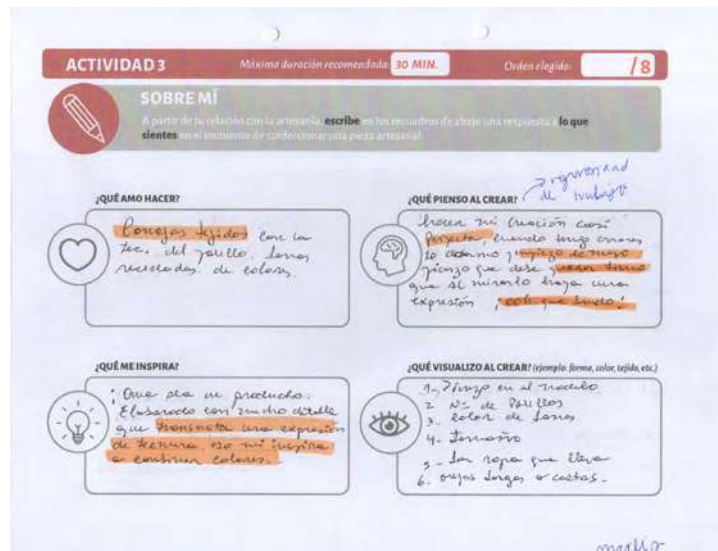
- 1- Tipo de producto que les gusta hacer.
- 2- Fuentes de inspiración.
- 3- Contexto de trabajo.
- 4- Planificación al crear.

Evaluación del proceso, rendimiento

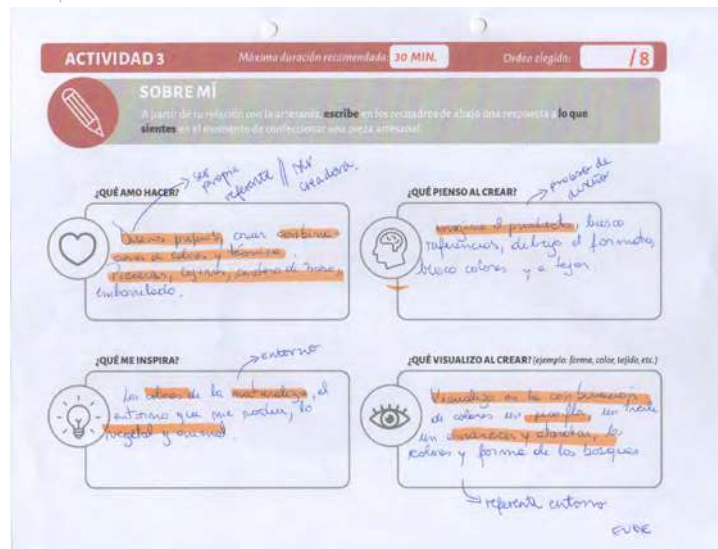
Proceso de respuestas variadas, pero por medio de la repetición de conceptos se puede caracterizar a la artesana y su proceso de trabajo. Gracias a todas las respuestas se obtiene una caracterización hecha de las mismas artesanas.

Conclusión ¿Funciona esto?

Por medio del proceso reflexivo con su trabajo, se puede entender cómo funciona la artesana. Esta actividad funciona no sólo para entender la autoimagen de las mujeres, sino que es un componente importante en la creación de identidad local al reconocer varios conceptos que unen a las participantes.



Respuesta de .Marlis Martínez



Respuesta de .Eugenia Gatica

RESPUESTAS DESTACADAS

Se recopilan citas destacadas de las artesanas con relación a pilares de identidad local.

- "Visualizo en la combinación de colores de un picaflor, un treile, un amanecer y atardecer, los colores y la forma de los bosques" Eugenia

Observación general: Se rescataron **conceptos clave** que identifican a las artesanas, tales como: creadoras, perfeccionistas, rigurosas, influenciadas por el entorno y naturaleza, son innovadoras, crean el mejor producto pensado en el cliente, poseen un proceso de trabajo y le dan importancia al color y sus combinaciones.

Para ver más respuestas, dirigirse a Anexo 3 en la página 157



ACTIVIDAD 4

QUÉ SIGNIFICA MI ENTORNO

Comenta en un audio o video ¿qué significa para tí tu entorno? ¿Qué es lo que más te gusta de este y cómo vives tu día a día en él?.

Objetivo de actividad

A partir de la reflexión hablada, explicar la importancia del entorno para cada mujer. Se deja espacio para que puedan escribir puntos importantes de la reflexión antes de grabar.

Tipo de resultado y evaluación

Resultado cualitativo por medio de la recopilación de reflexiones clave de las artesanas.

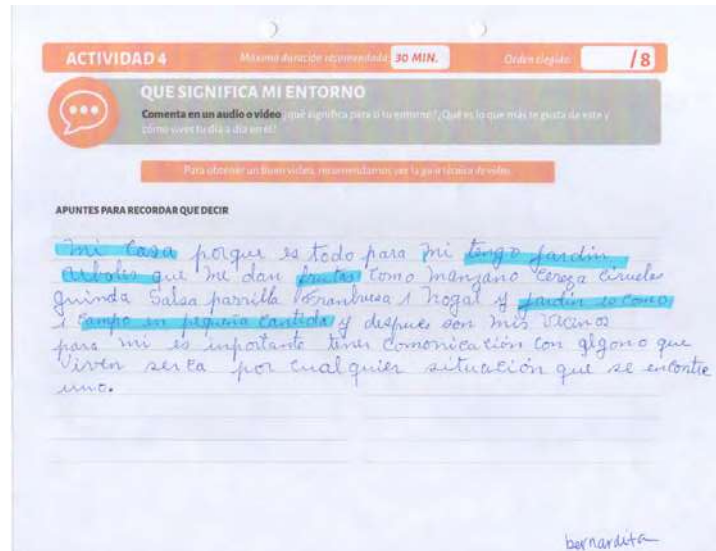
Resultados cuantitativos que se clasifican en el tipo de lugar seleccionado.

Evaluación del proceso, rendimiento

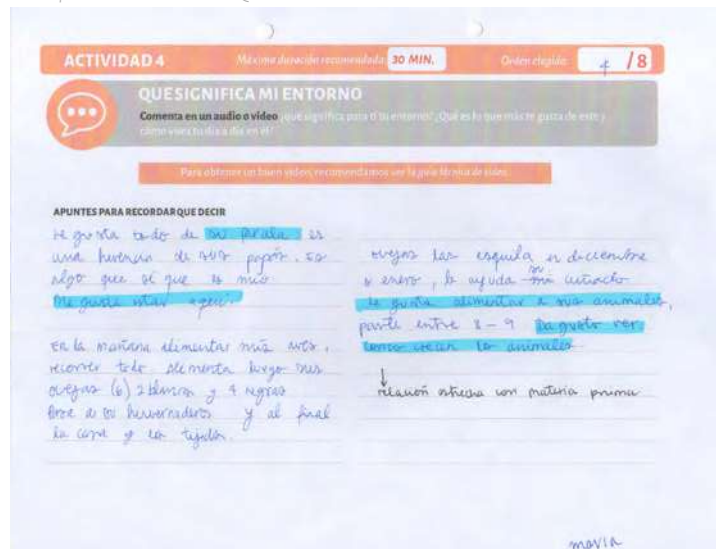
No se recibe ninguna respuesta por audio, más bien todas responden en la misma hoja. En esta actividad se reconocen variados lugares que inspiran y dan comodidad a las participantes, es posible rescatar numerosas reflexiones importantes para el relato local.

Conclusión ¿Funciona esto?

Gracias a las respuestas escritas se entienden no solo las preferencias de cada una, sino que también de dónde viene su fuente de inspiración. Se recomienda mantener esta actividad, pero sacar el componente de audio al no tener respuestas por ese medio y mantener los medios de escritura y análogos.



Respuesta de .Bernardita Quinidantes



Respuesta de. María Alvia

RESPUESTAS DESTACADAS

Se recopilan citas destacadas de las artesanas con relación a pilares de identidad local.

- "Veo la diversidad que existe e intento rescatar sus colores" Rosa
- "Me encanta el aire sureño y su tranquilidad" Juanita
- "Mi hogar es mi primera inspiración" Mónica

Observación general: Además de tener un apego notorio al entorno natural como fuente de inspiración y materias primas, muchas participantes declaran sus talleres y casas como lugares favoritos por la tranquilidad que poseen al trabajar.

Para ver más respuestas, dirigirse a Anexo 4 en la página 157



ACTIVIDAD 5

MI ESPACIO

Queremos saber donde ocurre la magia! En un **video** de máximo 2 minutos, **muéstranos tu espacio , materiales o implementos de trabajo.** Pide ayuda a tu acompañante digital para que grabe mientras nos muestras tu espacio, materiales o implementos.

Objetivo de actividad

Grabar un video para tener material que visibilice a las artesanas en las RRSS de Casa Kúc. Video pide mostrar espacio de trabajo o implementos que usa la artesana para la creación artesanal.

Tipo de resultado y evaluación

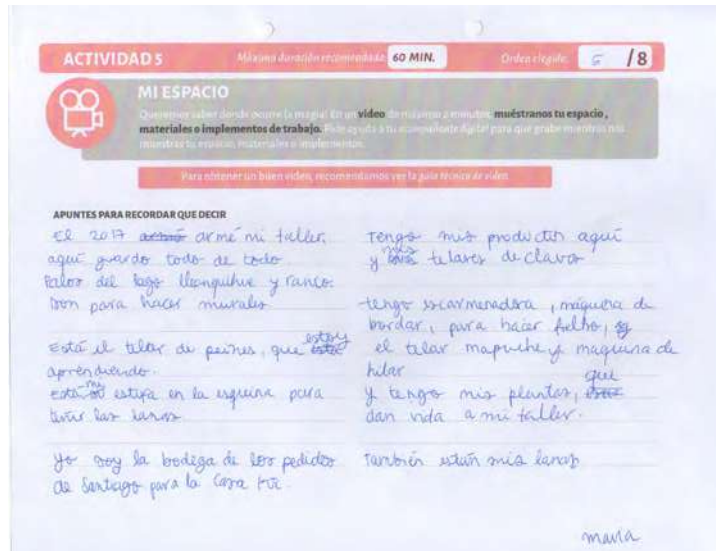
Resultado basado en la recepción de videos y en el contenido. Se espera que con la ayuda de los acompañantes digitales las artesanas puedan mostrar sus lugares de trabajo o implementos.

Evaluación del proceso, rendimiento

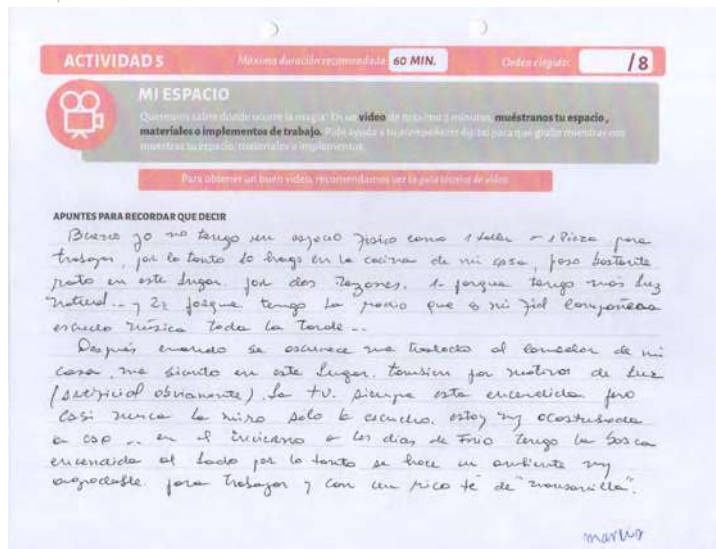
Se obtuvo una baja respuesta en relación a los videos por falta de acompañante digital, pero aún así se responde de manera escrita lo que se hablaría en el video y la recepción de estos se aplaza para una nueva visita.

Conclusión ¿Funciona esto?

Es necesario planificar y coordinar de mejor manera esta actividad para poder obtener mayor respuesta por parte de las artesanas. Se recomienda la inserción de un encargado para grabar en casa a cada mujer, con el fin de obtener grabaciones de calidad y homogéneas.



Respuesta de .María Alvia



Respuesta de .Marlis Martínez

Para ver más respuestas, dirigirse a Anexo 5 en la página 158

En el siguiente link se generó un repositorio de los videos recibidos y grabados sin editar.

<https://drive.google.com/drive/folders/18wvr6WynR1Mi-wL--WJNpPpzsfkL3b50?usp=sharing>



ACTIVIDAD 6

MI LUGAR FAVORITO

Fotografía con tu celular tus lugares preferidos, esto puede ser en tu casa, patio, taller o cualquier lugar que tú quieras. Luego selecciona tus favoritos y **escribe** abajo la razón de tu elección.

En caso de no poder salir, puedes elegir fotos antiguas o de internet.

Objetivo de actividad

Por medio del registro fotográfico y reflexión, entender cómo el ecosistema impacta sobre las mujeres, además de conocer qué lugares prefieren las artesanas.

Tipo de resultado y evaluación

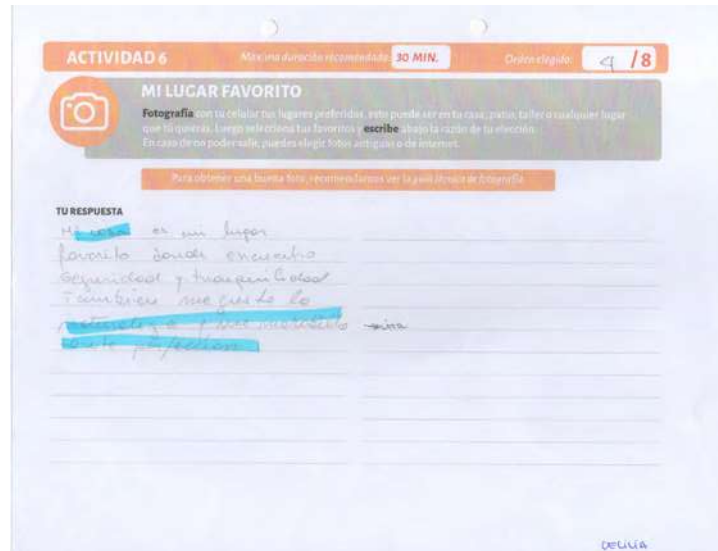
Resultado cualitativo por medio de la recopilación de reflexiones clave de las artesanas. Resultados cuantitativos que se clasifican en el tipo de lugar seleccionado.

Evaluación del proceso, rendimiento

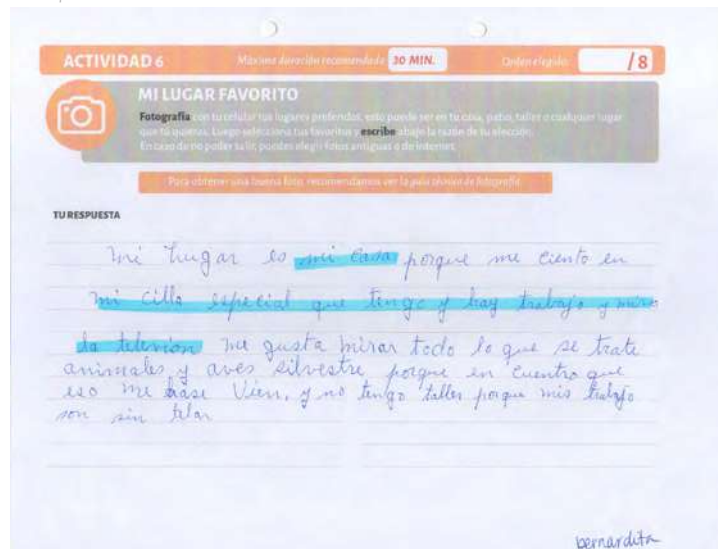
Respuesta con poco respaldo fotográfico, pero alto nivel reflexivo. Se logra entender los lugares que prefiere cada participante, pero hay bajo desarrollo escrito en comparación a actividades anteriores.

Conclusión ¿Funciona esto?

Aunque hay un componente reflexivo que aporta sobre el relato local, se recomienda eliminar esta actividad debido a su similitud con actividad 4. Se puede evaluar su mantención con cambios en qué pedir para la actividad sobre el tipo de lugar.



Respuesta de Cecilia Maldonado.



