

Casa de pensamiento Wawita Kunapa Wasi

Proyecto Piensa Bonito Pinta bonito (Sumaj Yuyay Sumaj Ilunchij)

NOMBRE ALUMNO

Yako Yuyay Jacanamijoy Iguarán

Trabajo de grado para optar al título de Diseño gráfico

TUTOR

MBA, Esp. Jean René Riveros Rodriguez

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO
BOGOTÁ 19 DE NOVIEMBRE DE 2022**

CASA DE PENSAMIENTO WAWITA KUNAPA WASI

Proyecto Piensa Bonito Pinta bonito (Sumaj Yuyay Sumaj Ilunchij

YAKO YUYAY JACANAMIJOY IGUARÁN

JURADO

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

AGRADECIMIENTOS

Tabla de contenido

1.Introducción	8
2.Contexto del modelo emprendedor.....	8
2.1 Sector al que pertenece el emprendimiento	8
2.2 Modelo de negocio	9
2.3 Oportunidad de intervención	13
3. Objetivos del proyecto	14
3.1 Reto del proyecto	14
4. Desarrollo del modelo de negocios.....	15
4.1 Sistema de desglose de trabajo – EDT	15
4.2 Tiempo el proyecto – PERT	16
4.3 Calendario de ejecución	17
5. Segmentación del mercado	19
5. 1 Universo, segmento y nicho	19
5.2. User Persona	20
5.3 Stakeholders	22
5.4 Jobs To Be Done	24
6. Propuesta de valor	25
6.1 Segmento del cliente	28
6.3 Trabajos del cliente	29
6.4 Productos / servicios ofrecidos	30
6.5 Generadores de alegrías	31
6.6 Aliviadores de dolor	32
7. Nueva Mirada al Modelo de Negocio	33
7.1. Cuadro estratégico	33
7.2 Esquema de Cuatro acciones	36
7.5 Matriz Eric	37
8. Modelo financiero	37
8.2 Costos	41
8.3 Gastos	41

8.4 Presupuesto.....	42
9. Propuesta preliminar de marca – previo al inicio del proyecto	42
9. Conclusiones Generales	49
9.1 Conclusiones del proyecto	49
9.2 Conclusiones sobre el seminario	50
9.3 Reflexiones disciplinares	50
Referencias	51

Lista de Gráficas

	Pág.
Gráfica 1. Ikigai	7
Gráfica 2. Objetivos S.M.A.R.T.....	15
Gráfica 3: Modelo de negocio a partir de la herramienta EDT -WBS	16
Gráfica 4: User persona	21
Gráfica 5: Modelo Canvas Creado por Alexander Osterwalder	27
Gráfica 6: Lienzo de la propuesta de valor	28
Gráfica 7: Curva de Valor	36
Gráfica 8: Ejemplo de un escrito de chumbe en forma horizontal para colorear.....	43
Gráfica 9: Formas del chumbe	43
Gráfica 10: Packing	44
Gráfica 11. Otro ejemplo del proceso de unir varias labore o diseños símbolos de forma horizontal	45
Gráfica 12. Tipografía	46
Gráfica 13. Ejemplo de la manera en que se podrá elaborar la “escritura en el chumbe”	47
Gráfica 14: Prototipo final.....	49

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Calendario de ejecución del proyecto.....	17
Tabla 2. Universo, segmento y nicho	17
Tabla 3. Categorización de interesados	22
Tabla 4. Asignación y grado de responsabilidad.....	23
Tabla 5: Jobs To Be Done	24
Tabla 6. Análisis de competidores	33
Tabla 7. Variables de competidores	35
Tabla 8: Esquema de cuatro acciones	38
Tabla 9. Matriz ERIC	38
Tabla 10. Recursos	38
Tabla 11. Recursos humanos	41
Tabla 12: Proveedores	41
Tabla 13: Gastos	41

1.Introducción

El proyecto pienso bonito, pinto bonito, (suma Yuyay suma llunchij), es una iniciativa que pretende obtener el reconocimiento formal y del significado del chumbe en la población infantil de la casita de pensamiento intercultural wawita kunapa wasi utilizando el uso de una estrategia de comunicación visual aplicada a los procesos de aprendizaje del tejido de los profesores con los niños en el proyecto de aula. Con esta intencionalidad, en este documento se describen los recursos y estrategias para desarrollar una herramienta de comunicación visual a través del uso de elementos y símbolos del chumbe y la comunidad inga, ubicado en una casa de pensamiento intercultural inga de la ciudad de Bogotá – Colombia, involucrando diseñadores gráficos y maestros de la casa, que sirva como un instrumento para desarrollar actividades manuales y permita reforzar los procesos de formación.

El proyecto además de ser una exploración innovación y creación, es una iniciativa que contribuye al fortalecimiento de la identidad de los niños indígenas que viven en las ciudades, ya que muchos se han desligado de ellas por distintas causas sociales y culturales, este proyecto sigue creciendo para poder seguir brindando ejercicios que permitan seguir reconociendo la importancia del chumbe y de su gran valor técnico artístico, visual, ya que compone actualmente el lenguaje visual de la comunidad inga, representarlo y enseñarlo a las nuevas generaciones ingas.

2.Contexto del modelo emprendedor

Este proyecto se desarrolla en la casita de pensamiento Wawita Kunapa Wasi dedicada enseñanza de la cultura Inga tradicional a partir de distintos lenguajes artísticos relacionados con la pintura, la música, la expresión corporal, la dramatización, entre otros lenguajes artísticos que permiten involucrar a los niños con las historias, con la cosmología y con los principios del pueblo.

2.1 Sector al que pertenece el emprendimiento

2.2 Modelo de negocio

La construcción del propósito empresarial se crea a través de un concepto denominado Ikigai que significa (referenciar), el valor de hacer y el valor de trabajar. El Ikigai significa impulso de vida, la razón esencial por la que actúas cada día, tu propósito.



Gráfica 1. Ikigai

Fuente: García, H., Miralles, F. (2016). *Ikigai: los secretos de Japón para una vida larga y Feliz*. P. 10

El Ikigai permite buscar y entender que es lo que se ama hacer, en los que es buenos haciendo, las cosas por las que nos pagarían y lo que necesita el mundo o lo que la empresa le a porta al mundo, la intersección y unión de estos forman un propósito de vida. Desde el recurso Ikigai, se plantean cuatro elementos para el desarrollo de esta idea de negocio:

1.Lo que amo

- El diseño y creación de todo tipo de material que permita desarrollar investigaciones interculturales, indígenas.

- Brindar espacios donde los niños puedan jugar aprendido, y desarrollar habilidades para su desarrollo normal.
- Seguir fortaleciendo la identidad de los niños y las enseñanzas indígenas.
- Brindar el conocimiento y seguir produciendo productos para las nuevas generaciones ingas.
- Reivindicar las sabidurías de los mayores y tejedoras del pueblo inga
- Estudiar y difundir la sobre la historia del pueblo Inga en Colombia.