Respuesta de Bernardita Quindantes.

RESPUESTAS DESTACADAS

Se recopilan citas destacadas de las artesanas con relación a pilares de identidad local.

- "Mi lugar favorito es mi taller porque tengo la tranquilidad para hacer mis cosas" María
- "Mi lugar favorito es mi casa, porque me siento en mi silla especial que tengo y ahí trabajo y miro la televisión" Bernardita

Observación general: Al igual que en actividades anteriores, se denota un apego a sus ambientes cotidianos como talleres, casas y tiendas, dado que representan lugares de tranquilidad. Aún así hay casos de mayor gusto por ambientes naturales que las inspiran.

Para ver más respuestas, dirigirse a Anexo 6 en la página 158.



ACTIVIDAD 7

HOLA, ¿QUÉ TAL?

Es hora de conocerte! Con la ayuda de tu acompañante digital, **graba un video** de máximo 2 minutos presentándote y comentando sobre tí. No olvides decir tu nombre y sector donde vives, que técnicas textiles practicas y que eres parte de la Agrupación de Artesanas de Casa Küc.

Objetivo de actividad

Grabar un video para tener material que visibilice a las artesanas en las RRSS de Casa Küc. Video que muestra a la artesana y su historia, con el fin de conocer quienes están dentro de la confección de las piezas artesanales.

Tipo de resultado y evaluación

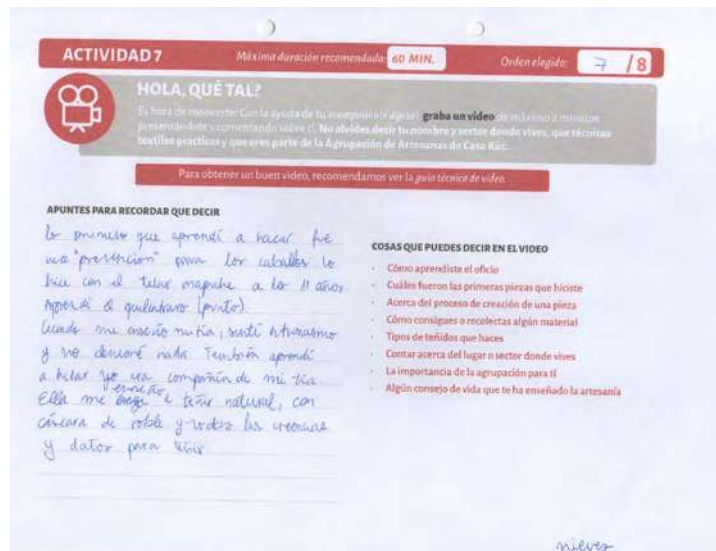
Resultado basado en la recepción de videos y en el contenido. Se espera que con la ayuda de los acompañantes digitales las artesanas puedan presentarse y hablar de un tema sugerido.

Evaluación del proceso, rendimiento

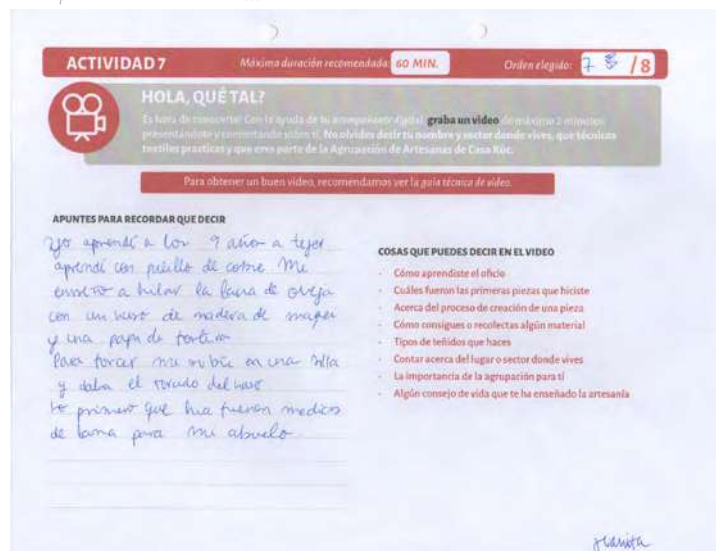
Se obtuvo una baja respuesta en relación a los videos por falta de acompañante digital, pero aún así se responde de manera escrita lo que se hablaría en el video y la recepción de estos se aplaza para una nueva visita.

Conclusión ¿Funciona esto?

Es necesario planificar y coordinar de mejor manera esta actividad para poder obtener mayor respuesta por parte de las artesanas. Se recomienda la inserción de un encargado para grabar en casa a cada mujer, con el fin de obtener grabaciones de calidad y homogéneas.



Respuesta de . Nieves Calcumil



Respuesta de . Juanita Pinuer

Para ver más respuestas, dirigirse a Anexo 7 en la página 159

En el siguiente link se generó un repositorio de los videos recibidos y grabados sin editar.

<https://drive.google.com/drive/folders/18wvr6WynR1Mi-wL--WJNpPjzsfkL3b50?usp=sharing>



ACTIVIDAD 8

DIBUJO MI ENTORNO

En el recuadro de abajo, **escribe, dibuja, teje o borda** aquello que sientas es característico de la zona que vives. Pueden ser dibujos sueltos, una escena o palabras que te inspiren en relación a la naturaleza del lugar que vives.

Objetivo de actividad

Por medio de la expresión gráfica se espera reconocer formas pictóricas que den pie a símbolos importantes para las artesanas en relación a su entorno natural.

Tipo de resultado y evaluación

Se evalúa de manera cuantitativa y se rescatan los símbolos o dibujos hechos por las mujeres.

Evaluación del proceso, rendimiento

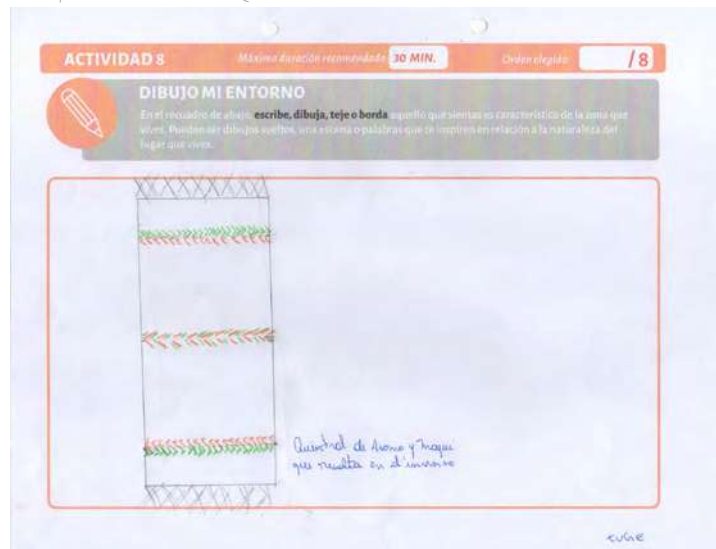
Respuesta con bajo rendimiento creativo en relación al encargo. Se repite mucho el uso de expresiones sobre el entorno pero no hay contenido gráfico que se pueda rescatar.

Conclusión ¿Funciona esto?

Al tener un bajo cumplimiento de la actividad, se recomienda sacar para no sólo acortar el número de actividades y bajar el cansancio que puedan generar. Sino que se propone generar actividades de esta índole creativa en instancias presenciales y grupales donde se utilicen métodos como el uso de moodboards u otros.



Respuesta de .Bernardita Quinidantes



Respuesta de .Eugenia Gatica

RESPUESTAS DESTACADAS

Se recopilan citas destacadas de las artesanas con relación a pilares de identidad local.

- "Quintral de aroma y maqui que resalta en el invierno" Eugenia
- "Amo la Naturaleza en todo su esplendor" Marlis
- "Me encanta cuando llueve y el viento" Selma

Para ver más respuestas, dirigirse a Anexo 8 en la página 159



ACTIVIDAD EXTRA

TITULO

Ahora tienes la oportunidad de **escribir ideas, propuestas o sueños** para hacer en el futuro junto a la agrupación y Casa Küc. Escribe abajo propuestas sin limitaciones! la gracia de esto es poder innovar en el futuro como agrupación.

Objetivo de actividad

Obtener ideas concretas por parte de la agrupación en torno a cosas que esperan o desean hacer junto a Casa Küc. Esta actividad es optativa y abre el espacio seguro para opinar sin miedo a ser juzgado, de esta manera se puede recopilar información honesta y significativa.

Tipo de resultado y evaluación

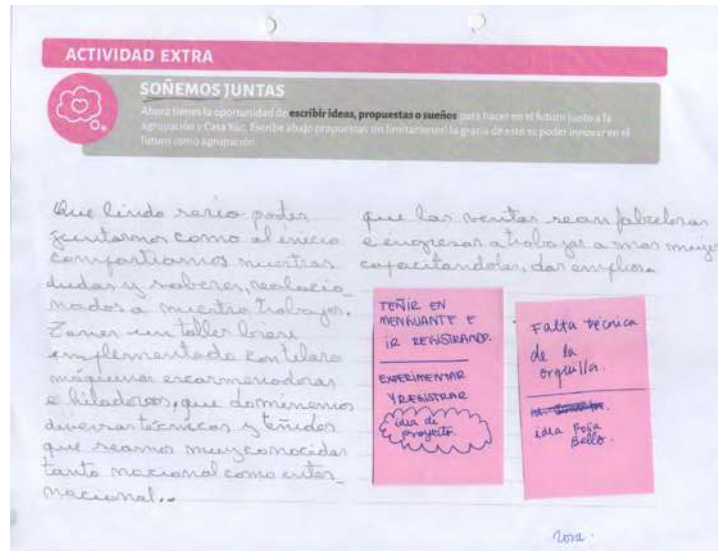
Se recolectan propuestas y jerarquiza la importancia según la repetición de ideas.

Evaluación del proceso, rendimiento

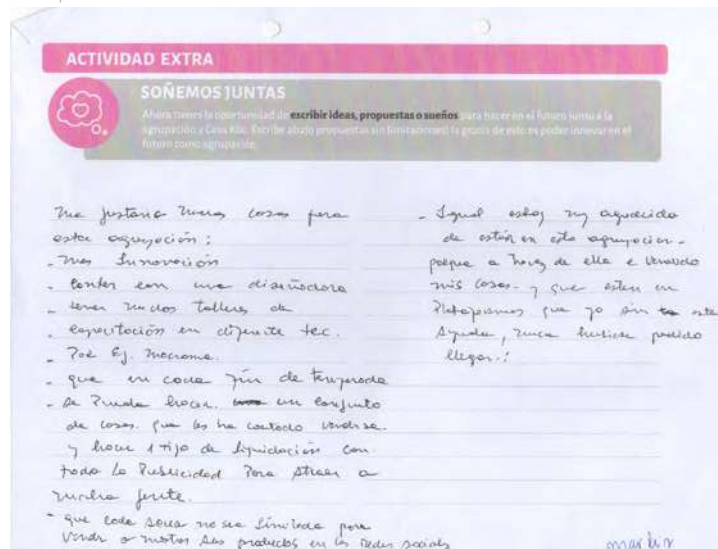
Al tener un alto índice de respuesta, se considera una actividad útil dentro del proceso, dado que da el espacio de opinar sobre temas concretos que desean innovar o traer a conversación.

Conclusión ¿Funciona esto?

Como una actividad para obtener ideas concretas, resulta una herramienta útil para trabajar en agrupaciones.



Respuesta de .Rosa Bello



Respuesta de .Marlis Martinez

RESPUESTAS DESTACADAS

- Incorporar nuevos diseños o técnicas.
- Ser una escuela de perfeccionamiento de artesanía, un referente para el entorno.
- Cambiar y ampliar paleta cromática con colores artificiales y naturales, no ser tan restrictivos.
- Ampliar áreas productivas.
- Tener más capacitaciones.
- Aumentar espacio de exposición en tienda.
- Crear diseños por temporada.
- Agrandar la agrupación.

CONCLUSIÓN DE RESULTADOS

En conclusión a esta etapa, se puede considerar que su rendimiento fue **favorable** para el desarrollo y análisis posterior de la metodología, no sólo como un componente de rescate de lo local, sino que también destaca la importancia de tener actividades análogas que toman más tiempo en su realización pero dan **insumos reflexivos útiles** para la construcción de un relato local. Como vimos en el desarrollo de las actividades, es necesario sacar el componente digital, dado que se desenvuelven de mejor manera en medios análogos y no hace falta tener un registro constante al ya tener una idea de entorno que rodea a las participantes.



“ Mi entorno (Nalcahue) es
mi vida, donde he realizado y
cumplido mis sueños ”

— Rosa Bello



CAPÍTULO 5

Propuesta Casa Küc

Resultado Metodológico

Resultados de la intervención — Contenido recopilado — Identidad local — Manual de identidad productiva

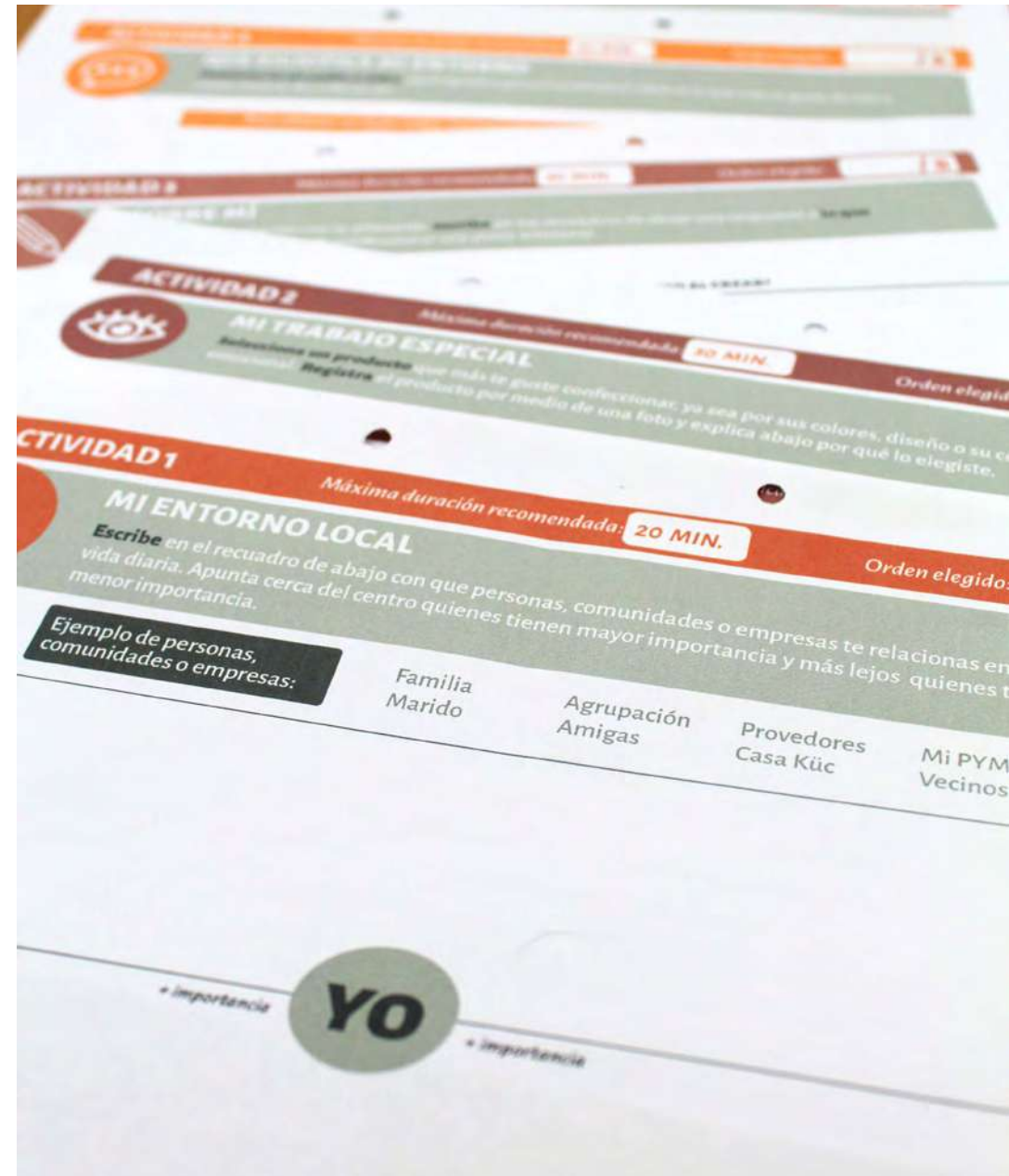


Hecho con ♥
por Selma

5.1 Sobre los resultados de la intervención

A partir de un análisis de las conversaciones con ambas contrapartes del proyecto y los insumos identitarios rescatados de cada actividad del Kit Teje, se determina generar como primer resultado del modelo de intervención, dos propuestas para Casa Kúc cuyo objetivo principal es no sólo rescatar la identidad local de la agrupación, sino que también **dialogar las necesidades** de ambas contrapartes en temas productivos y de innovación. Bajo la premisa de que se debe mediar las necesidades expuestas por las contrapartes, se diseñan alternativas y propuestas de implementación en áreas productivas y comunicativas de la marca.

La importancia de generar propuestas a partir del proceso llevado a cabo gracias al modelo de intervención, demuestra la efectividad del proceso en sí, al ser el diseñador capaz de extraer información y contenidos por medio de los pasos que realizó con los participantes en dicho proceso. Esto quiere decir que, el mismo desarrollo y "auto testeo" de cada etapa, trae consigo la respuesta a la interrogante planteada al inicio del proyecto que culmina con dos entregables a la contraparte para la implementación de propuestas en el futuro.



5.2 El contenido recopilado

Gracias a las visitas realizadas a la tienda física y a cada artesana en el desarrollo del proyecto, se recopiló información de distintas fuentes con el fin de tener material para generar respuestas a las interrogantes de los participantes. Por medio del registro fotográfico, análogo y hablado no sólo se crea y entiende el panorama general del proyecto, sino que también podemos rescatar puntos críticos de las temáticas tratadas y propuestas al inicio del proceso.

Por un lado es importante sortear el contenido en base a su tipología o temática, donde nos encontramos primeramente con una gran cantidad de **insumos reflexivos** en forma de citas que surgen por medio de conversaciones o actividades. Los insumos reflexivos generan un sustento **emocional** e identitario en las propuestas, que deben diseñar y mediar en base a las sensibilidades y percepciones de los participantes bajo determinados temas.

Por medio de la base emocional o reflexiva se entiende no sólo el núcleo de la identidad colectiva, más bien a partir del estudio de las singularidades de cada persona se logra identificar, qué aspectos los une como colectivo de manera ideológica y sentimental como ocurre

en el caso de las textileras de Casa Küc. Al entender la manera de pensar y las prioridades de cada persona, se facilita el diálogo y mediación de propuestas, basadas en una respuesta que viene de los mismos usuarios.

La recopilación de contenido reflexivo no sólo propone una **base ideológica** sobre la cual articular una identidad local, sino que además facilita entender prioridades que pueden ser comprometidas en el encuentro con las percepciones de administración. Al tener como base que un producto eficiente es el resultado de la mediación de necesidades, es posible articular relatos y propuestas que representen lo que significa la casa Küc como colectividad, es decir, las artesanas y mandantes.

Otro insumo que aporta a entender la productividad y tendencias de diseño en las artesanas es el **registro fotográfico** de sus productos, donde nos encontramos con divergencias entre los productos que entregan a la tienda y lo que hacen ellas para sus emprendimientos o gustos propios. Gracias a la fotografía y observación de lo que expone cada textilera en sus talleres o casas, se puede proponer un marco dentro del cual

innovar (siendo este un deseo de las artesanas) y al mismo tiempo descubrir oportunidades productivas para cada mujer, donde bajo la palestra de habilidades que ella posea, tenga la oportunidad de crear algo nuevo.

Para ver más contenido recopilado, dirigirse al siguiente link de Drive:

https://drive.google.com/drive/folders/1Y153-tH-QXdf4KLrjUA7U4qTcLtYCxp_3?usp=sharing

5.3 Propuesta de identidad local

A través de la observación en las etapas iniciales del proyecto, se percibe una carencia de identidad local que pueda transmitir los valores de la marca y agrupación por medio de un relato articulado. Teniendo como base esta necesidad, se propone **repensar la identidad local** que se tiene actualmente y a través de actividades junto con la agrupación, proponer un nuevo relato que se aplique en las plataformas de la marca y los productos artesanales.

Como punto de partida en la creación de un nuevo relato fue necesario entender lo que posee la tienda hoy en día, la cual a través de su plataforma Web da luces a lo que refiere un relato de marca, pero éste no se ve reforzado en una identidad completa en otras áreas comunicativas. Esto lleva a poner un refuerzo del relato e identidad a partir del trabajo en conjunto con la agrupación, quienes serán los responsables de dar los puntos clave en la articulación y renovación de la identidad.

Gracias a las actividades del Kit Teje y las conversaciones con las artesanas, se rescatan **tres conceptos clave** de la marca, que corresponden a: amor, artesanía y naturaleza. Estas fueron las temáticas principales que se abordaron

en el proceso de trabajo y demostraron ser relevantes para todas las participantes, dado que eran repetidas y surgían en las variadas instancias de intercambio. De estas interacciones se recopiló una serie de citas que alimentaban los conceptos principales e identidad grupal, que se formaba por cuatro percepciones principales.

Las citas e información recopilada se puede ver en Anexo 9 .

Para ver propuestas de Casa Küc, dirigirse al siguiente link: <https://drive.google.com/drive/folders/18xg-s8ZrD85Cgin2tkgFcRbANGYCDB7k?usp=sharing>

SE PROPONE ENTONCES UN REFUERZO DEL RELATO

Conceptos clave de la marca



AMOR



ARTESANÍA



NATURALEZA

Conceptos principales

A partir de los conceptos clave, en diálogo con las respuestas del Kit y la percepción de administración, se determinó que la **propuesta de valor** en Casa Küc es:

*Artesanía del sur
de Chile hecha con
materiales naturales
por mujeres de la zona.*

Entendiendo que la identidad de marca se basa en tres ejes, se diseña una propuesta comunicativa que abarque estos puntos para reforzar el relato e identidad de marca.

1. QUE COMUNICA LA MARCA:

Teniendo como base que todo lo que una marca hace o dice comunica al receptor, se **refuerza y rediseña** el relato de la tienda, en pos de destacar no sólo a los participantes, sino que también sus procesos, entorno y trayectoria. A partir de esto el **relato de marca** supone:

La agrupación de artesanas de casa Küc son más que solo artesanas, jefas de hogar y emprendedoras, su trayectoria de más de 7 años ha convertido a este grupo en una familia que entrega amor y dedicación en cada pieza artesanal que recibes en tu hogar.

Su profundo amor por la naturaleza y el oficio artesanal las inspira a crear y trabajar materiales nobles que entrega la vida en el sur de Chile, cada producto trae consigo la naturaleza y saberes artesanales de la zona.

2. QUE OFRECE:

Sabiendo el área productiva que se desenvuelve actualmente la tienda, se propone a partir del relato mayor inserción de la naturaleza en sus productos, donde cada producto es influenciado por la naturaleza del Sur de Chile, entonces es importante hacer presente la naturaleza endémica del Lago Ranco en los productos de Casa Küc. Esto cumple una doble función, da originalidad al producto y educa al consumidor. Hay una infinidad de posibilidades para nombrar productos, donde podemos basarnos en nombres de ríos, fauna, flores, fungi, árboles, cerros, etc. Por lo tanto, se genera un listado de nombre de naturaleza endémica del Lago Ranco para **aplicar en productos** existentes o nuevos, todo con el fin de representar y visibilizar la zona que forma parte importante de las artesanas.

(Anexo 10 en página 116)

En complemento con lo anterior, es importante **definir la experiencia** de adquirir un producto de la tienda como una instancia sensorial y educativa para el comprador, donde se cuenten historias no solo a través de los productos, sino

que también por medio del packaging y envoltorios. Es importante reforzar que, recibir un producto hecho por Casa Küc, es tener un pedacito del Sur de Chile en tu hogar, el cual está hecho por manos artesanas dedicadas para su perfección.

Por medio de un análisis en lo que se tenía actualmente, complementado con conversaciones y propuestas de administración, se propone en primera instancia un packaging que comunique, donde cada pieza cuenta una historia. La envoltura habla del sur de Chile y su naturaleza (Anexo 11 en página 116). La etiqueta rescata la identidad, el amor de las artesanas y la procedencia natural del producto.



Mockup propuesta etiqueta. Elaboración personal. (2021)

3. ¿DÓNDE SE DESENVUELVE?

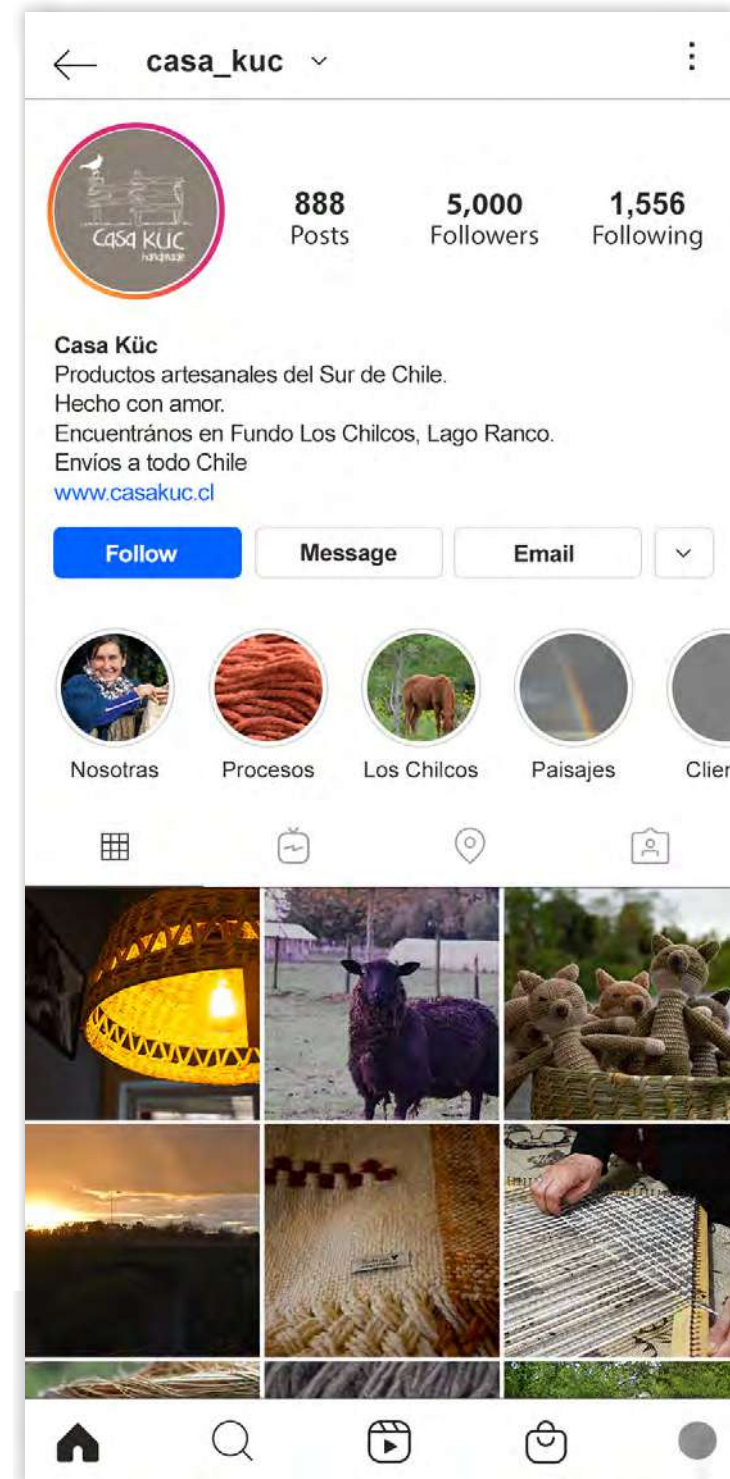
Es importante recalcar constantemente el relato para poder influenciar y comprometer al consumidor, a partir de esto se proponen **estrategias comunicativas** en el ámbito digital y físico.

Teniendo como referente a la cuenta de artesanías de Chile (@artesaníasdechile) y Majen (@majencosmetica), dos cuentas que manifiestan de una manera marcada y homogénea sus valores de marca, se presenta la siguiente propuesta en redes sociales.

TÓPICOS QUE DEBEN ESTAR CONSTANTEMENTE EN EL FEED ES:

Naturaleza, Procesos artesanales, Actores involucrados y Productos.

- Naturaleza: Fundo los Chilcos, Lugares turísticos de la cuenca, Materia prima de teñidos (fauna y flora de donde vienen colores y material)
- Proceso: Mostrar los procesos de teñido, hilado, esquila, armado. Esto es para mostrar el esfuerzo y dedicación que hay detrás de cada pieza artesanal.
- Actores: Visibilizar a artesanas de la agrupación. Es importante poner en valor la practica artesanal y el patrimonio inmaterial que eso implica.
- Productos: (Logrado visualmente) Acompañar productos con un relato y texto base que sea un call to action al comprador.



En lo que se refiere a plataformas Web, se propone actualizar el relato de la marca a lo propuesto en el inicio y adherir una sección nueva, donde se pueda conocer sobre la historia de Casa Küc y los oficios que son parte de la tienda. Por medio de estos cambios el comprador da sentido al producto y aporta en su valor simbólico y monetario. Junto con visibilizar la historia de Casa Küc, se propone también dar a conocer la individualidad de cada producto ofertado, esto se ubica en la experiencia del usuario al vitrinear online los productos de la tienda, donde se agregue una descripción en cada producto que contenga el tipo de confección, materiales y por quién fue hecho.



Por último, en relación a los espacios físicos y de encuentro en la tienda, se propone **generar una experiencia** de usuario completa, la cual considere la explicación de procesos y saberes de patrimonio cultural inmaterial de las artesanas, una redistribución de los productos que considere los movimientos y acciones del usuario, cambiar el tipo de luz que expone los productos a un color frío que resalte los colores naturales de la lana y teñidos y , por último posicionar estratégicamente a lo largo de las paredes fotos y citas de las artesanas para visibilizar el área productiva de la tienda.

5.4 Manual de identidad productiva

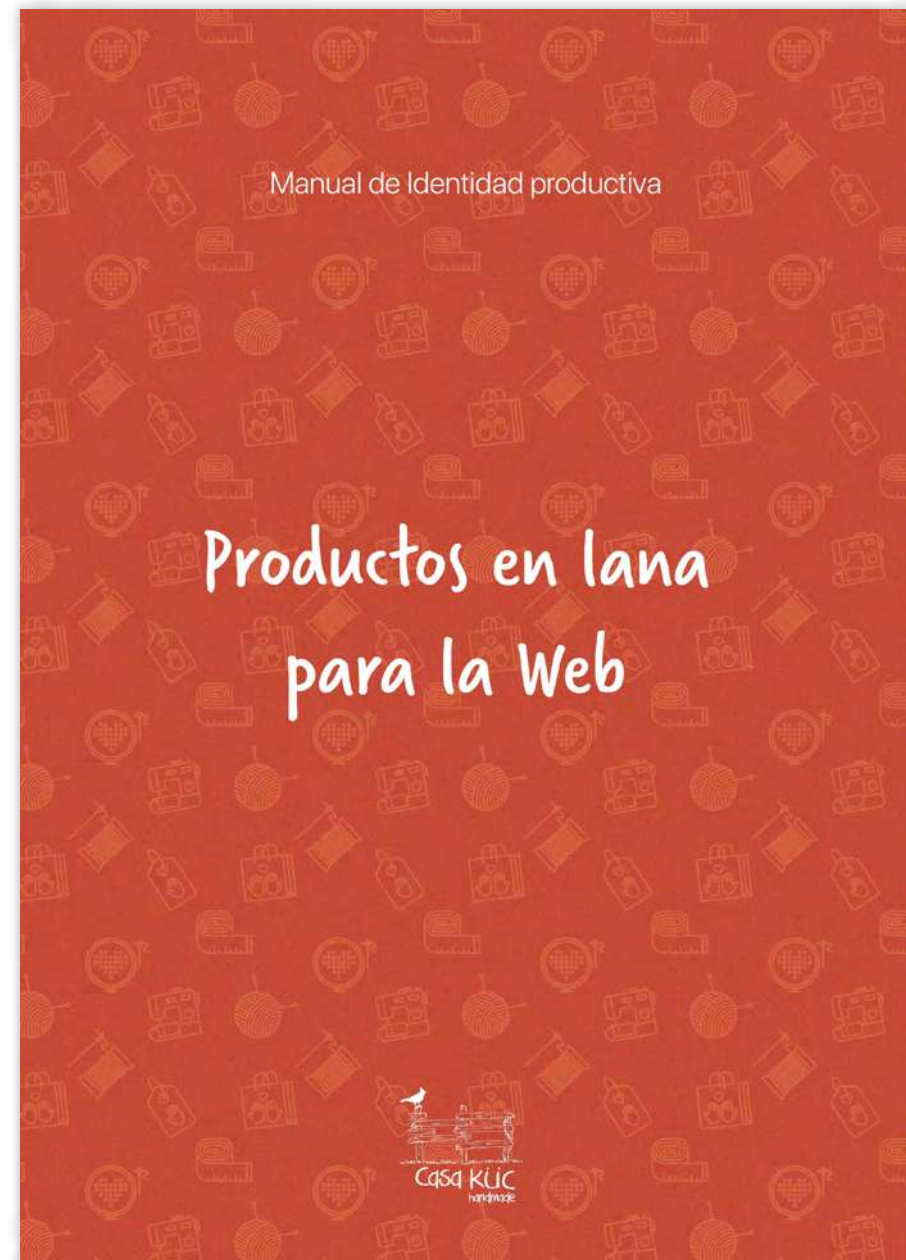
En pos de **mediar** dos necesidades detectadas en el proceso de trabajo, donde por un lado está el sentimiento de innovar por parte de la agrupación, pero por otro lado la necesidad de estandarizar productos por parte de la administración, se diseña un manual de identidad productiva para los productos ofertados en la Web.