1. En los que se es bueno. Como miembros de una comunidad indígena sabemos la importancia de salvaguardar nuestros conocimientos, por eso al estar involucrados con otras culturas y o otros contextos, es posible trabajar para que estos puedan compartidos con las nuevas generaciones que son las que muchas veces pierden el interés y desconocen sus raíces, por eso los servicios y productos que se prestan están pensados en seguir salvaguardando historia propia, a partir de:

- El diseño de actividades que involucren las creaciones manuales y el uso de elementos visuales, ilustraciones, animaciones, videos, libros
- Representando e ilustrando las historias de los mayores y de las tejedoras Ingas.
- Recolectando información para investigación.
- Somos buenos contando las historias que permitan a los padres e hijos recordar su origen.
- Buscando los elementos y técnicas propios para de desarrollo de los niños.
- Educando desde lo propio enseñando desde el conocimiento inga

2. Por lo que nos pagan. Somos buenos usando los conocimientos, herramientas manuales, didácticas que permitan a los niños educarse desde los conocimientos Ingas, recolectando información que permita contar e ilustra las historias de nuestros antepasados y permitir reencontrarnos con lo propio de nuestra comunidad Inga, compartiendo todo eso que nos une como comunidad inga. Esto mediante actividades como:

- Brindar experiencias que permitan a los niños involucrarse más con su comunidad estando en la ciudad.

-Educar y brindar herramientas útiles que permitan a los niños a fortalecer su sentido de pertenencia en contexto diferentes.

-Brindar productos que permitan a los niños involucrarse con elementos visuales y desarrollar habilidades manuales, propias para el desarrollo académico posterior

3. Lo que aportamos al mundo. El pueblo Inga brinda experiencias propias que permiten a los niños identificar su entorno y el de su comunidad estando radicados en la ciudad, así mismo fortalecer su sentido de pertenencia en contextos no indígenas, esto con el fin de facilitar herramientas que permitan un desarrollo tanto físico como mental.

-Aportamos con el arte y la educación, nuestros conocimientos.

- Construimos productos a través las vivencias y enseñanzas Ingas.

-Contribuimos al bienestar de los niños a través de la búsqueda y de la creación de experiencias nuevas en el aula.

-Existe el compromiso de crear procesos que permita seguir desarrollando las habilidades artísticas en los niños ingas.

A partir de estas estrategias se consolida la intención de mantener el legado para que las nuevas generaciones puedan valorar y educarse por medio de los conocimientos propios del pueblo Inga contribuyendo reforzar desde el sentido de pertenencia con su comunidad y con su familia con su comunidad. También creando y diseñando experiencias, productos, que permitan a los niños ver, jugar, y escuchar mientras aprende de su comunidad. A su vez, se empiezan determinar aspectos importantes para el desarrollo del proyecto, al unir los conceptos de lo que somos bueno haciendo y lo que amamos hacer, se construye lo que sería el IKIGAI o propósito.

- **Pasión**

Apasionados por el arte, el diseño, y la educación propia del pueblo inga del putumayo. queremos a través de este espacio, que los niños conozcan y hablen con propiedad de su comunidad en otros contextos y que puedan seguir creando vínculos con sus padres a través de las enseñanzas y costumbres aprendidas en los ejercicios de aula.

- **Perfil**

Somos un espacio de pensamiento intercultural que brinda experiencias y herramientas educativas que permitan a los niños aprender conceptos a través del arte.

- **Vocación**

Lo que se desea plasmar principalmente es el valor artístico de la comunidad inga, creando escenarios en los cuales los niños puedan educarse desde experiencias de aula que les permita utilizar herramientas y conocer conceptos a través del juego. Adicional de reivindicar y salvaguardar los conocimientos de nuestros mayores y pensadores ingas.

- **Visión**

Desarrollar estrategias y herramientas para el aula en las que se vea ilustrado el conocimiento del pueblo inga, y primen las enseñanzas propias.

- **Misión**

Mostrarles a los niños el arte y la riqueza de su comunidad por medio de la experiencia en el aula a través del diseño y del reflejo del compromiso de los miembros de la comunidad con la educación de las nuevas generaciones ingas

- **IKIGAI**

El compromiso es la de educar nuestra comunidad y con las nuevas generaciones sintiéndose parte y siendo representados por un espacio que le brinda la calidez y las herramientas necesarias para conocer y desarrollarse a través del conocimiento ancestral inga del putumayo, esto a través de las enseñanzas del arte y de la educación propia.

El proyecto es un acercamiento y una exploración a las enseñanzas y aprendizajes que se han desarrollado alrededor de un tema muy importante en las comunidades indígenas de Colombia, el chumbe, un elemento que hace parte de la comunidad inga del putumayo y que muchos de los mayores han venido salvaguardando desde diferentes ámbitos como la educación, el arte desde y la música. Incluso hay escuelas y casas de pensamiento que fortalecen las enseñanzas a través de los recuerdos, de la pintura, las nuevas tecnologías, brindando servicios y productos que permitan a las nueva generaciones conocer y comprender los conceptos de las propias comunidades en este caso la inga.

El chumbe es una faja que utilizan comúnmente las mujeres, mide entre 7 metros de largo y 12 cm de ancho, se afirma que este cumple la función de proteger el lugar donde inicia la vida oses el vientre de las mujeres, ya que se utiliza envuelto en este para dar calor, además de cumplir esta función tan importante, también se inscribe la historia del pueblo inga a partir de símbolos y códigos visuales que permitían a las maestras tejer las experiencias de vida, las enseñanzas, describir lugares, recordar las historias de los mayores y otras muchas enseñanzas que permitieron al pueblo inga a desarrollar su cultura y su conocimiento.

La casa de pensamiento Wawita Kunapa Wasi es un espacio ubicado en el barrio san Cristóbal de Bogotá con espacios que fungen como centros educativos interculturales que permiten a los niños entre los 2 a 5 años formarse en los conocimientos propios de la comunidad inga de Santiago, Putumayo. Este lugar suma diferentes servicios vinculados a las tradiciones propias de este grupo, no obstante, no se ha consolidado un material educativo propio de la casa de pensamiento con conocimientos basados en la cultura inga.

Con estos antecedentes, surge la propuesta de este proyecto que tiene como propósito diseñar una estrategia de comunicación visual que permita reconocer el concepto del arte de tejer a través del chumbe, difundiendo algunas de las actividades de los profesores de la casita de pensamiento Wawita Kunapa Wasi, y así buscar interesar a los niños ingas, por el chumbe a través del juego, de las imágenes, de las historias, de los sonidos y de los elementos formales que componen el chumbe, siendo esta una actividad que permitió por años a las tejedoras crear su propia historia.

2.3 Oportunidad de intervención

Según romero (2004), “la educación indígena como un medio de control interno del grupo, un proceso por el cual cada sociedad indígena internaliza en sus miembros su propio modo de ser, garantizando así su sobrevivencia y reproducción”. No obstante, a pesar de la importancia de la formación en casos como el de la casa de pensamiento a pesar de brindar distintas experiencias dentro del aula, muchas se ven limitado a utilizar el mismo material educativo que brinda la secretaría de integración social para jardines no interculturales o de otras comunidades, con frecuencia, se generan distintas actividades a través de la experiencia de los profesores y de su

vínculo con la comunidad. Generando ideas que permitan a los niños experimentar a través del arte y del pensamiento del chumbe, estas no son suficientes para dar continuidad al proceso de reivindicar las enseñanzas de los mayores y de los tejedores ingas en nuestros más pequeños.

Desde estas consideraciones surge la necesidad de crear un proyecto que, integre los conocimientos educativos y artísticos a través de una herramienta educativa que permita inscribir actividades a los niños dentro y fuera del aula ilustrando la cultura del arte de tejer de las pensadoras del putumayo, un concepto que proviene del tejido del elemento estética que hacia las tejedoras del valle de Sibundoy y con ello reivindicar uno de los muchos conceptos que la comunidad inga protege y que se ha venido perdiendo a través de los años.