La función del manual yace en **estandarizar y desglosar** los procesos productivos en la creación de un producto que será ofertado en la Web, por medio del desglose se determinan procesos constructivos y materialidades de productos con el fin de mantener un stock de productos homogéneos que se visualizan en la página Web.

Cabe destacar que los productos que se comercializan en la página, no corresponden a la completitud o variedad que se puede encontrar en la tienda física, esto se debe a que las artesanas tienden a innovar y probar la recepción del cliente en medios físicos, dado que las plataformas virtuales requieren cierto stock y homogeneidad del producto ofertado.

En lo que respecta al manual de identidad productiva, se diseña para ser **impreso** y entregado a las artesanas, donde se tienen fichas técnicas por producto y un glosario al inicio para

definir los contenidos tocados en la ficha. La ficha técnica se diseñó en formato Word con el fin de traspasar a la administración el documento para que sea completado y en caso de hacer un producto nuevo, se tenga la base de datos para rellenar.



Teniendo en cuenta que el rol del diseñador está en dialogar las necesidades de la administración y artesanas, se proponen también en el manual dos caminos de innovación, los cuales se explican a partir de una serie de pasos que debe seguir la artesana para proponer un producto nuevo. Esto se debe a que se detectó la carencia de bases o reglas constructivas por donde se pudiera innovar de manera segura, sin recibir una negativa brusca desde el área creativa. Por medio de los caminos propuestos para innovar, se plantea la posibilidad de innovar a partir de un producto que ya existe, donde por medio de cambios en características constructivas se puede crear un nuevo producto para comercializar. Otro paso propuesto para innovar, comprende mayor dificultad y prototipado por parte de la artesana, donde se definen 10 pasos para crear un producto que no existe en la tienda y espera abrir productivamente una nueva área. Por medio del seguimiento de un proceso de diseño o creación de producto, el cual sufre varias modificaciones en el desarrollo, se espera incentivar a la artesana a obtener un resultado que satisfaga su necesidad de innovar y apruebe los cánones estéticos que se tienen en la tienda.

Ficha técnica de productos para la Web					
Tipología de producto			Modelo		
1. Materiales necesarios					
Materia Prima	Lana Algodón Otro		Hilatura		
Materiales de confección	Si No		Cierre Hilo	Color	Color
2. Instrumental					
Instrumentos necesarios	Telar de peines Telar de clavos Telar mapuche Palillo Bordado Crochet		Técnica (tipo de tejido)		
Instrumentos confección	No Máquina de coser Hilo y aguja		Punto		
3. Color					
¿Requiere teñido?	Si No		Material Natural Color Anilina		
Paleta de colores	A Color 1 B Color 1 C Color 1	Color 2 Color 2 Color 2	Color 3 Color 3 Color 3	Color 4 Color 4 Color 4	
4. Dimensiones					
Pieceras	Alfombra		Cojines		
S: 120 x 80 cm	100 x 60 cm		50 x 50 cm		
M: 200 x 90 cm	150 x 180 cm		50 x 70 cm		
L: 220 x 90 cm	150 x 240 cm		XL: 100 x 100 cm		
XL: 240 x 100 cm	200 x 250 cm		Puff: 60 x 40 cm		
	240 x 340 cm				
5. Terminaciones					
Costura de unión	No A mano Maquina de coser		Punto		
Aplicaciones y bordados	Si No		Tipo Cantidad		
Terminaciones de orilla	Fleco Bordado		Tipo Tamaño Tipo	Fleco trenzado mapuche cm de largo	
6. Forma de etiquetado					
Costura de etiqueta	A mano Maquina de coser		Punto Color hilo		
Posición	A Explicación posición A B Explicación posición B C Explicación posición C				
7. Dibujo o foto referencial					

Tipología de producto		Pieceras	Modelo	Coyhaique
1. Materiales necesarios				
Materia Prima	Lana Algodón Otro		Hilatura	Lana delgada Lana media
Materiales de confección	Si No		Cierre Hilo	Color Color
2. Instrumental				
Instrumentos necesarios	Telar de peines Telar de clavos Telar mapuche Palillo Bordado Crochet		Técnica (tipo de tejido)	Corrida de 3 colores Bucle cada 30 o 40 cm por el ancho
Instrumentos confección	No Máquina de coser Hilo y aguja		Punto	
3. Color				
¿Requiere teñido?	Si No		Material Natural Color Anilina	Lana blanca Esmalte Pitico
Paleta de colores	A Color 1 B Color 1 C Color 1	Color 2 Color 2 Color 2	Color 3 Color 3 Color 3	Color 4 Color 4 Color 4
4. Dimensiones				
			L: 220 x 90 cm	
			XL: 240 x 100 cm	
			Personalizado	
5. Terminaciones				
Costura de unión	No A mano Maquina de coser		Punto	
Aplicaciones y bordados	Si No		Tipo Cantidad	
Terminaciones de orilla	Fleco Bordado		Tipo Tamaño Tipo	Fleco trenzado mapuche cm de largo
6. Forma de etiquetado				
Costura de etiqueta	A mano Maquina de coser		Punto Color hilo	
Posición	A Explicación posición A B Explicación posición B C Explicación posición C			
7. Dibujo o foto referencial				
				



CAPÍTULO 7

Modelo de intervención

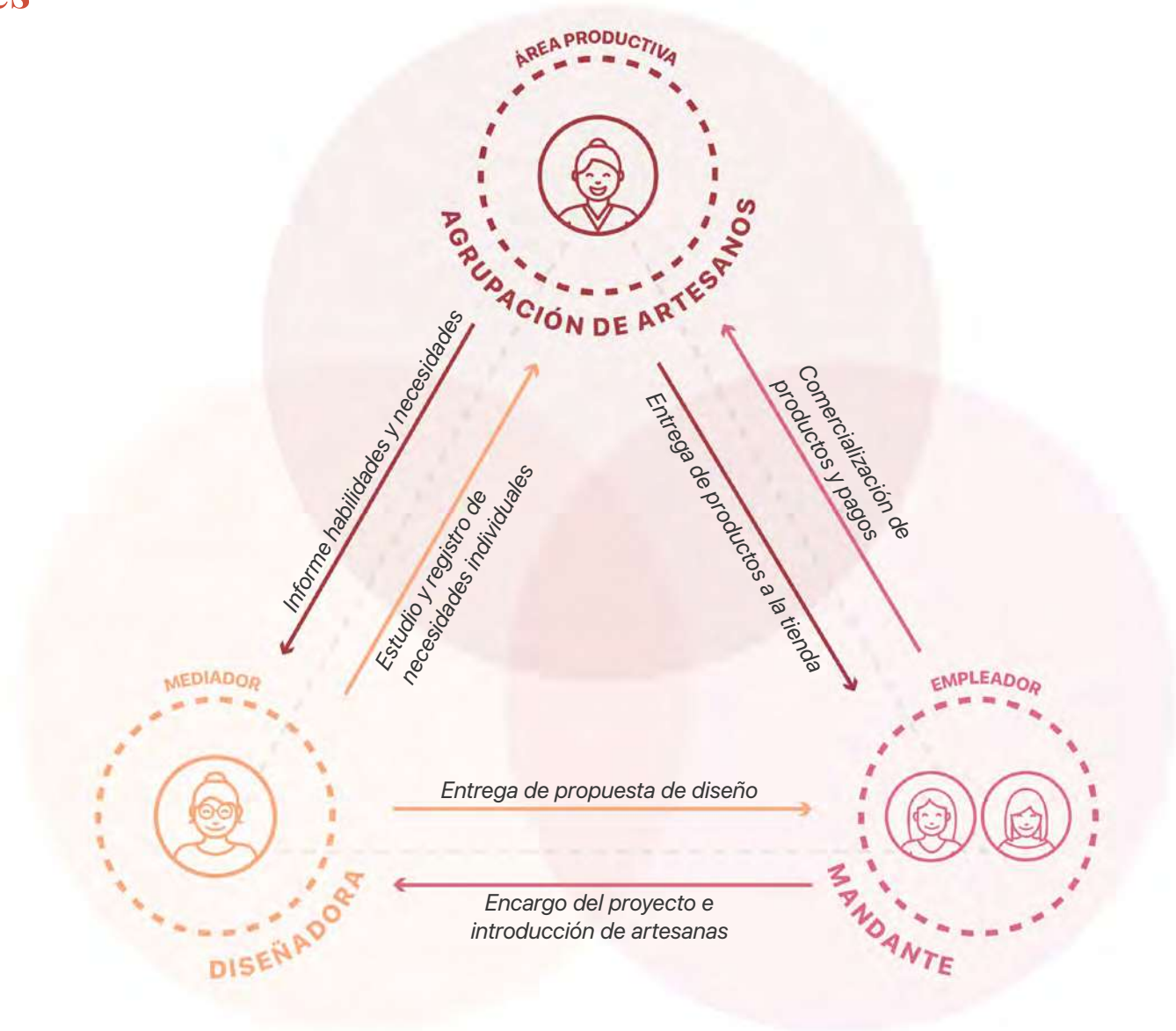
Resultado Metodológico

Actores y funciones — Atributos del modelo — Modelo de intervención — Producto - Kit



6.1 Actores y sus funciones

Al hablar de actores del modelo, se refiere a participantes esenciales para que se lleve a cabo un proyecto, donde estos puedan cumplir diversos roles y actividades a lo largo del proceso. Es importante recalcar que el foco de las acciones es en relación a la agrupación de artesanos, dado que a partir de la colaboración en base a sus habilidades o experiencias, se pueden generar soluciones óptimas por medio del modelo.



Agrupación de artesanos

DESCRIPCIÓN DEL ARQUETIPO

Agrupación de artesanos con un mínimo de 5 participantes activos y, al menos 2 años de antigüedad.

Producto de su trayectoria hay mayor cohesión, acuerdos, modos de trabajar y relaciones de competitividad ya establecidas. Este grupo humano comparte un entorno común en localidades relacionadas a lo rural.

La cohesión de los participantes se origina a partir de similitud en recursos productivos, intereses o proyectos.

COMPROMISO

- Disposición de trabajo por parte de los integrantes para tener el tiempo de conversación, entrevistas y actividades que surgen.
- Disposición de mostrar sus piezas y enseñar saberes útiles para el proyecto.

FUNCIONES DENTRO DEL PROYECTO:

- 1 - Participar en entrevistas, ser honesto en necesidades y mostrar habilidades.
- 2 - Completar y participar en actividades análogas o virtuales

Mandante

DESCRIPCIÓN DEL ARQUETIPO

Rol organizador o empleador de la agrupación, este puede venir desde el ámbito privado o público.

Es quien pide los servicios de estudio desde el diseño para evaluar su productividad y posibilidades.

Al igual que la agrupación este usuario está conectado a un entorno cercano a lo rural, ya sea por su ubicación o participantes.

El mandante introduce y respalda al diseñador frente a la agrupación. Este personaje es quien más sabe de temas administrativos y logística, lo que aporta otra arista de conocimiento en el proyecto.

COMPROMISO

- Responsable de apoyar en primera etapa la relación entre artesanos y el diseñador, el respalda y aporta confianza en las conversaciones entre artesanos y el diseñador.
- En el futuro es el responsable de implementar las propuestas de diseño hechas a partir del estudio.

FUNCIONES DENTRO DEL PROYECTO:

- 1 - Proponer el trabajo en conjunto con el diseñador.
- 2 - Enlazar a los artesanos con el diseñador.
- 3 - Explicar funcionamiento y logística de trabajo junto a la agrupación.
- 4 - Implementar propuestas de diseño en el futuro.

Diseñador

DESCRIPCIÓN DEL ARQUETIPO

Profesional de diseño o áreas afines. Es el encargado de hacer el levantamiento de información y posterior propuesta a partir del modelo y las experiencias recopiladas junto a la agrupación de artesanos.

Lo caracteriza su alta capacidad receptiva y de observación para recopilar la información y percepciones del usuario en el proceso.

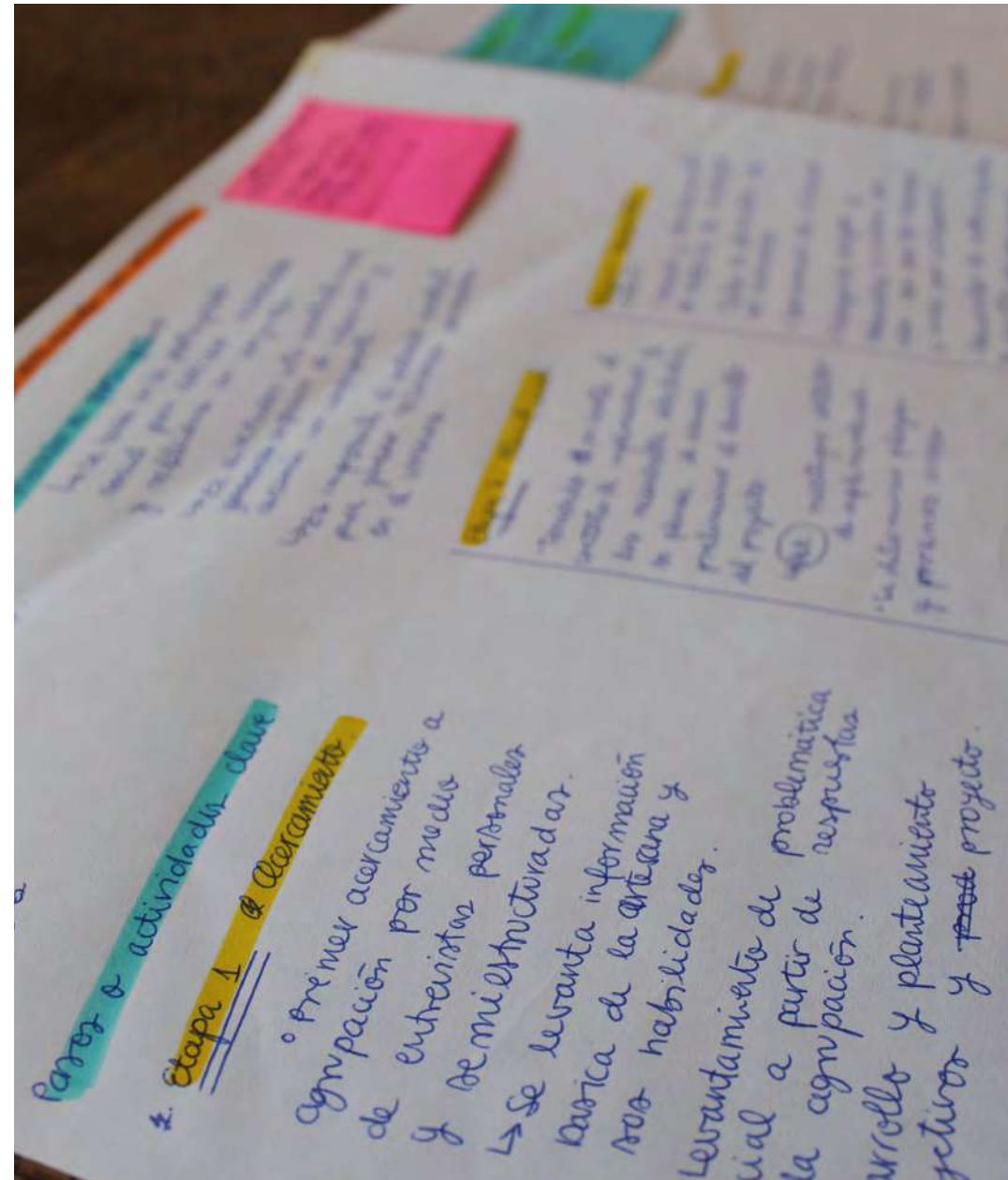
Dentro del proyecto toma el rol de mediador y construye relaciones de confianza con artesanos y mandante para obtener la mayor cantidad de información posible.