3. Objetivos del proyecto

3.1 Reto del proyecto

Desarrollar una estrategia de comunicación visual a través del uso de elementos y símbolos del chumbe y la comunidad inga, ubicado en una casa de pensamiento intercultural inga de la ciudad de Bogotá – Colombia, involucrando diseñadores gráficos y maestros de la casa, que sirva como un instrumento para desarrollar actividades manuales y permita reforzar los procesos de formación.

3.2 Objetivos S.M.A.R.T

1. Diseñar una estrategia de comunicación visual que conecte la cartilla de aprendizaje con el kit escolar y libro virtual para la 1 primera del mes de octubre del 2022.
2. Realizar el lanzamiento oficial de la pieza de comunicación a finales de la cuarta semana del mes de noviembre del 2022 con el fin de que sirva como un instrumento para desarrollar actividades manuales y de un material que permita reforzar la identidad de los niños Ingas.

Para la elaboración de los objetivos del se recurrió a los criterios S.M.A.R.T, como se refiere en la siguiente tabla:

DESARROLLO DE OBJETIVOS SMART	
Objetivo 1	<p>REDACCIÓN</p> <p>Diseñar un producto editorial a través de la creación de ejercicios artísticos relacionados con el concepto del arte de tejer y la simbología inga del putumayo desarrollándolo en la casa de pensamiento inga de la ciudad de Bogotá, involucrando diseñadores gráficos, profesores, autoridades indígenas y demás con una fecha de lanzamiento para finales del año 2022, para que sirva con insumo y pueda ser uno de ellos materiales de aula con concepto propios de la comunidad inga de Santiago putumayo</p> <p>Key Result</p>
Objetivo 2	<p>REDACCIÓN</p> <p>Crear una herramienta gráfica a través de la utilización de algunos de los elementos gráficos del chumbe inga, ubicado en una casa de pensamiento intercultural inga de la ciudad Bogotá – Colombia involucrando a diseñadores gráfico y maestros de la casa de pensamiento, con fecha de lanzamiento para final del año 2022, que sirva como medio para el desarrollo de habilidades artísticas sociales y fidelizar la identidad de los niños con la casa de pensamiento inga.</p> <p>Key Result</p>
Objetivo 3	<p>REDACCIÓN</p> <p>Desarrollar una estrategia de comunicación visual a través del uso de elementos y símbolos del chumbe y la comunidad inga, ubicado en una casa de pensamiento intercultural inga de la ciudad Bogotá – Colombia, involucrando diseñadores gráficos y maestros de la casa de pensamiento, con fecha de lanzamiento para final del año 2022, que sirva como un instrumento para desarrollar actividades manuales y de un material que permita reforzar los materiales de aula de los pensadores</p> <p>Key Result</p>
OBJETIVE 1	
SPECIFIC	Diseñar una estrategia de comunicacion visual para niños ingas
MEASURABLE	1 cartilla, un libro virtual, un kit escolar
ATTAINABLE	20 horas de trabajo aproximadamente
REALISTIC/RELEVANT	el tiempo para trabajar en este punto especifico es de 8h a apartir del 3 octubre del 2022
TIME-RELATED	finalización 23 de noviembre en el cabildo inga
OBJETIVE 2	
SPECIFIC	Crear una herramienta gráfica para niños en el aula de clase
MEASURABLE	utilizacion de los 15 símbolos mas importantes y poder contruir con ellos los ejercicios e historias
ATTAINABLE	desarrollo de habilidades artísticas para la expresion del los niños
REALISTIC/RELEVANT	seguir reforzando los materiales del aula con experiencias mas agradabels y dinamicas a traves del arte
TIME-RELATED	seis meses con una retroalimentacion mensual
OBJETIVE 3	
SPECIFIC	estrategia de comunicacion visual para niños de la casa de pensamiento wawita kunapa wasi en los espacios donde e practica el arte
MEASURABLE	crear el suficiente material de aula para los mas de 300 niños que asisten a la casa de pensamiento
ATTAINABLE	el desarrollo optimo de las habilidades de la primera infancia a traves enseñanzas indigenas ingas
REALISTIC/RELEVANT	contruir procesos manuales y teoricos utilizando las dinamicas del juego, y de la experiencia visual
TIME-RELATED	finales del periodo 2022-2