COMPROMISO

- El diseñador tiene la tarea de levantar la información, descubrir la problemática y generar una propuesta por medio del modelo de intervención.
- En el final del proceso se traspasan al mandante y agrupación los hallazgos y propuestas de manera formal.

FUNCIONES DENTRO DEL PROYECTO:

- 1 - Entrevistar a ambas partes del proyecto (Artesanos y Mandante)
- 2 - Levantar información y generar propuesta de trabajo participativa.
- 3 - Implementar modelo de intervención y generar soluciones transferibles en base a una problemática.



6.2 Atributos del modelo

BASE EMOCIONAL DEL MODELO

Para adentrarse en modelos de trabajo con artesanos, es importante tener en cuenta una base emocional de cómo tratar diversos temas además de predisponer las acciones del diseñador en el proceso. En primera instancia, lo más importante en el desarrollo del proyecto es tener **empatía** con los actores a lo largo del proceso. Esto refiere a ver con apertura de mente las diversas realidades que rodean a cada participante, por medio de la comprensión y la conversación se pueden generar **relaciones de confianza** que propician la generación de soluciones adecuadas a la realidad grupal.

Junto con lo anterior es necesario pensar ciertos procesos del modelo como componentes flexibles que se acomodan a la vida de la artesana y no al revés, ya que sin la participación de artesanos el proyecto no sustenta bases o soluciones innovadoras socialmente.



Gallina de fieltro hecho por Bernardita. Registro personal. (2021)

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Hecho a partir de las necesidades del usuario, lineamientos conceptuales del servicio.

SIMPLE:

En términos de información, lenguaje, herramientas y contenido para trabajar junto a la agrupación. El servicio debe facilitar las actividades clave por medio del diseño y material complementario para obtener instancias reflexivas que puedan funcionar en la mayor cantidad de integrantes de la agrupación, para esto se debe considerar los rangos etáreos, escolaridad y tiempo que poseen los participantes.

PARTICIPATIVO:

Para que el servicio y metodología funcionen, es necesaria la cooperación, participación y compromiso de todos los actores con las actividades e instancias de conversación determinadas en las etapas. En lo que respecta a la participación del diseñador, su función no es generar ideas propias que suponen una solución precipitada, más bien es **estudiar al usuario** en variadas ocasiones con el fin de generar respuestas a través de la investigación y detección de necesidades, donde gracias a la conversación y observación surgen soluciones a la problemática principal. La tarea del diseñador es entonces, crear instancias de reflexión por medio del **intercambio de conocimientos**, entrevistas o actividades específicas que son dadas por medio del modelo de intervención.

PERSONALIZADO:

Con relación a los temas y metodologías de trabajo se espera levantar contenido por medio de las distintas fuentes de información. Es importante generar material apto para el usuario específico en relación a sus habilidades, para que el material se adapte a las capacidades grupales. Las actividades son necesarias como fuente de información, pero no se deben sentir como una tarea más, sino como un momento de desconexión e introspección en relación a los temas relevantes que se desean ahondar en el proyecto.

REFLEXIVO:

Para generar cuestionamientos e instancias de reflexión sobre la vida artesana en los participantes. Aunque en primera instancia el componente reflexivo lo aporta mayormente la agrupación por medio de las entrevistas y actividades, es necesario tener instancias de conversación con la contraparte en relación a temas más sensibles como percepción de artesanía, patrones de valor intangibles, etc. Conocer las diversas aristas que rodean al grupo humano aporta a entender no solo contextos, sino que también soluciones integrales a partir del material sensible que se recopila en el proyecto.

¿POR QUÉ ES UN MODELO SEMIREMOTO?

Este modelo presenta instancias de comunicación presenciales y a distancia, respondiendo a la imposibilidad de reunirse en conjunto con todos para trabajar, y abre la puerta a generar **interacciones personalizadas** con cada participante. Por medio de las visitas en los talleres y casas de las artesanas, surgen relaciones de confianza que se deben mantener y cuidar por medio del contacto telefónico. Esto se debe a que al no verlas constantemente, genera la necesidad de **cultivar** esta confianza por otros medios y demostrar al mismo tiempo preocupación y compromiso con cada participante.

Junto con lo anterior, por medio de las instancias de visitas presenciales, se pueden conocer en profundidad la productividad y técnicas de la artesana, las visitas en talleres muestran no sólo con qué trabaja cada persona, sino que también la variedad de elementos que puede crear, que probablemente en situaciones de lejanía no se podrían ver. Es ahí la labor del diseñador de registrar y conocer la variedad de cosas que hacen especial el trabajo artesanal y presenciar procesos que no puedes ver por medios

virtuales en su detalle y totalidad. Debido a esta propuesta semi remota, se **flexibiliza** la cantidad de trabajo en terreno al no requerir estar el proyecto completo en un lugar, más bien se recomienda un par de visitas para recopilar información que se complementa con la comunicación a distancia vía llamada o Whatsapp.



Productos Eliana Reyes. Registro personal. (2021)

6.3 Modelo de intervención

A partir de una revisión del proceso de diseño llevado a lo largo del proyecto, se determinan una serie de pasos necesarios dentro de la metodología para poder llevar a cabo el trabajo semi remoto junto a una agrupación artesanal dentro de un contexto rural.

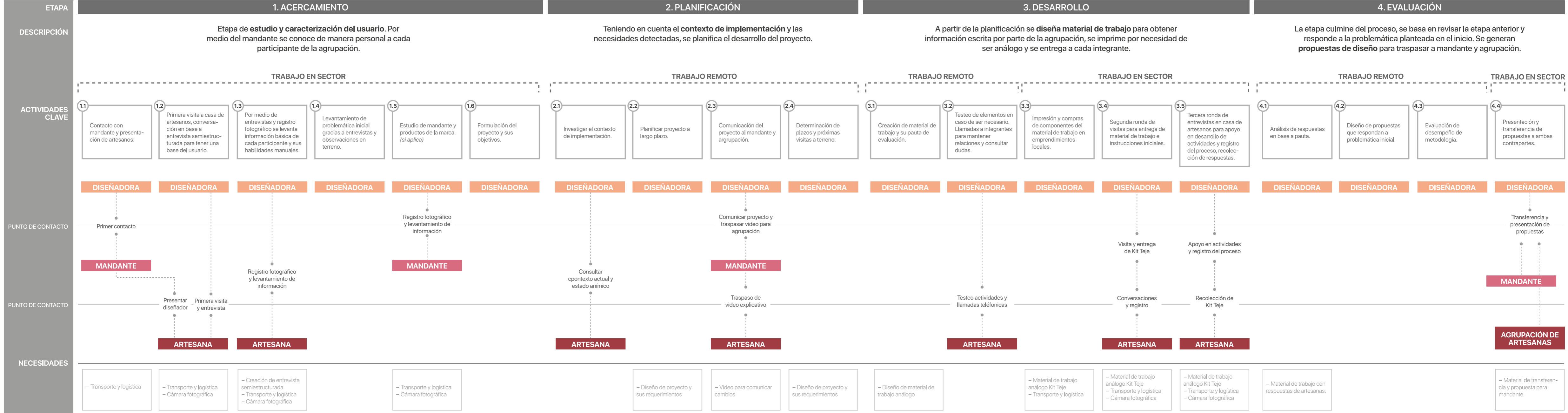
Por medio de este modelo se plantean **actividades claves** que pueden ser realizadas por una o más personas en cada rol determinado anteriormente, todo con el fin de poder avanzar hacia la respuesta de una problemática determinada.

Es importante destacar que, al trabajar con variados grupos humanos, hay que tener en cuenta la posibilidad de cambio en las temáticas o tonos que se tocan en cada etapa del proceso. La base más importante para generar un proyecto que logre **participación** y compromiso de los actores es, generar **relaciones de confianza** con ambas contrapartes en pos de obtener conversaciones significativas para detectar necesidades y soluciones.

A continuación se presentan las actividades clave y participación de cada etapa del modelo, donde este representa una base metodológica para el diseñador quien primariamente planifica y articula el desarrollo del proyecto.



Nieves Calcumil. Registro personal. (2020)



Sobre las visitas

En lo que respecta a los encuentros junto a cada participante de la agrupación, se ha determinado que para obtener la confianza y cercanía con ellos se requieren por lo menos **2 visitas** en su casa o taller. Además es importante tener en cuenta que cada encuentro tiene un objetivo específico para el diseñador, donde en el primer encuentro se espera conocer y caracterizar a la artesana en sus habilidades productivas y también conocer un poco de su historia de vida, todo con el fin de comprender las singularidades de cada integrante. Por medio del primer acercamiento se puede detectar la disposición para formar parte del proyecto y cuales son las temáticas que requieren ser abordadas a partir de la detección de necesidades colectivas.

Bajo la premisa que este modelo contempla situaciones de **comunicación remota**, es importante mantener un vínculo a lo largo del proyecto con los participantes con el fin de incentivar la participación y compromiso de ellos en etapas posteriores. Por medio de la **generación de vínculos** con el mandante y la agrupación, se pueden diseñar propuestas que surgen del mismo nicho al comunicar sus necesidades e ideas en cada instancia de conversación. Un elemento relevante es no dar

sorpresa de lo que se hará en etapas posteriores, y que el diseñador comente constantemente los avances y cambios del proyecto en cada instancias de conversación remota, esto permite que por medio del intercambio de ideas se haga parte del proceso resolutivo a las artesanas y mandante, donde ambos sienten mayor compromiso con el desarrollo y éxito del proyecto.

Al momento de tener las **visitas posteriores** en los talleres y casas de las artesanas, la agrupación ya está predispuesta e informada de lo que se llevará a cabo gracias a comunicaciones previas hechas de manera remota, lo que facilita el desarrollo de las actividades del Kit. Al momento de la entrega del Kit se debe contemplar la revisión en conjunto de los componentes de éste para poder resolver dudas que surjan del momento.

Es deber del diseñador explicar las actividades y lo que se espera de ellas para bajar la presión que pueda sentir la artesana en relación a esta etapa. Además, en virtud de mantener un seguimiento de los avances, el diseñador debe comunicarse de manera remota cada 4 días con la artesana para monitorear su avance y si necesita apoyo extra de manera presencial.

Como **tercera visita** final, se agenda la recolección del Kit, pero también puede estar destinada para ayudar a la artesana a completar las actividades que faltan. Esto puede deberse a que algunas tienen dificultad para expresar de manera escrita lo que sienten, y aquí el diseñador por medio de la conversación e interrogación de las actividades ayuda a resolver de manera escrita cada parte faltante. Esta interacción resulta beneficiosa al poder tener instancias de conversación guiada que inspiran a la artesana y refuerzan el vínculo al ver preocupación y apoyo por parte del diseñador. Por medio de esta interacción se entiende la importancia del proceso colaborativo para poder llegar a la solución de la problemática inicial, y cómo gracias a la participación se logran instancias de trabajo enriquecedoras de manera emocional y productiva.

Un elemento detectado en el desarrollo del proyecto fue que parte de las artesanas más jóvenes tiene mayor dificultad y menor interés en generar tiempo libre para las actividades, dado que su día a día se compone de diversas responsabilidades en el hogar que constituyen una prioridad para ellas. Esto se contrapone con la rapidez y entusiasmo que poseen las artesanas mayores,

quienes a la primera semana tenían las actividades completas o muy avanzadas. Debido a esto, es importante recalcar la necesidad de monitorear los avances de los participantes en el desarrollo de las actividades, y de darse el caso, ofrecer la ayuda necesaria.

TIEMPO TOTAL DE VISITAS CON CADA ARTESANA

Dentro de los hallazgos significativos que se vieron en el proceso, está la cantidad de **interacciones hechas con cada mujer**, donde se pudo observar que para obtener relaciones de confianza entre el diseñador y la artesana, se tiene que tener en promedio **4 horas de comunicación o reuniones presenciales dosificadas en las 2 o 3 instancias** con cada participante. Entendiendo que, en estas instancias de comunicación no sólo se hace un intercambio de conocimiento puro, más bien se desarrollan temas que tocan la vida e historia de la artesana. Por medio de estas interacciones se generan vínculos de cercanía entre ambas partes, donde el diseñador toma un rol de oyente ante la información que le comparte cada persona, esto forma también parte importante de la base emocional que refiere el proyecto, donde no sólo se mira a los participantes como usuarios, sino que también se empatiza y conecta con cada uno.

Dentro de las instancias de comunicación presencial, se excluye en tema de tiempo la comunicación por vía telefónica o por redes sociales, dado que hay una diferencia significativa el estar físicamente con la artesana conversando y tratando temas determinados en la comodidad de sus casas o talleres.

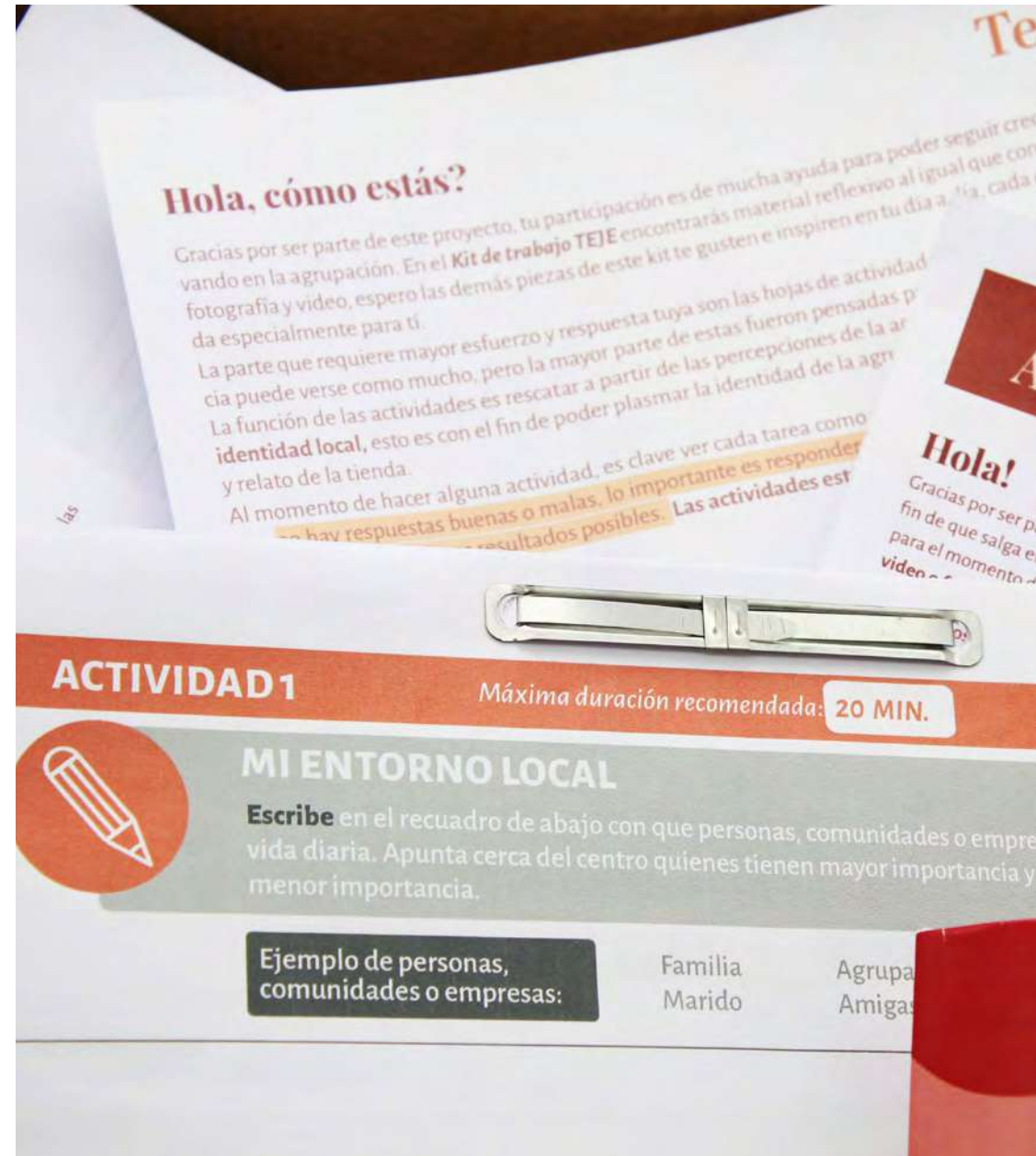


Ovejas hechas por Marlis Martínez. Registro personal. (2020)

6.4 Sobre el Kit: Productos mínimos

Con base del testeo en las 11 participantes del proyecto en relación al uso del Kit Teje, se determinan los **componentes mínimos** y conceptos básicos para el desarrollo de este producto. Es importante destacar que las temáticas y tonos con que se comunican las ideas de cada pieza, va a depender de la cercanía y relación construida entre el diseñador y los artesanos. Aún así, el kit de trabajo responde a una **necesidad análoga** por parte de los participantes y demuestra poseer beneficios en términos de la profundidad de reflexión para analizar y generar material identitario en etapas posteriores del modelo.

A partir de este producto se generan mayores instancias de conversación y compromiso para proponer nuevas ideas en la etapa final, donde se puede proyectar la implementación de las soluciones propuestas por el diseñador al momento de traspasar el resultado al mandante.



CONCEPTOS DEL PRODUCTO

HÍBRIDO:

El producto se completa por medio de componentes digitales y análogos. Esto es a partir de entender las capacidades del usuario y sus formas de trabajar, dado que el producto debe dar opciones para trabajar que se adapten a las habilidades del participante. Junto con lo anterior es importante tener diversas fuentes de información en caso que alguna falle en el proceso, de esta manera se siguen obteniendo resultados para trabajar en la etapa final.

SENSIBLE:

El producto debe tocar temas que hagan sentido con la vida y entorno del usuario, además de informar sobre aspectos que surjan como una necesidad en su día a día. Esto se logra por medio de instancias reflexivas que identifiquen al usuario, donde el diseñador en sus variados roles debe mirar las interacciones y respuestas con empatía para poder analizarlas. Es importante recalcar que el componente sensible es transversal en el servicio y productos al estar trabajando con diversos grupos humanos, que requieren empatía y sensibilidad para el trabajo en conjunto.

LOCAL:

Las compras hechas para los productos deben ser hechas dentro de las economías locales con el fin de apoyarlas y descentralizar procesos productivos de la capital.

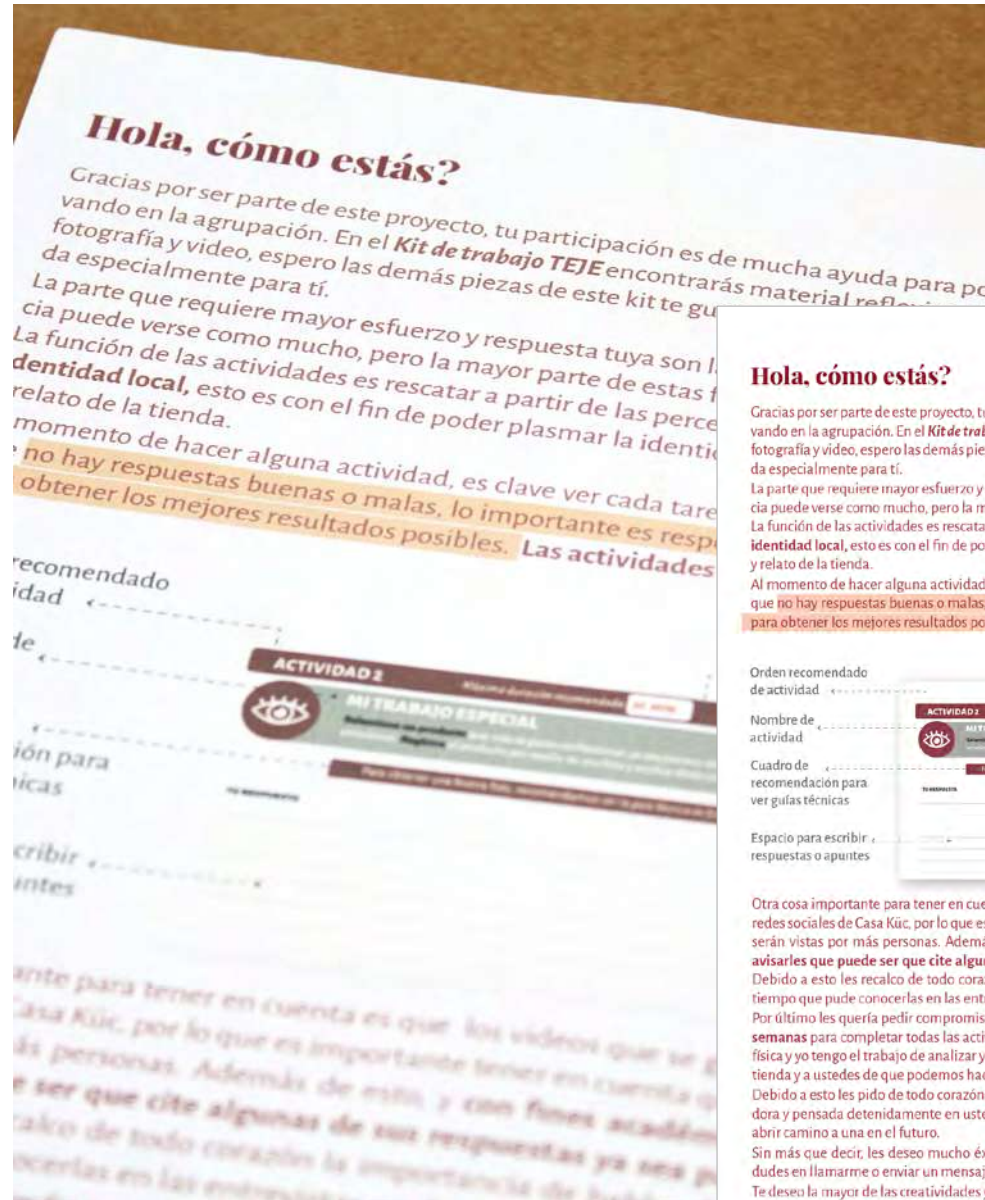
Componentes formales

HOJA DESCRIPTIVA Y VISUAL QUE PRESENTE EL TRABAJO

Como primera impresión de la caja, hay una hoja introductoria de las actividades y la función de todo lo que se llevará a cabo. Esta primera impresión entrega información de plazos, explica los detalles de las actividades y motiva al participante a aportar en el proceso dado que es importante tener su opinión, en este punto es importante enfatizar al usuario que su trabajo construye las propuestas del futuro.

ALGO DULCE

Como forma de agradecimiento para los participantes, se entrega un producto comestible de procedencia local. Esto se debe a que siguiendo prácticas que se llevan en instancias de co-creación presencial, se tienen alimentos para instancias de descanso y distensión, es por esto que se replica esto a menor escala, además de ser un gesto amable para quien participa.



Hola, cómo estás?

Gracias por ser parte de este proyecto, tu participación es de mucha ayuda para poder seguir creciendo e innovando en la agrupación. En el **Kit de trabajo TEJE** encontrarás material reflexivo al igual que consejos útiles de fotografía y video, espero las demás piezas de este kit te gusten e inspiren en tu día a día, cada cosa fue pensada especialmente para tí.

La parte que requiere mayor esfuerzo y respuesta tuya son las hojas de actividades. Sé que en primera instancia puede verse como mucho, pero la mayor parte de estas fueron pensadas para ser hechas en poco tiempo. La función de las actividades es rescatar a partir de las percepciones de la agrupación **su visión en relación a identidad local**, esto es con el fin de poder plasmar la identidad de la agrupación en sus preciosos productos y relato de la tienda.

Al momento de hacer alguna actividad, es clave ver cada tarea como un ejercicio reflexivo. Esto quiere decir que **no hay respuestas buenas o malas, lo importante es responder lo que en verdad piensen y ser honestas para obtener los mejores resultados posibles. Las actividades están pensadas de la siguiente manera:**

Orden recomendado de actividad

Nombre de actividad

Cuadro de recomendación para ver guías técnicas

Espacio para escribir respuestas o apuntes

Duración recomendada de la actividad

Aquí debes anotar el orden en que realizaste la actividad

Otra cosa importante para tener en cuenta es que los videos que se graben se usarán como material para las redes sociales de Casa Kúc, por lo que es importante tener en cuenta que van a tener una plataforma en la que serán vistas por más personas. Además de esto, **y con fines académicos de mi trabajo tengo el deber de avisarles que puede ser que cite algunas de sus respuestas ya sea para Casa Kúc o mi proyecto de Título.** Debido a esto les recalco de todo corazón la importancia de hablar del corazón y la honestidad, en el poco tiempo que pude conocerlas en las entrevistas eso fue lo que más me marcó.

Por último les quería pedir compromiso de su parte con los plazos de entrega. En primera instancia tienen **2 semanas** para completar todas las actividades, después de eso se me hacen llegar las respuestas de manera física y yo tengo el trabajo de analizar y estudiar cada actividad para poder generar una propuesta formal a la tienda y a ustedes de que podemos hacer en el futuro.

Debido a esto les pido de todo corazón no atrasarse para poder tener tiempo de crear una propuesta innovadora y pensada detenidamente en ustedes, dado que es la culminación de esta etapa de trabajo juntas para abrir camino a una en el futuro.

Sin más que decir, les deseo mucho éxito en el desarrollo de las actividades. En caso de cualquier cosa, no dudes en llamarme o enviar un mensaje para conversar y resolver cualquier duda.

Te deseo la mayor de las creativities y un abrazo apretado

Florencia

GUÍA TÉCNICA

Tiene la función de enseñar conceptos útiles para el usuario, se diseña con el fin de aportar con conocimiento técnico acerca de un tema que es parte de la vida del participante en el cual no posee un gran desempeño. Por lo general, las temáticas son sobre temas digitales o de diseño que pueden ayudar en el emprendimiento del artesano. Se diseña en una hoja doble carta, la cual por medio de dobleces a modo de fanzine, permite incluir distintos tópicos de información de manera visual



ACTIVIDADES DE RESCATE LOCAL:

Bajo la evaluación llevada a cabo en el capítulo anterior, se determinan temáticas preferentes a tratar para el rescate de la identidad local. La base gráfica de las actividades requieren que siempre estén acompañadas por elementos visuales y ejemplos para algunos casos, todo esto con el fin de facilitar el entendimiento del receptor.

Es importante expresarse en el mismo lenguaje que el usuario y dejar de lado términos teóricos que pueden entorpecer la comprensión, lo principal en este instrumento es obtener información reflexiva por parte de los artesanos y generar una instancia de introspección individual que fomenten la expresión honesta de cada persona.

El modo de registro de cada actividad se deja a criterio del diseñador, es importante entender las habilidades y dificultades del usuario para no complicar el desarrollo de cada actividad, esto refiere a cuánta capacidad digital tiene el grupo humano que pueda ser aprovechada.

Ayuda visual de que hacer en actividad.

Importante: Sugerir duración de la actividad.

ACTIVIDAD 2 *Máxima duración recomendada* **30 MIN.**

 **TITULO**
Instrucciones con **palabras destacadas**, procurar poner el verbo principal al principio

Ejemplos o sugerencias (de ser necesario)

ESPACIO DE RESPUESTA O TRABAJO

ACTIVIDADES DE RESCATE LOCAL:

RECONOCIMIENTO DEL ENTORNO Y SUS PARES:

Teniendo como base el mapa de actores que se presenta en las metodologías de diseño de servicios, se propone abstraer los puntos importantes de esta herramienta y bajar a un lenguaje menos técnico y más coloquial. Por medio de este proceso se pretende tener una actividad que muestre qué actores externos rodean a cada participante y cual es la importancia de cada uno de ellos. Además, es recomendable sugerir un listado de participantes que sortear o categorizar dentro de la actividad, para no sólo inspirar al artesanos, sino que también ver en qué importancia están el mandante y la agrupación respectivamente.

RECONOCIMIENTO PRODUCTIVO:

Para entender qué habilidades son auto-percibidas por el artesano, es importante tener una actividad que de el espacio de mostrar sus gustos y capacidades productivas. A través de este instrumento, se puede observar si las categorías de productos son diferidas a lo que entrega al mandante y que características constructivas o emocionales son significativas para el producto del artesano. Al preguntar qué tipologías de productos son preferidos por el artesano, se pueden detectar espacios de innovación al conocer más allá de lo que se pudo observar en las primeras visitas y obtener una respuesta personal de cada participante. Por medio del reconocimiento del producto que ellos elijan, se pueden proponer posibilidades de innovación que dialoguen con las necesidades del mandante bajo reglas constructivas determinadas.

ENTENDER SU RELACIÓN CON LA ARTESANÍA:

Teniendo en cuenta que la labor artesanal es un acto patrimonial y emocional, es importante obtener material sensible y las perspectivas de cada uno sobre su relación con el oficio manual. Comprendiendo que procesos son parte del artesano al crear una pieza, en temas de inspiración, planificación, gustos o preferencias no sólo da una guía para entender que sucede al momento de crear una pieza artesanal, sino que ayuda a entender que procesos productivos son parte del artesano y que se puede innovar. Junto con esto, por medio de la comprensión de las temáticas anteriores, se puede entender la relación emocional que tiene cada artesano con su oficio y la dedicación que es parte del proceso individual que identifica a cada participante.

ENTENDER RELACIÓN CON SU ZONA O ENTORNO:

Bajo la premisa de que la artesanía está estrechamente relacionada con su entorno y patrimonio cultural, es de vital importancia entender cómo ven los participantes su ecosistema natural. Preguntar acerca de este tema puede presentar variadas respuestas, por lo que se recomienda dirigir las actividades en dos ejes temáticos. El primero supone hacia la relación con su entorno natural y ecosistema que rodea a cada uno, el segundo apunta a que lugares representan mayor comodidad y apego en la vida de las artesanas, esta diferenciación se debe a que por más que los participantes estén dentro a entornos naturales, hay otros lugares específicos que guardan mayor apego en algunos participantes, como sus talleres, hogares y huertas.



CAPÍTULO 7

Implementación

Modelo Canvas — Costos — Financiamiento



7.1 Canvas



7.2 Costos

Se construye en relación con el proyecto, por lo que no tiene proyecciones de más de un año, dado que la duración máxima del proyecto es 12 meses. Además, se definen 3 visitas a terreno diferidas por 2 o 3 meses. Los costos son aproximados.