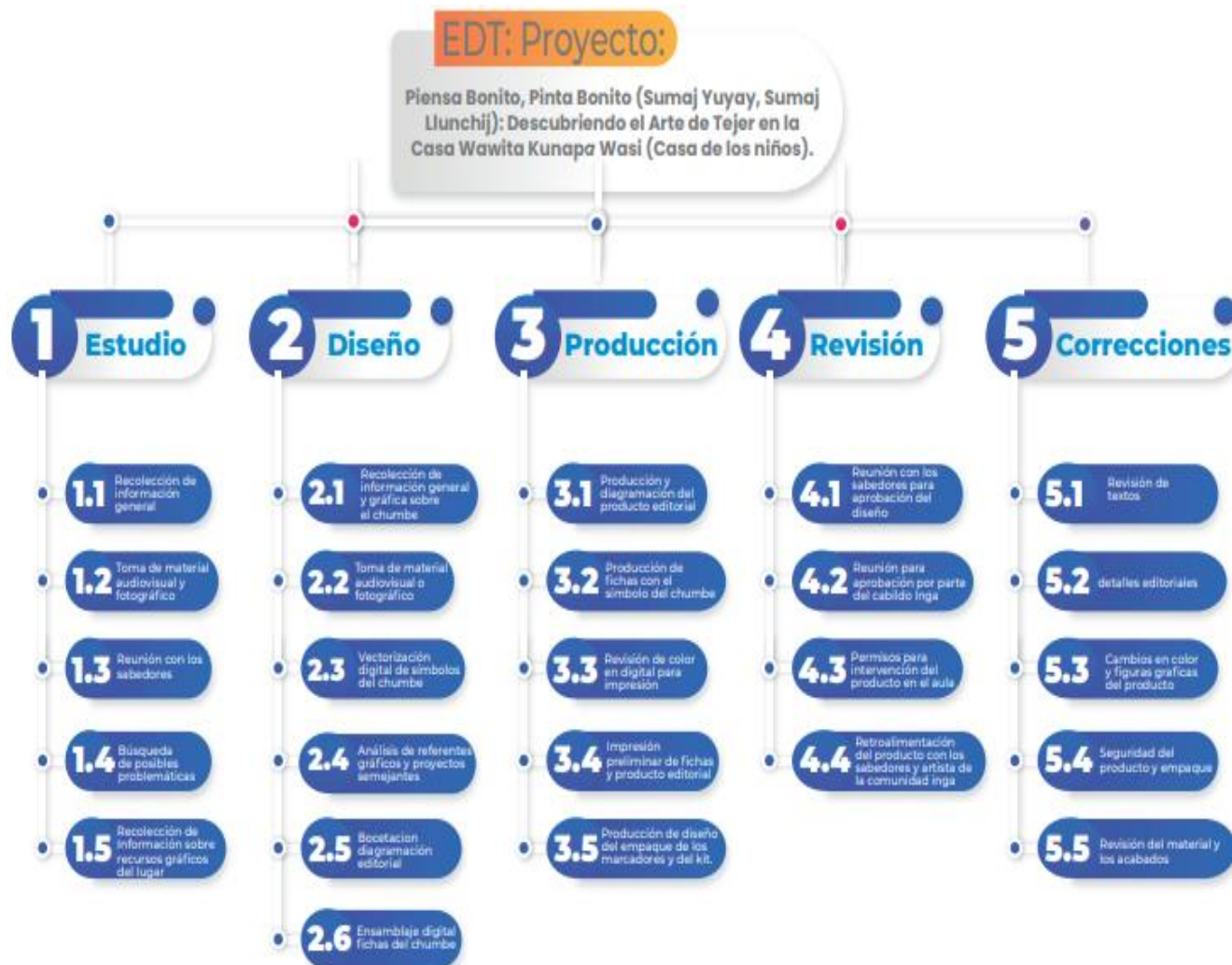
Gráfica 2. Objetivos S.M.A.R.T

Fuente: elaboración propia

4. Desarrollo del modelo de negocios

4.1 Sistema de desglose de trabajo – EDT

Con el fin de estructurar un modelo de negocio e identificar la suma de las actividades a desarrollar y sus respectivos entregables se desarrolla un ejercicio llamado EDT -WBS (Work Breakdown Structure), herramienta de gestión de proyectos que se utiliza para definir y gestionar los entregables de un proyecto, mediante una estructura jerárquica que desglosa actividades complejas en partes más manejables y permite que los usuarios vean cada entregable que debe completarse para alcanzar el objetivo general de un proyecto



Gráfica 3: Modelo de negocio a partir de la herramienta EDT -WBS
Fuente: elaboración propia.

4.2 Tiempo el proyecto – PERT

El cálculo del tiempo esperado para este caso se hizo en horas y se realizó a través de esta matriz teniendo en cuenta los paquetes de trabajo y sus tareas construidas y descritas en el EDT:

Tabla 1. *Tiempo del proyecto*

Clave	Actividad	Predecesora	Tiempo optimista	Tiempo mas probable	Tiempo pesimista	Tiempo esperado
A	Estudio	N/A	20 horas	24 horas	38 horas	24 horas
B	Diseño	A	40 horas	44 horas	28 horas	44 horas
C	Producción	A/B	40 horas	44horas	52 horas	44horas
D	Revisión	A/B/C	18 horas	22 horas	30 horas	22 horas
E	Correcciones	A/B/C/D	20 horas	24 horas	38 horas	24 horas

Fuente: elaboración propia

4.3 Calendario de ejecución

El diagrama Gant es una herramienta que permite una mejor comunicación entre los involucrados de un proyecto a través de una tabla en la que se podrán observar los tiempos en el calendario establecido previamente y ubicar en que va el proceso de los paquetes de trabajos. En este caso se pondrán los paquetes de trabajo y sus respectivas tareas a realizar con los tiempos en horas.

Tabla 2. *Calendario de ejecución del proyecto*

Fuente: elaboración propia.

5. Segmentación del mercado

5. 1 Universo, segmento y nicho

Para el proceso de segmentación del mercado se tienen en cuenta tres ítem importantes para dividir el proceso, primero el UNIVERSO, o el total de población que podrá acceder al producto; SEGEMENTO, o grupo de personas con características similares a las cuales podría interesarles el producto, finalmente tenemos el NICHOS en el que se encuentran el grupo de personas del segmento con gustos y preferencias particulares que definitivamente le interesa el producto.

Tabla 3. *Universo, segmento y nicho*

UNIVERSO	Cualquier persona hombre, mujer, niño niña.
	Las diferentes escuelas interculturales y no interculturales que se interesen por los saberes indígenas para niños de la primera infancia.
	Instituciones indígenas y gubernamentales con la capacidad económica de reproducción e impresión del producto
	Lugares de exhibición de material editorial, (librerías, bibliotecas, y centros culturales. Locales y nacionales
SEGMENTO	Personas miembros del cabildo inga de Santiago Putumayo en Bogotá,
	Personas interesadas en los conocimientos del del chumbe y de los conocimientos ingas del putumayo
	casa de pensamiento wawita kunpa wasi
	Niños y niñas de la casita de pensamiento wawita kunapa wasi, ubicada en Bogotá
NICHO	Personas interesadas en los saberes indígenas del chumbe y que queiran comaprtilro en diferetnes contextos
	Pensadores y líderes de la comunidad inga en Bogotá y en el Putumayo
	Diseñadores, Artistas, Docentes que se interesen en la educación intercultural a través d elos conocimientos ingas del Putumayo
	Padres miembros de comunidades indígenas con la intención de intervenir en la educación inicial de sus hijos

Fuente: elaboración propia

5.2. User Persona

Nuestro user persona, está integrado por personas que aman la comunidad inga, sus saberes y enseñanzas además quieren aprender sobre esta, de una manera divertida y dinámica que les permita tener un mejor conocimiento de su entorno y el conocimiento inga. Personas a las que les encanta un diseño que permita recordar y ver reflejado y representado a su padres y abuelos, por eso buscan productos con características educativas muy ilustradas y con bastante contenido lúdico que describa diferentes dinámicas, sociales, culturales, artísticas de su comunidad.

Shabima Jacanmijoy



Puesto
Estudiante femenino

Edad
de 3 a 6 años

Nivel de educación más alto
Jardín

Localización

Bogota colombia- Barrio San cristobal

Aficiones o intereses

Juegos, música, lectura, cultura inga, actividades manuales, pintura.

Capacidad técnica elementos que usa

- Intrumentos musicales sencillos
- libros ilustrados para niños
- celulares y computadores supervisados por un adulto,
- materiales ludicos y didacticos,

Objetivos

- Desarrollar capacidades propias de la comunidad inga,
- Aprender y entender habilidades iniciales básicas
- Apropiación de los conceptos de la comunidad inga

Motivaciones

Seguir desarrollando su proceso educativo en la casa de pensamiento y lograr terminar satisfactoriamente, seguir aprendiendo de los mayores y así lograr seguir reforzando el sentido de pertenencia sobre la comunidad y sobre los saberes propios. a través de los conocimientos propios seguir creando y reproduciendo los elementos propios de la comunidad

Frustraciones

no poder seguir desarrollando las suficientes actividades culturales que permitan seguir desarrollando procesos de identidad, también el hecho de cambiar, relacionarse y salir de la zona de confort, para entrar a entender y chocar con una educación y cultura diferente.

Marcas o productos que le gustan

caricaturas, libros infantiles, productos artísticos (pinturas, plastilina etc), instrumentos musicales, juegos didácticos, uso de la tecnología, libros para colorear, rompecabezas.

Otros

los niños de la casita desarrollan habilidades que poco a poco permiten asociar u utilizar con el entorno en el que se encuentran, al interactuar con otros niños pueden identificar conocimientos como los relacionados con el chumbe, con el cuidado de la tierra, en fin distintas características que le permitan fortalecer la identidad y el reconocimiento de su comunidad.

Gráfica 4: User persona
Fuente: elaboración propia

5.3 Stakeholders

Los stakeholders son aquellos participantes internos y externos que se verán afectados por la intervención del proyecto, tomando en cuenta si tienen o una participación o influencia activa. A través de la siguiente matriz pudimos identificar los stakeholders mencionando, la responsabilidad, su nivel de poder o interés por el proyecto y saber si son internos o externos participantes.