	DESCRIPCIÓN DE GASTO	MONTO POR MES	CANTIDAD DE MESES	MONTO TOTAL
RRHH				
Diseñador general, Jefe de proyecto	Pago de sueldos	\$650.000	12	\$ 7.800.000
Diseñador de apoyo, gráfico e investigación	Pago de sueldos	\$550.000	12	\$ 6.600.000
Documentación visual	Pago de sueldos	\$550.000	6	\$ 3.300.000
GASTOS OPERATIVOS				
Logística	Traslado a localidades (Arriendo de auto, bencina y pasajes)	\$350.000	3	\$ 1.050.000
Asesorías	Pago de honorarios	\$500.000	1	\$ 500.000
Kit Teje	Materiales fungibles	\$121.189	1	\$ 121.189
Alojamiento	Alojamiento en cabañas por 5 días	\$275.000	3	\$ 825.000
Insumos de oficina	Materiales fungibles	\$30.000	12	\$ 360.000
BIENES DE CAPITAL				
Grabadoras digitales	Compra de 2 grabadoras	\$120.000	1	\$ 120.000
Impresora	Compra de 1 impresora	\$50.000	1	\$ 50.000
Adaptadores	Adaptadores para computador 2	\$70.000	1	\$ 70.000
TOTAL GENERAL				\$20.796.189

7.3 Financiamiento

FONDO DEL PATRIMONIO CULTURAL (MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO)

El Fondo del Patrimonio Cultural es un fondo concursable de financiamiento público, destinado a beneficiar el patrimonio cultural de la nación en todas sus formas. Este fondo aportará recursos para «la ejecución total o parcial de proyectos, programas, actividades y medidas de identificación, registro, investigación, difusión, valoración, protección, rescate, preservación, conservación, adquisición y salvaguardia del patrimonio, en sus diversas modalidades y manifestaciones, y de educación en todos los ámbitos del patrimonio cultural, material e inmaterial, incluidas las manifestaciones de las culturas y patrimonio de los pueblos indígenas.

FONDOS DE INNOVACIÓN SOCIAL (CORFO)

Buscamos potenciar la co-creación de innovaciones en productos, procesos, servicios y/o nuevas prácticas orientadas a generar impacto social en determinados territorios. Se trabaja a partir de etapas de postulación con un monto máximo de \$60.000.000 para financiar a lo largo del desarrollo del proyecto. Este tipo de convocatorias buscan nuevos o mejorados productos, procesos, servicios y/o prácticas, orientadas a generar impacto social, validadas y con valor agregado. Modelo de sostenibilidad desarrollado y validado. Participación abierta y colaborativa entre los actores relevantes en un territorio determinado, que permita instalar capacidades de innovación social en el mismo.

YO EMPRENDO, INICIATIVAS GRUPALES AUTOGESTIONADAS PARA EL EMPRENDIMIENTO (FOSIS)

Este programa apoya a grupos y organizaciones productivas para que implementen un proyecto que fortalezca su actividad económica, de manera que puedan recibir mayores ingresos y mejorar las condiciones de desarrollo de su negocio.

Las organizaciones interesadas deben participar de un proceso de licitación en el que se les solicitará sus antecedentes. Por medio de estos fondos se puede postular en conjunto con la agrupación y la tienda llevar a cabo el proyecto que potencie las falencias y necesidades de ellos.

APORTE DE PRIVADO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Teniendo en cuenta que la misma iniciativa de Casa Küc corresponde a financiamiento de privados, se propone también buscar recursos en este ámbito dado que el proyecto de innovación social aporta y levanta comunidades por medio del trabajo colaborativo. Iniciativas de esta índole en zonas rurales altamente productivas resultan beneficiosas para ambas contrapartes al desarrollar proyectos que aporten en ecosistemas locales y personas naturales.



CAPÍTULO 8

Conclusiones

Conclusiones — Proyecciones



8.1 Proyecciones de Teje

A partir de los resultados obtenidos gracias al desarrollo de este proyecto, se desprenden beneficios del modelo de intervención los cuales proyectan posibilidades de implementación no sólo en el rubro artesanal, más bien abre la posibilidad de trabajar con otros estamentos dentro de comunidades turísticas y rurales.

Esto se debe a que por medio del modelo de intervención y su versatilidad, se puede adaptar a las necesidades de comunidades en pos de generar soluciones que aporten dentro del entorno local y sus participantes. Gracias a las diferentes herramientas propuestas para el estudio de las comunidades, en el espíritu de la innovación social, es posible generar soluciones participativas que puedan ser implementadas por los mismos usuarios.

Un beneficio económico que trae consigo el modelo de intervención es la inserción de un componente semi remoto, el cual dosifica visitas en terreno y ahorra costos operativos. Por medio de visitas guiadas y con objetivos clave, se pueden lograr hallazgos interesantes y enriquecedores para un proyecto de trabajo en ambientes rurales, los cuales por medio del trabajo colaborativo y participativo de las tres partes, puede generar soluciones en las zonas de trabajo, procurando siempre la pertenencia y rescate de lo local.

8.2 Conclusiones finales

La oportunidad de trabajar en el sur de Chile y con un grupo humano tan enriquecedor como las artesanas de Casa Küc, significó una experiencia de cambio y reflexión constante dentro de la recta final hacia el camino profesional. Tener el espacio para conocer de manera personal a cada una, no sólo me mostró la sensibilidad y pasión que se desprende del oficio artesanal, sino que también abrió la oportunidad para repensar cómo trabajar metodologías co-creativas que ya existían dentro del diseño, donde por medio de la constante iteración se logró generar nuevas formas de trabajo de la artesanía y el diseño.

Uno de los aprendizajes más importantes que trajo la pandemia fue no sólo entender y aceptar las restricciones contextuales, sino que también saber adaptar el proyecto frente a este escenario. El desarrollo del proyecto me enseñó a desprenderme de la rigidez y planificación única de un proyecto y dejarme guiar por cada avance y los desafíos a corto plazo que este significaba, comprendiendo que la mejor estrategia era adaptarse al cambio constante en pos de seguir adelante.

Dentro de los resultados obtenidos en este proceso de diseño, el resultado más significativo en lo personal fue lograr una amplia participación de la agrupación. Gracias al compromiso de cada mujer se obtuvo un resultado más allá de lo que esperé en el mejor de los casos dentro de la situación actual.

Finalmente, de este proyecto recojo con mucho cariño las experiencias de vida que conocí, los momentos que compartí y las relaciones que logré construir con cada textilera, quienes no sólo confiaron en mí para abrirme sus hogares, sino que también para contarme sus penas, necesidades y opiniones de la manera más honesta posible.

Todas estas experiencias fueron capaces de redefinir mi visión de lo que representa el Lago Ranco para mí, ya que no sólo es el lugar de mis raíces, historia y familia, ahora es también el lugar que aloja a 11 grandes mujeres que quiero visitar puerta a puerta como fue en todo el proyecto "11 grandes mujeres con las cuales se ha forjado una relación más allá de un proyecto.



CAPÍTULO 9

Bibliografía y anexos



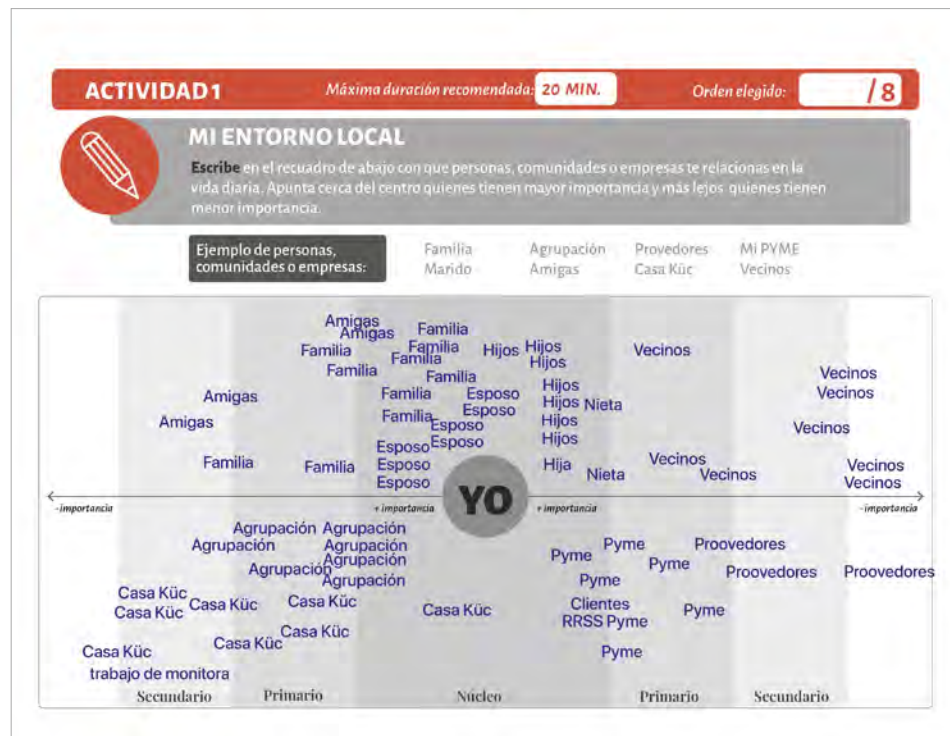
9.1 Bibliografía

- Peña-Cortés, F., Hermosilla, K., Escalona-Ulloa, M., Rebolledo, G., & Gutiérrez, M. (de 2010). Diagnóstico del sistema turístico en la cuenca del Lago Ranco. *Revista Lider*, 16(12), 159-171.
- SERNATUR. (2014). *TURISMO CULTURAL: UNA OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO LOCAL*. Guía Metodológica, Servicio Nacional de Turismo, Santiago, Chile.
- SERNATUR. (2006). *Zonas y Centros de Interés Turístico Nacional. Procedimientos para elaborar una declaratoria*. Servicio Nacional de Turismo, Departamento de Planificación, Chile.
- Fernandez de Paz, E. (2015). La valorización artesana y su repercusión turística. El caso de Chile. *Pasos, revista de Turismo y patrimonio cultural*, 13(2), 375 - 393.
- CNCA. (2008). *Chile artesanal, Patrimonio hecho a mano. Estudio de caracterización y Registro de Artesanías con Valor Cultural y Patrimonial*, Consejo Nacional de la cultura y las Artes, Chile.
- CNCA. (2017). *Política nacional de artesanía : 2017-2022*.
- INDAP. (2017). *APRUEBA DEFINICIONES Y MARCO TÉCNICO DEL RUBRO ARTESANÍAS, INCORPORADO EN DIVERSOS INSTRUMENTOS Y CONVENIOS*. Ministerio de Agricultura, DIRECCIÓN NACIONAL DIVISIÓN DE FOMENTO Dpto. de Mercado, Santiago.
- CNCA. (2017). *Ideas Matrices para un proyecto de Ley de Fomento y Desarrollo del sector artesanal Chileno*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Salgado, D. (12 de Agosto de 2020). ¿Qué podemos aprender los diseñadores de la artesanía: Observaciones sobre la producción artesanal de Pomaire. (J. C. Jeldes, Entrevistador)
- FONART. (2014). *Manual de diferenciación entre manualidad y artesanía*. SEDESOL, México.
- CNCA. (Junio de 2013). *Caracterización de los canales de comercialización de Artesanía y buenas prácticas*. Recuperado el Noviembre de 2020, de Ministerio de las Artes, Culturas y Patrimonio: www.observatoriocultural.gob.cl.
- CNCA. (2013). *Caracterización de los canales de comercialización de la artesanía e identificación de buenas prácticas Reporte estadístico n°25*. Informe Estadístico, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Departamento de Estudios Sección de Estadísticas Culturales.
- Velasco Aranda, R. (2016). El valor sensible de la artesanía en el diseño. *El Diseño*, 11, 91.
- Cruz Garcia, C., Gonzalez Gonzalez, A., & Fernandez de Vega, F. (2019). *Hacia un ontológico de Creatividad aplicado al contexto del Diseño y Artesanía: Innovación y Computación Evolutiva*. *Diseño I*(14), 266.
- Pimienta Betancour, A. (2007). *La Configuración de La identidad LoCaL en La diversidad CuLturaL: eL Caso de CauCasia*. *Revista Palobra*, 60-77.
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2019). *PROGRAMA FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL REGIONAL*.
- Garin, A., & Quinteros, B. (2020). *Caracterización de los emprendedores y su percepción sobre el turismo rural: Curarrehue, Chile*. *Pasos*, 18(2), 219 - 234.
- Fundación Santa Ana Emprende. (2016). *Hecho con Amor por Casa Küc*.
- Municipalidad de Futrono. (2019). *Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR) 2019-2028*.
- Manufactura Nacional. (s.f.). *Manufactura Nacional*. Recuperado el Junio de 2021, de Metodología: <https://www.manufacturacional.org/objetivos/metodologia/>
- SABERHACER. (s.f.). *Saberhacer.cl*. Recuperado el Junio de 2021, de Nosotros: <http://www.saberhacer.cl/nosotros/>
- Balloon Latam. (s.f.). *BalloonLatam.com*. Recuperado el Junio de 2021, de Nuestro Modelo: <https://balloonlatam.com/nuestromodeloballoon>
- CNCA. (2017). *Política de fomento del diseño 2017 - 2022*.
- UNESCO. (2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. Obtenido de <http://portal.unesco.org/es>: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Oficina de turismo de Futrono. (2019). *Historia de Futrono*. Recuperado el Junio de 2021, de Venafutrono.cl: <http://venafutrono.cl/es/sobre-futrono>
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *THE OPEN BOOK OF SOCIAL INNOVATION*. Londres: The Young Foundation, Nesta.
- Mulgan, G. (2019). *Social Innovation : How Societies Find the Power to Change*. Bristol: Policy Press. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/puccl-ebooks/detail.action?docID=5980352>
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan: Una introducción al diseño para la innovación social*. España: Experimenta Editorial.
- Manzini, E. (2019). *Polytics of the everyday*. Londres: Bloomsbury Publishing Plc.

- Menéndez, S. L. (2016). Metodología de la intervención social. Madrid, España: EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.
- Gobierno Regional de Los Ríos . (2020). PLAN DE ZONAS REZAGADAS 2020 - 2023. Los Ríos.
- Gobierno Regional de Los Ríos. (2016). PLAN DE DESARROLLO 2017 - 2019 TERRITORIO PROVINCIA DEL RANCO- Programa Especial de Gestión Territorial para Zonas Rezagadas Diciembre 2016. Región de los Ríos.
- UNESCO. (2018). Textos fundamentales de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003. Francia: UNESCO.
- Figueroa, B., Mollenhauer, K., Rico, M., Salvatierra, R., & Wuth, P. (2017). Creando valor a través del diseño de servicios. Diseño de Servicios UC. Escuela de Diseño Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago.
- Gonzalez Meyer, R. (2012). La Identidad Local en las visiones de desarrollo. Revista de Geografía espacios, 2(4), 49-69.
- UNESCO, Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia. (2005). Encuentro entre Diseñadores y Artesanos: Guía práctica.
- Irarrazabal, N., Saux, G., & Burin, D. (2016). Formato de presentación, experticia y memoria de trabajo en la comprensión de instrucciones. Interdisciplinarla, 33(2), 215-229.
- Gordillo, A. (2015). La co-creación como plataforma estratégica para reposicionar la marca ciudad. Caso de estudio: Medellín, ciudad innovadora. Campos, 3(2), 177-198.
- Peist, N. (2016). La ropa, los adornos y el cuerpo. La interacción entre el productor, el objeto y el consumidor. Daimon. Revista Internacional de Filosofía,, 545-553.
- Risler, J., & Ares, P. (2013). Manual de mapeo colectivo : recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa. Buenos Aires : Tinta Limón.
- Santacana Mestre, J., & Martinez Gil, T. (2018). EL PATRIMONIO CULTURAL Y EL SISTEMA EMOCIONAL: UN ESTADO DE LA CUESTIÓN DESDE LA DIDÁCTICA. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, 194(788), 2-9.
- Marchena, P., Lopez, V., & Ezquerro, A. (2017). UN ESTUDIO EXPLORATORIO DE LA RELACIÓN ENTRE LA INTELIGENCIA MUSICAL, VISO-ESPACIAL, CORPORAL-CINESTÉSICA Y CREATIVIDAD MOTRIZ EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE. Enseñanza & Teaching, 33(2), 55-75.

9.2 Anexos

ANEXO 1: RESPUESTAS ACTIVIDAD 1



Dispersión de respuestas de la agrupación.

Elaboración personal. (2021)

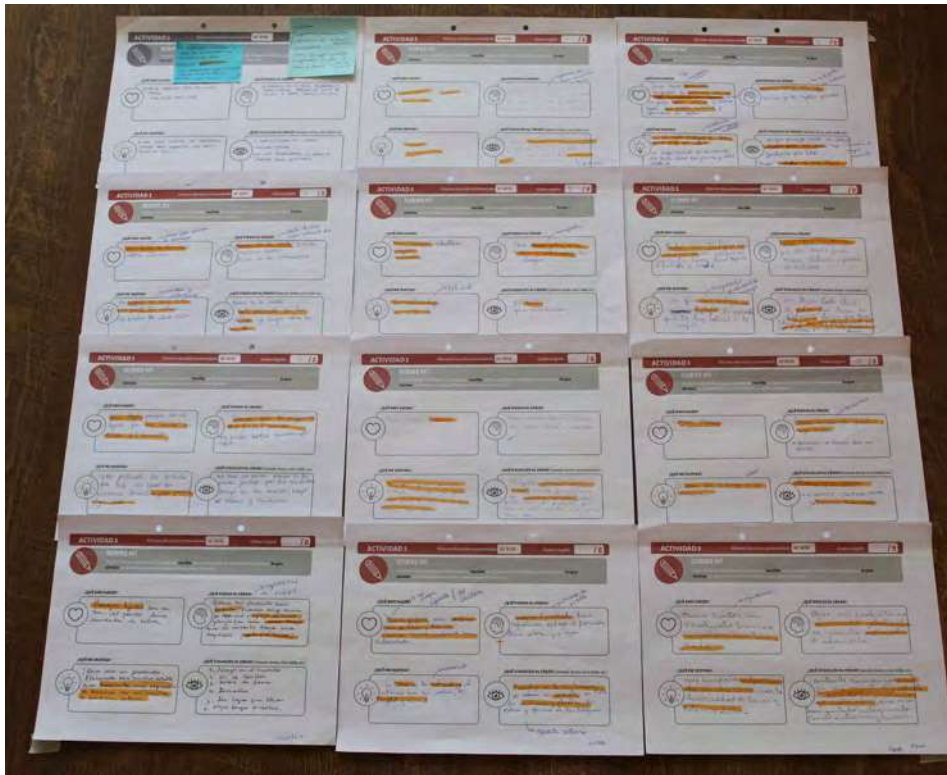
ANEXO 2: RESPUESTAS



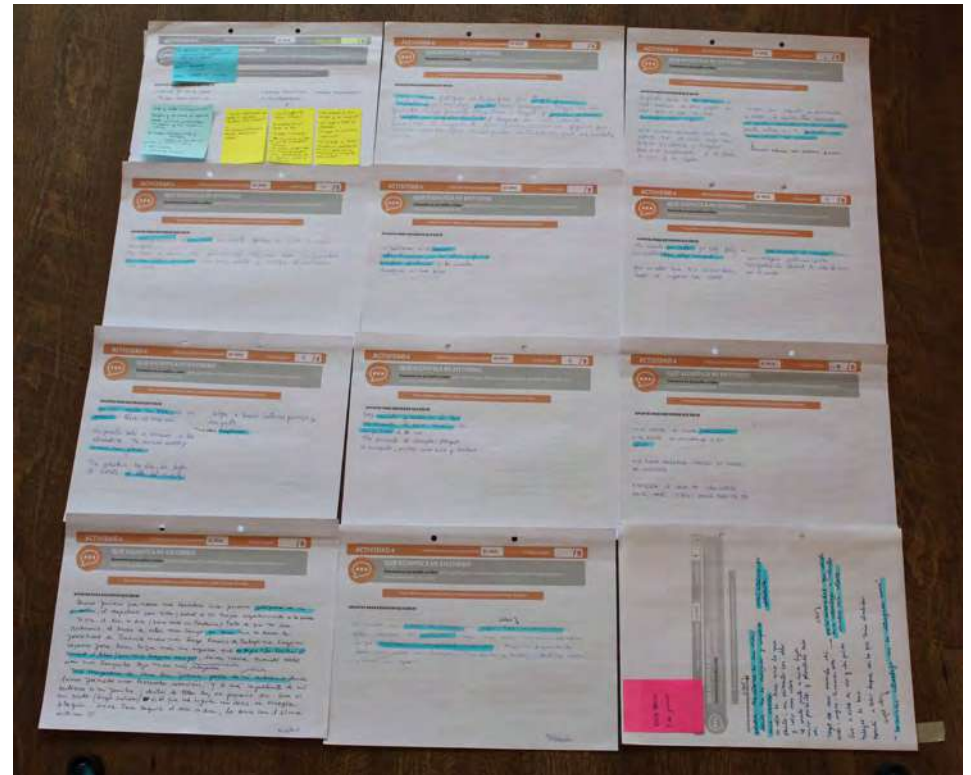
VISUALIZACIÓN DE RESPUESTAS DETACADAS:

- *"Pieceras en las que puedo aplicar colores combinados en forma uniforme con tejidos en puntos" Eugenia*
- *"Me gusta diseñar los colores que sean oscuros o naturales de la lana" Nieves*
- *Los conejos: "me gusta mucho tejerlos porque se que hará feliz a un niño o niña" María*
- *"Elegí las artesanías de las fotos porque las hice yo y están teñidas con arrayán" Bernardita*
- *"Mi producto seleccionado son las ovejitas tejidas a crochet, Las confecciono porque he tenido una venta extraordinaria" Marlis*
- *"Lo que más me gusta confeccionar son prendas de vestir" Juanita*
- *"Cada banquito que hago es único e irrepitibles, los hago con mucho amor, me gusta agregar distintas caras y ver que puede formar" Mónica*
- *"Me gusta hacer los cojines porque son con colores naturales y los hago con mucho amor" Selma*
- *"Me gusta hacer los cojines de un metro que son tejidos a palillo, me relaja tejer, mientras lo realizo, me permite pensar en otros diseños de cojines" Rosa*

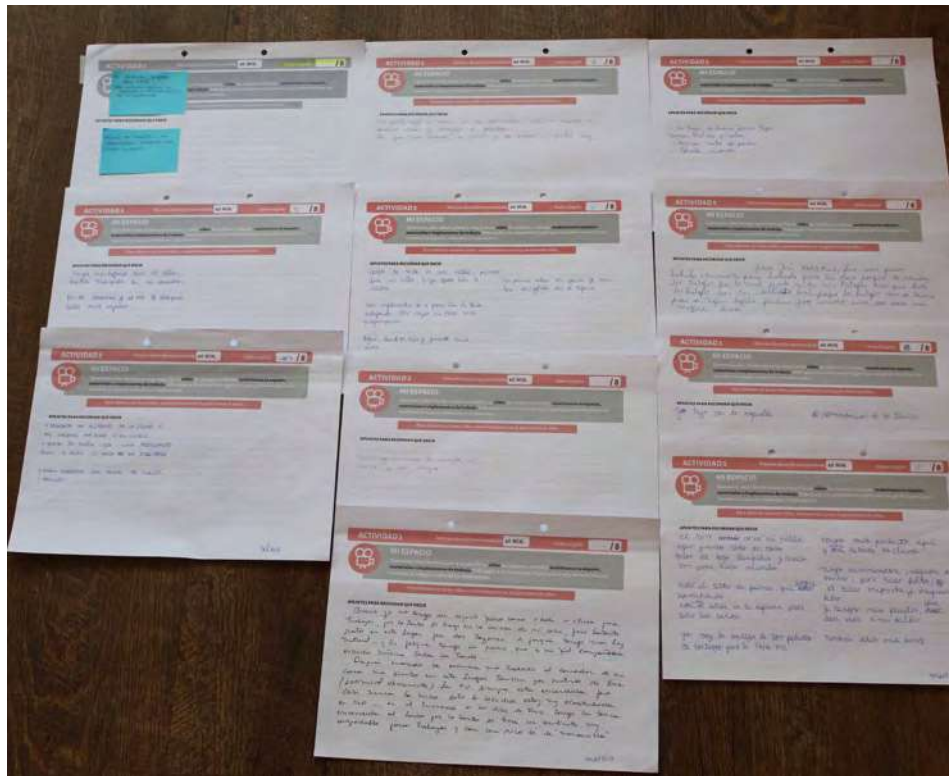
ANEXO 3: RESPUESTAS ACTIVIDAD 3



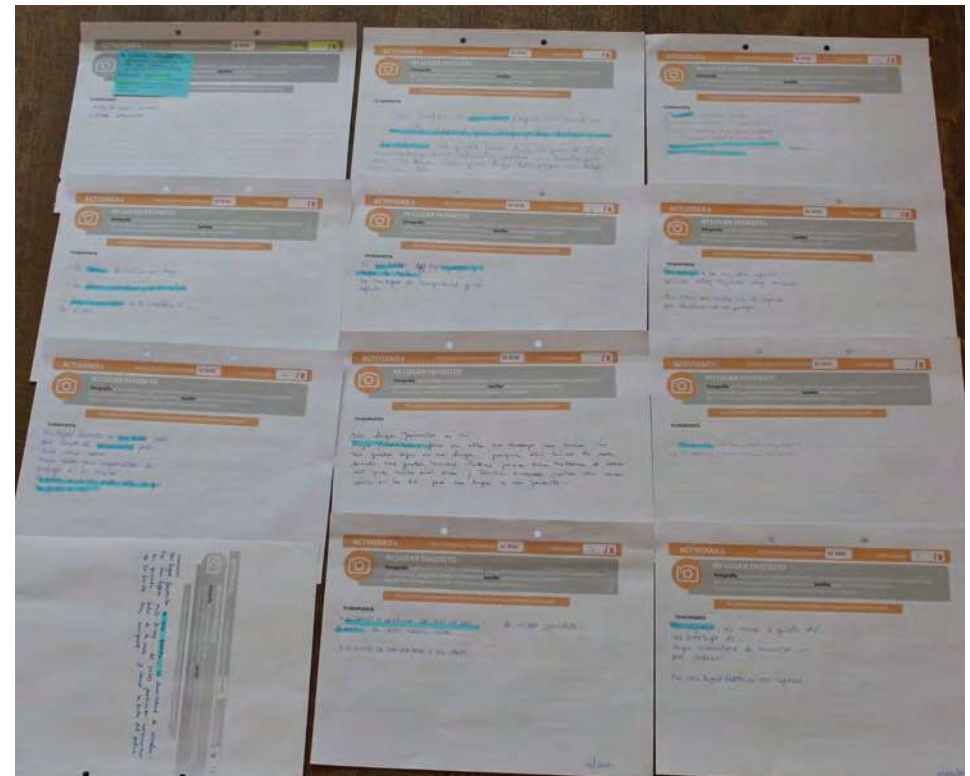
ANEXO 4: RESPUESTAS ACTIVIDAD 4



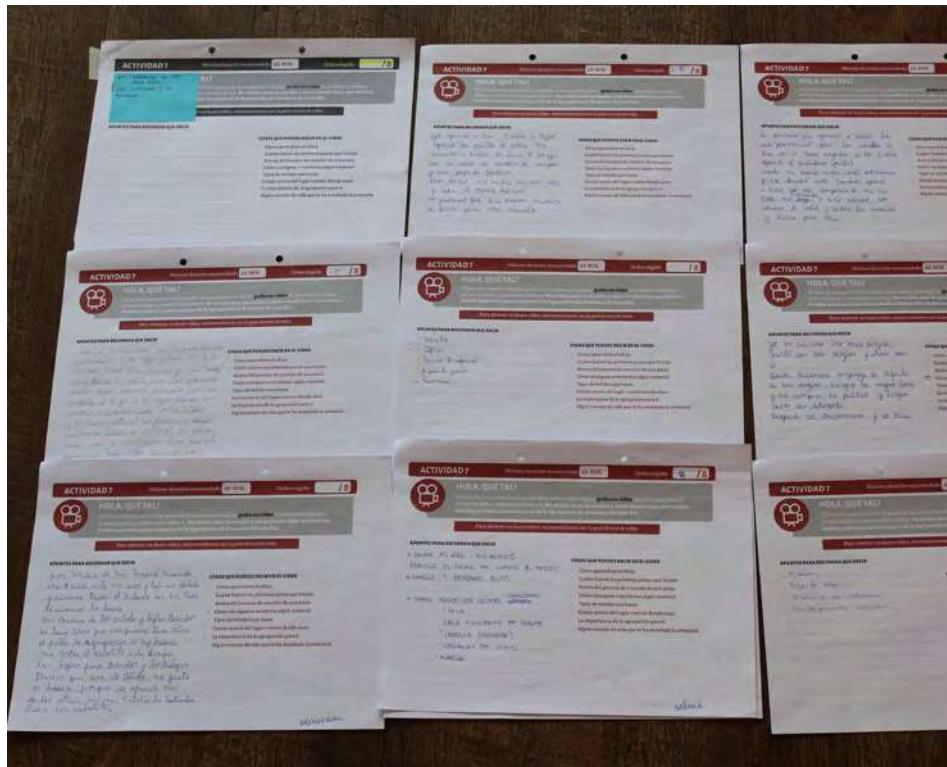
ANEXO 5: RESPUESTAS ACTIVIDAD 5



ANEXO 6: RESPUESTAS ACTIVIDAD 6



ANEXO 7: RESPUESTAS ACTIVIDAD 7



ANEXO 8: RESPUESTAS ACTIVIDAD 8



ANEXO 9: CITAS ARTESANAS PARA IDENTIDAD LOCAL

CONCEPTOS QUE SE RESCATAN DE AGRUPACIÓN DE ARTESANAS COMO UN COLECTIVO:

Qué caracteriza a la agrupación de artesanas en relación a sus identidades y relación con el oficio.

- Son una familia
- Están conectadas con la naturaleza que las rodea, esta las inspira, les da la materia prima y es parte de su vida
- Son mujeres que sienten un profundo amor por el oficio artesanal
- Son creadoras e innovadoras
- Cada pieza que hacen es pensada con amor y realizada con la mejor factura

AMOR

EL AMOR NO ES SÓLO A SU FAMILIA Y AMIGOS, TAMBIÉN A LA AGRUPACIÓN.

- "Mis compañeras son parte de mi entorno"
- "Somos una familia más, porque estamos en las buenas y en las malas"
- "Hay cariño y dedicación"
- "Nunca me han dejado sola, siempre están ahí"
- "Yo me he sentido muy acogida y apoyada ahí"
- "Se siente como una familia. Nos ayudamos mutuamente, si una no sabe, la otra ayuda"
- "Si duele una, dolemos todas"
- "Es un grupo muy bonito, que va a ser difícil separarse, muy difícil"
- "Nosotras nos sentimos como una familia, si una se enferma parece que todas estamos mal"

ARTESANÍA

¿CÓMO ES SU RELACIÓN CON LA ARTESANÍA?

Citas de actividades

- "El crochet y el telar son mis mejores amigos"
- "Es gratificante ver un trabajo terminado"
- "Juego con las lanas en las pieceras"
- "Me gusta hacer los conejos porque sé que hará feliz a un niño o niña"
- "Ahí se ve el amor" (que pone en sus productos)
- "Hago mis productos con mucho amor"
- "Son colores naturales y los hago con amor"
- "Me relaja tejer"
- "Mi taller es mi lugar especial"
- "Me inspira mi amor a la artesanía"
- "Todos mis trabajos son hechos con amor"

NATURALEZA

¿QUÉ SIGNIFICA PARA ELLAS LA NATURALEZA?

Citas de actividades

- "Me encanta el aire sureño y la tranquilidad"
- "Me inspira todo mi alrededor"
- "Me encanta la lluvia"
- "La misma naturaleza me provee día a día"
- "Mi entorno es un regalo de Dios"
- "Amo el olor a monte"
- "Mi jardín es como un campo en pequeña cantidad"
- "Veo la diversidad que existe e intento rescatar sus colores"
- "La naturaleza me maravilla por tanta perfección"

ANEXO 10: LISTADO PARA NOMBRE DE PRODUCTOS CASA KÜC

RÍOS	Nilahue - Bueno - Coique - Caunahue - Cerrillos - Calcurrupe - Huishue - Riñinahue
FAUNA	Liebre - Cordero - Treile - Bandurria - Tique - Bailarín - Pato anteojillo - Carpintero - Choroy - Cormorán - Picaflor
FUNGI	Dihueñe - Loyo - Changle - Matamoscas - Enoki - Pie azul
FLORES	Calafate - Murta - Chilco - Matico - Michay - Amancay - Nalca - Junco - Totorá - Medallita
ÁRBOLES	Notro - Coigüe - Arrayán - Maqui - Lengua - Alerce - Raulí - Canelo - Olivillo - Quilas - Helecho - Lingue
CERROS	Huequecura - Don Toribio - Caunahue - Carrán - Choshuenco - Mayo

ANEXO 11: PACKAGING PROPUESTA