Tabla 3. *Categorización de interesados*

CATEGORIA DEL INTERESADO	INTERESADO (personas - entidades - naturaleza)	ROL EN LA EMPRESA	RESPONSABILIDADES DENTRO DEL PROYECTO	INTERNO / EXTERNO	INTERÉS (A - M - B)	PODER (A - M - B)
PARTICIPACIÓN ACTIVA	Diseñador	Desarrolla la propuesta desde el area del diseño grafico	Encargado de ejecutar los diferentes entregables del proyecto	INTERNO	A	A
	Pensadores - maestros	Desarrolla y gestiona datos a traves del campo de las ciencias de la educacion	encargados de Proporcion de informacion para el proyecto	INTERNO	A	M
	Directores casa de pensamiento wawita kunapa wasi	Verificacion del desarrollo del proyecto	encargados de informar el desarrollo del proyecto	INTERNO	A	M
INFLUENCIA ACTIVA (+ y -)	Cabildo Inga del Putumayo	Verificacion del desarrollo del proyecto	encargado de gestionar temas legales y generales	EXTERNO	A	M
	Secretaria de educacion	Verifica el desarrollo del proyecto	N/A	EXTERNO	A	B
AFECTADOS (+ y -)	Niños de la casa de pensamiento	Informador del desarrollo del proyecto	N/A	EXTERNO	M	B
	Padres de familia, comunidad inga	verificacion e informado del desarrollo del proyecto	N/A	EXTERNO	B	B

CATEROGIZACIÓN	
A	ALTO
M	MEDIO
B	BAJO

Tabla 4. *Asignación y grado de responsabilidad*

IDENTIFICACIÓN DE RESPONSABILIDADES DENTRO DEL PROYECTO	CATEGORÍAS DE ACTIVIDADES	Diseñador	Pensadores - maestros casa de pensamiento wawita kunapa wasi	Directores casa de pensamiento wawita kunapa wasi	Cabildo Inga del Putumayo	Secretaria de educacacion	Niños de la casa de pensamiento	Padres de familia, comunidad inga
	Estudio	R	C	C	A	I	I	I
	Diseño	R	A	A	A	I	I	A
	Producción	R	C	A	A	I	I	I
	Revisión	R	C	A	A	I	I	I
	Correcciones	R	C	A	A	I	I	I

CATEROGIZACIÓN RESPONSABILIDAD		
R	RESPONSABLE - OBJETIVOS	RESPONSIBLE
A	APROBAR - AUTORIDAD	ACCOUNTABLE
C	CONSEJERO - CONSULTOR	CONSULTED
I	INFORMADO	INFORMED

Fuente: elaboración propia

5.4 Jobs To Be Done

Para el Jobs To Be Done se utiliza la dinámica PULL de los años 80's, pero que se logra entender desde los 2000 y cuyo primer exponente en Clayton Christensen. Esta consiste en descubrir que es aquello que para nuestros clientes requiere un trabajo y por donde yo puedo crear una solución y con ello atraerlo hacia mí. Para ganar el cliente es necesario generar diferentes categorías para entender las diferentes causalidades que llevaran a mi cliente a adquirir mi producto y/o servicio. Estas categorías de trabajos pueden ser funcionales, sociales y emocionales.

Tabla 5: *Jobs To Be Done*

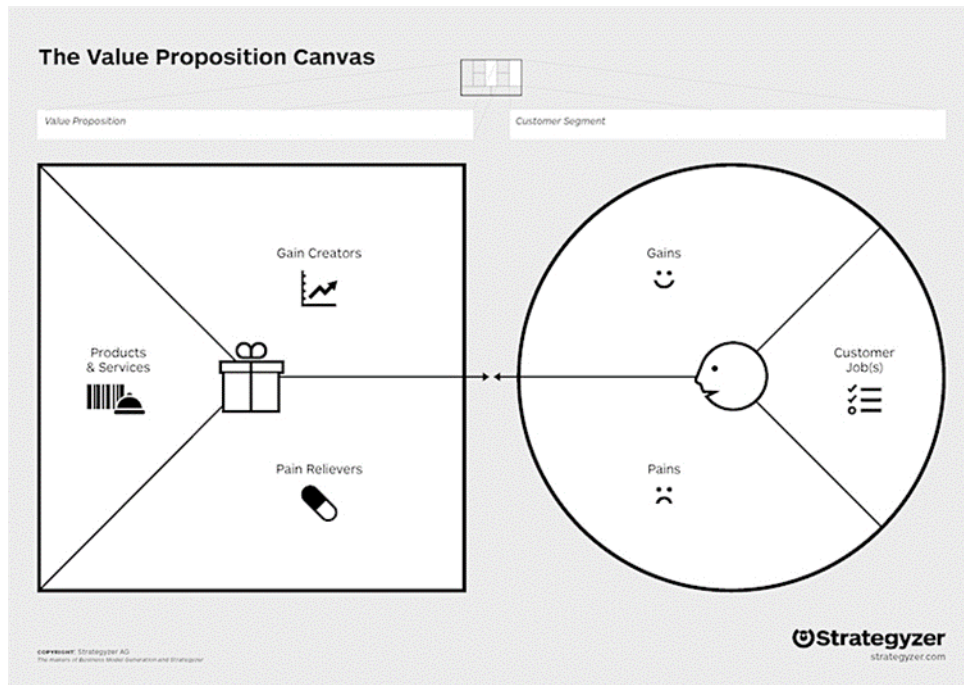
Customer JOBS	JOB category
Buscar un producto de fácil acceso	S
Buscar diseños y elementos de la comunidad inga	E
Desplazarse hasta las escuelas buscando alternativas para sus hijos	F
Buscar material de entretenimiento para sus hijos	E
Aprender de su comunidad y enseñarle a otros sobre su comunidad	E
Desarrollar habilidades necesarias para un buen desarrollo	F
Buscar productos sobre la comunidad y hechos por miembros de la misma	S

Categorización	
F	FUNCIONAL
E	EMOCIONAL
S	SOCIAL

Fuente: Elaboración propia

6. Propuesta de valor

Para diseñar la propuesta de valor, se trabaja sobre el modelo canvas Creado por Alexander Osterwalder y su Business Model Canvas, un proceso que permite identificar dos variables importantes, por el lado derecho se analizara todo lo relacionado con los segmentos de mercado, y por el lado izquierdo se centra en analizar todo lo que es la organización y lo que desarrolla.



Gráfica: Modelo Canvas Creado por Alexander Osterwalder

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR

PROPUESTA DE VALOR

SEGMENTO DE CLIENTES



Gráfica 6: Lienzo de la propuesta de valor
Fuente: Elaboración propia

6.1 Segmento del cliente

Alegrías.

Requisitos mínimos:

- Calidad de impresión, buen material.
- Que sea legible, que haya un buen uso del color.
- Que haya información acorde al contexto inga

Beneficios deseados

- Que ayude a seguir reconociendo y explorando la importancia del chumbe como un elemento visual para la continuidad del pensamiento y valores ingas
- Ayudar a seguir reforzando el sentido de pertenecía de los niños de la casa de pensamiento
- Que las enseñanzas se puedan seguir divulgando de manera que las nuevas generaciones puedan entenderla y enseñarla en diferentes contextos.
- Que los pensadores puedan seguir generando nuevas estrategias a través del aprendizaje colectivo.

Beneficios esperados:

- Que sea lúdico y dinámico, manipulable, que describa e ilustre la cultura inga.
- Que haya traducciones al idioma natal y español, que permita reconocer distintos conceptos del chumbe y de su función en la comunidad,
- Que la herramienta ayude a seguir desarrollando actividades en el aula relacionadas con el chumbe a través del diseño y el arte.

Beneficios inesperados

- Que el producto sea fácil acceso.
- Que les facilite las herramientas para el desarrollo de las actividades
- Que a partir del trabajo se pueda seguir desarrollando más productos que se convierta en un insumo de la casa de pensamiento.
- Que permita a los niños desarrollar habilidades motrices finas través de las actividades

6. 2 Frustraciones del cliente

Problemas de las soluciones actuales

- Los materiales educativos del aula no son propiamente de la comunidad inga si no son una recolección de otras comunidades indígenas
- La construcción del material de clase lo proporciona agentes externos
- Que se aprueben o desapruében o cambien las condiciones en los materiales y demás aspectos técnicos la hora de la producción del producto

Problemas de las soluciones actuales

- Los materiales educativos del aula no son propiamente de la comunidad inga si no son una recolección de otras comunidades indígenas
- La construcción del material de clase lo proporciona agentes externos
- Que se aprueben o desapruében o cambien las condiciones en los materiales y demás aspectos técnicos la hora de la producción del producto

Riesgos

- Que haya algún tipo de material toxico o elementos pequeños no apropiados para los niños
- Que no se genere el interés suficiente entre las actividades del producto y los niños de la casa de pensamiento
- Que los profesores dejen de utilizar el material por la falta de calidad en impresión y acabados
- que no se siga generando más su utilización para el aula por malas experiencias en el uso del producto

6.3 Trabajos del cliente

Funcionales

- Que las herramientas sean de buena calidad y que se entienda el desarrollo de las distintas actividades, que perdure en el tiempo
- Que permita seguir reforzando el gran trabajo de los sabedores a través de nuevas estrategias
- Que permita desarrollar ejercicios relacionados con el arte, con el desarrollo de las habilidades motrices, y con el aprendizaje del arte de tejer

Sociales

- Salvaguardar las distintas enseñanzas a través de las nuevas herramientas y métodos de diseño
- Generación de distintos espacios que permitan reforzar los conocimientos del arte de tejer en los niños y padres de la comunidad inga de Bogotá.
- Dar el primer paso a la creación de material propio de la casa de pensamiento, y así seguir inscribiendo la los distintos conocimientos e historia de la comunidad inga de Santiago Putumayo

Emocionales

- Reencuentro con las historias y los conocimientos ancestrales del pueblo inga a través de técnicas como el story telling.
- Sentido pertenencia a través del producto propio diseñado y desarrollado a través del proceso conjunto con los pensadores y artistas.
- Generando identidad a través del conjunto de actividades que permitan reconocer los conceptos del arte de tejer

6.4 Productos / servicios ofrecidos

¿Qué productos/servicios/experiencias consigue el cliente en el mercado?

- los proporcionados por medio del entrenamiento y de la creación de aplicaciones de aprendizaje donde el niño y los padres juegan aprendiendo
- Libros ilustrados y para colorear que narran las historias de los abuelos y de comunidades en general

- Elementos o juegos didáctico para niños, que permitan el buen desarrollo mental y físico del niño.
- Experiencias musicales, visuales, audiovisuales que permitan reconocer elementos de la comunidad y del pensamiento indígena, cantos, animaciones, apps.

Qué Productos/servicios/experiencias ofrece la empresa actualmente?

- Servicios a la primera infancia para el desarrollo cultural e inicial de los niños de escasos recursos indígenas y no indígenas. - Brinda experiencias dramatizadas en las que se involucren elementos visuales y típicos de la comunidad inga de Santiago Putumayo
- Experiencias audiovisuales y animadas que permitan acoger un universo relacionado con el arte de tejer y la historia del pueblo inga
- Productos editoriales que permitan anexar diferentes actividades manuales y contar e ilustrar diferentes historias

¿Cómo mejoraría la situación actual del usuario objetivo?

El producto editorial o cartilla es de fácil acceso y de buena calidad, manejando los conceptos propios del arte de tejer de la comunidad inga de Santiago putumayo, el producto por tanto permitirá potencializar las habilidades de los niños de la casa de pensamiento inga, desarrollando ejercicios y experiencias visuales, manuales, auditivas audiovisuales, con el fin de desarrollar el primer material de aula con conceptos propios de la comunidad inga.

6.5 Generadores de alegrías

¿Qué resultados espera obtener el cliente con los productos que tiene en el mercado?

- Generar diferentes habilidades relacionadas con el desarrollo educativo, motriz necesarios para el crecimiento optimo del niño
- Generar sentido de pertenencia por medio del conocimiento de las técnicas y de la apropiación de conceptos a través del arte
- Entretenimiento y aprendizaje de algún tema en específico de la comunidad
- Aprender y reforzar el lenguaje propio a través de la narración de las historias del pueblo inga

¿Qué le genera alegría al cliente al adquirir el producto de la empresa?

- El producto permite que los usuarios puedan generar distintos ejercicios lúdicos donde puedan recordar y distinguir el espacio – tiempo del pueblo inga a través de conceptos y elementos propios de la comunidad inga
- El Seguir procesos que permitan a los niños seguir desarrollando la identidad fuera y dentro de la comunidad.
- Compartir espacios donde se puedan enlazar conocimientos en di de un bien común.
- El Refuerzo y el uso de las lenguas indígenas en este caso la inga de putumayo, a través de prácticas que permitan a la comunidad reunirse y desarrollar ejercicios de apropiación de espacios

6.6 Aliviadores de dolor

¿Cómo actualmente alivian el dolor del cliente los productos del mercado?

- Permitiendo más interacción con el producto, a través de buenos acabados y de funciones guiadas que permitan familiarizarse con el producto.
- permitiendo que sea más accesible económicamente y que permita el desarrollo de habilidades propias
- Generando más imágenes que le permitan a los usuarios distinguir y recordar elementos de, un entorno, de una comunidad, de personas, de alguna practica etc.
- acudiendo a la música al arte, al diseño de experiencia, a la moda, para generar más impacto y fidelizar la marca
- generando fusiones de conceptos occidentales y natales de la cultura inga, permitiendo una exploración y generando diferentes productos para el entretenimiento o para el consumo

¿Cómo alivian el dolor del cliente los productos de la empresa?

- Con el desarrollo de ejercicios que permitan desarrollar diferentes habilidades motrices a través de diferentes técnicas de arte.
- Permitiéndoles acceder a las herramientas para el desarrollo de las diferentes actividades del producto.
- Permitiendo que le producto sea más activo que sea una excusa que permita desarrollar

algún pensamiento o algún mismo elemento que describa la actividad

- Generando espacios de entretenimiento a través del aprender jugando.
- Utilizando y estudiando los conceptos del arte de tejer y llevándolos al aula a través de diferentes experiencias artísticas, como las audiovisuales, impresas, digitales etc.
- Conectando los ejercicios e impulsando el uso de la lengua inga.
- Generando sentido de pertenencia a través del diseño y producción de un producto que sea primero de la casa de pensamiento

7. Nueva Mirada al Modelo de Negocio

7.1. Cuadro estratégico

La curva de valor o cuadro estratégico es una gráfica que permite estudiar a las diferentes competencias del negocio, respondiendo a diferentes preguntas que permitan identificar variables y valores propios de las otras empresas. Para este apartado fue importante la realización de un esquema con preguntas previas que nos permitirá identificar nuestras posibles competencias.

Tabla 5. *Análisis de competidores*

1. ¿Qué competidores existen y quiénes son?	<p>Casa de Pensamiento Intercultural Shinyak, se encuentra en la ciudad de Bogotá, en el barrio San Bernardo, de la localidad de Santa Fe, La Casa acoge a todos los niños indígenas Kamëntsá con un modelo educativo intercultural que se desarrolla a partir de las tradiciones del pueblo: el conocimiento de la lengua Kamëntsá, los cantos tradicionales y la cosmovisión, Casa de pensamiento intercultural Wawakunapak Yachahuna Wasí, se encuentra en la ciudad de Bogotá en la localidad de Engativa El proyecto pedagógico se sustenta en la cosmovisión Kichwa del calendario agrícola andino y las cuatro fiestas ancestrales, los cuatro Raymis de la comunidad y las aulas especializadas de música, danza, tejido, chagra y tullpa, que cuentan con la orientación de los sabedores ancestrales. La CPI Semillas Ambiká Pijao es un espacio para la atención de niños y niñas de 0 a 5 años que trabaja el enfoque diferencial desde la perspectiva intercultural a partir de los saberes y el ser y estar de la comunidad indígena Pijao asentada en Bogotá. Casa de Pensamiento Intercultural Uba Rhua su propósito es brindar una “atención integral a partir de procesos de preservación de la cultura</p>
---	---

2. ¿Cuál es el tamaño de la empresa competidora más fuerte y su aspecto más valorado?	Casa de Pensamiento Intercultural Shinyak Es el relacionado con la música y la danza, se realizan sus actividades alrededor de actividad relacionadas con la interpretación de instrumentos acentrales y de cantos, realización coreografica de danza ancestral.
3. ¿Cuál es la venta de los competidores?	La venta de los competidores se ve reflejada en la cantidad de niños que llegan a matricularse en las casa de pensamiento.
4. ¿Cómo es la calidad del producto o servicio?	los servicios que se brindan son verificados por la secretaria de integración social, por tanto debe cumplir cierto items de calidad, las casas de pensamiento permiten gnerar productos derivados de la investigación de participantes internos y externos
5. ¿Quién es mi competencia directa e indirecta?	la competencia directa es la Casa de pensamiento intercultural Wawakunapak Yachahuna Wasi, ya que tiene similitudes en sus servicios y en sus conceptos al ser de una comunidad muy cercana en este caso la kamentsa. La competencia indirecta son las casa de pesnamiento que brindan los mismos servicios pero que hacen part de comunidades mas alejadas cultural y geograficamente
6. ¿Qué servicios ofrece la competencia?	Experiencias pedagógicas y ambientes para el disfrute del juego, el arte, la literatura y la exploración del medio.orientadas hacia el reconocimiento de la diversidad, la pertenencia e identidad cultural. Cuidado calificado con talento humano idóneo y conocedor de la comunidad étnica. Sabedoras y Sabedores de los diferentes pueblos indígenas que acompañan el desarrollo de las niñas y niños Apoyo alimentario con calidad y oportunidad. Seguimiento al estado nutricional de las niñas y los niños. Promoción de la corresponsabilidad de las familias frente a la garantía de los derechos de niñas y niños de la primera infancia.
7. ¿Qué tipos de promociones y acciones de marketing se realizan?	las acciones que mas destacan estan relacionada con muestras audiovisuales en redes sociales como facebook, en los canales de información que tiene secretaria de acción social, así mismos a través del acercamiento directo y presencial con los padres y con las muestras en los espacios como el cabildo inga y en eventos cercanos a la localidad o barrio en el que se encuentre ubicada.

Fuente: Elaboración propia

En este cuadro estratégico se identifican las competencias del sector se inclinan por la enseñanza indígena intercultural, y por la utilización de diferentes técnicas artísticas para el desarrollo de actividades lúdicas que refuercen el sentido de pertenencia de los niños. La casa de

pensamiento Shinyak por su parte cuenta con un amplio servicio a la primera infancia, además de enfocarse principalmente en la enseñanza de la lengua materna Kamentsa, sus dinámicas permiten identificar su preferencia por la música e instrumentos musicales.

Por otro lado, la casa de pensamiento Wawakunapak yachahuna wasi, se enfatiza en enseñar a través del conocimiento de las plantas y del manejo de la tierra, realizando ejercicios de conservación de la tierra y del cuidado de ella través del relato de los mayores y pensadores. A la vez que, se identifica dentro de la casa de pensamiento semillas ambika pijao, que brinda servicios similares a los anteriores, las herramientas y dinámicas que utilizan están relacionadas a la dramatización de conceptos y de enseñanzas ingas, recreando el entorno y trayendo al aula objetos típicos de la comunidad.

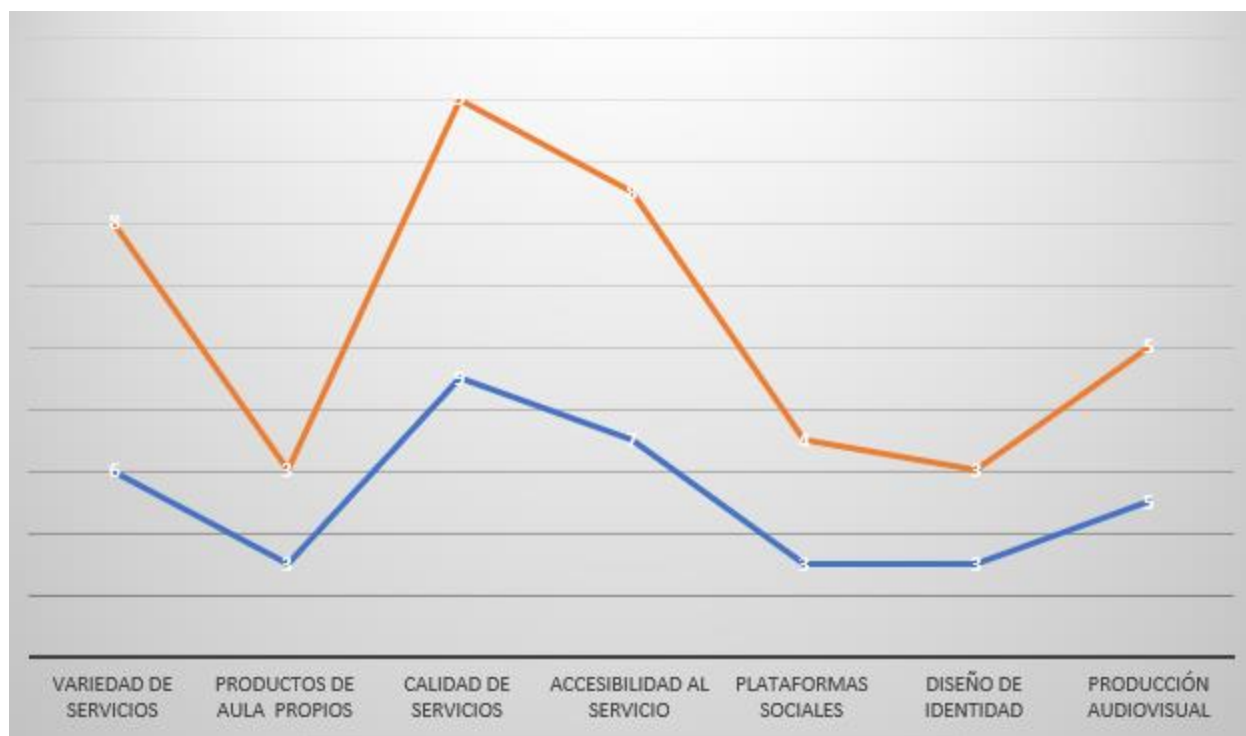
A partir de este análisis de lo anterior se identifican nueve variables con los competidores que mas se acercan al modelo de negocio.

Tabla 7. *Variables de competidores*

	Variedad de servicios	Productos de aula propios	calidad de servicios	accesibilidad al servicio	plataformas sociales	Diseño de identidad	producción audiovisual
CPI Shinyak	6	3	9	7	3	3	5
CPI Wawakunapak Yachahuna Wasi	8	3	9	8	4	3	5

Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente se presenta la gráfica que recopila las curvas de valor entre dos de las casas de pensamiento competidoras.



Gráfica 7: Curva de Valor
Fuente: Elaboración propia

7.2 Esquema de Cuatro acciones

El uso de la matriz ERIC dentro del proyecto permite analizar la curva de valor, ahora involucrando nuestra empresa, para poder identificar los posibles océanos azules o espacios vacíos, que nuestros competidores no desarrollan, ya que el análisis de este nos permite saber cuáles son los factores que podemos eliminar, y así mismo cuales podremos reducir, cuales factores necesitamos incrementar aprovechando el mercado y poder crear nuestra propia curva de valor.

Tabla 8: *Esquema de cuatro acciones*

	Variedad de servicios	Productos de aula propios	calidad de servicios	accesibilidad al servicio	plataformas sociales	Diseño de identidad	producción audiovisual
CPI Shinyak	6	3	9	7	3	3	5
CPI Wawakunapak Yachahuna Wasi	8	3	9	8	4	3	5
wawita kunapa wasi	7	2	9	6	2	2	3

Fuente: Elaboración propia

7.5 Matriz Eric

El uso de la matriz ERIC dentro del proyecto permite analizar la curva de valor, ahora involucrando nuestra empresa, para poder identificar los posibles océanos azules o espacios vacíos, que nuestros competidores no desarrollan, ya que el análisis de este nos permite saber cuales son los factores que podemos eliminar, y así mismo cuales podremos reducir, cuales factores necesitamos incrementar aprovechando el mercado y poder crear nuestra propia curva de valor.

Tabla 7. *Matriz ERIC*

	Variedad de servicios	Productos de aula propios	calidad de servicios	accesibilidad al servicio	plataformas sociales	Diseño de identidad	producción audiovisual
CPI Shinyak	6	3	9	7	3	3	5
CPI Wawakunapak Yachahuna Wasi	8	3	9	8	4	3	5
wawita kunapa wasi	7	2	9	6	2	2	3

Fuente: Elaboración propia

8. Modelo financiero

8.1 Recursos

Para el desarrollo del proyecto se necesitarán principalmente 3 talento humanos, un diseñador, fotógrafo, y un pensador durante más de mes y medio con recursos materiales, como los son el computador, la cámara etc. Así mismo los recursos tecnológicos tales como el internet, programas de la Suit de adobe, y de la línea de programas de Microsoft como (Excel, Word, powert point).

Tabla 8. *Recursos*

item	Actividad	Duración	Inicio	Fin	Recursos					
					Materiales	Humanos	Tecnológicos	Requerimiento	Medida	Presupuesto
1	Estudio	24 horas								
1,1	Recolección de información general	8 HORAS	3-oct	4-oct	PC, Camara, microfono solapa , luces, memoria para camara 128gb	diseñador	Adobe premier, Adobe audiotio	Edicion de video	8	COP 91.333,33
1,2	Toma de material audiovisual y fotográfico	3 HORAS	5-oct	5-oct	PC, Camara, , luces, memoria para camara 128gb	fotógrafo,	Ligthroom- potoshop	edicion de fotografía	3	COP 34.250
1,3	Reunión con los sabedores	4 HORAS	6-oct	6-oct	PC, Camara, microfono solapa , luces, memoria para camara 128gb	DISEÑADOR-	SOFTWARE, WORD EXCEL	presentación de investigacion	4	COP 45.667
1,4	presentación	5 HORAS	7-oct	7-oct	PC, marcadores, cartulina, video beam	DISEÑADOR-	SOFTWARE, WORD EXCEL	diseñador para la presentación de resultados o avances	5	COP 57.083
1,5	Recolección de Información sobre recursos gráficos del lugar	4 HORAS	10-oct	10-oct	PC	pensadores	SOFTWARE, WORD,EXCEL, POWER POINT adobe ilustrator, adobe potoshop	diseñador para la presentación de resultados o avances	4	COP 45.667
2	Diseño	44 HORAS								
2,1	Recolección de información general y gráfica sobre el chumbe	4 HORAS	11-oct	11-oct	PC, Camara, microfono solapa , luces, memoria para camara 128gb	pensadores	SOFTWARE, WORD,EXCEL, POWER POINT adobe ilustrator, adobe potoshop	diseñador para la presentación de resultados o avances	4	COP 45.667
2,2	Toma de material audiovisual o fotográfico	4 HORAS	12-oct	12-oct	PC, Camara, microfono solapa , luces, memoria para camara 128gb	fotógrafo	Ligthroom- potoshop	edicion de video , edicion de fotografía	4	COP 45.666,67
2,3	Vectorización digital de símbolos del chumbe	10 HORAS	13-oct	15-oct	arteanias del chumbe, Camara, pc,	diseñador	impresora escanner, software,adobe ilustrator	diseñador con experiencia en adobe ilustrator	10	COP 114.167
	Análisis de referentes gráficos	8 HORAS	18-oct	19-oct	libros, artesanias del chumbe, camara, pc,	pensadores	SOFTWARE adobe ilustrator, adobe potoshop	infografia de los proyectos	8	COP 91.333
2,5	Bocetacion diagramación editorial	10 HORAS	20-oct	22-oct	Lápiz, libreta. Pc camara	diseñador	SOFTWARE adobe ilustrator, adobe potoshop	bocetos para la posterior digitalización	10	COP 114.167

2,6	Ensamblaje digital fichas del chumbe y cartilla	8 HORAS	24-oct	25-oct	arteanias del chumbe, Camara, pc,	diseñador	SOFTWARE adobe ilustrator, adobe potoshop	bocetos para la posterior digitalización	8	COP	91.333
3	Producción	44									
3.1	Producción y diagramación del producto editorial	15	26-oct	31-oct	bocetación	diseñador	SOFTWARE adobe ilustrator, adobe potoshop, adobe in desing	diseñador con énfasis en editorial para construcción preliminar del producto editorial	15	COP	171.250
3.2	Producción de fichas con el símbolo del chumbe	8	1-nov	2-nov	bocetación analoga y digital	diseñador	SOFTWARE adobe ilustrator, adobe potoshop, adobe in desing	diseñador para construcción digital del producto editorial	8	COP	91.333
3.3	Revisión de color digital	5	3-nov	3-nov	podutos preliminares acabados	diseñador	SOFTWARE adobe ilustrator, adobe potoshop, adobe in desing	colorizador para ajustes de color	5	COP	57.083
3.4	diseño del empaque de los marcadores y del kit.	6	4-nov	5-nov	bocetación analoga y digital	diseñador	SOFTWARE adobe ilustrator, adobe potoshop, adobe in desing	diseñador para el desarrollo del packing y de elemetos complementarios	6	COP	68.500
3.5	Impresión preliminar de fichas y producto editorial	10	7-nov	8-nov	impresora	diseñador	SOFTWARE adobe ilustrator, adobe potoshop, adobe in desing	impresor del producto editorial y acabados	10	COP	114.167
4	Revisión	22 horas									
4.1	Reunión con los sabedores para aprobación del diseño	8	9-nov	10-nov	PC, Camara, microfono solapa , luces, memoria para camara 128gb, impresión del producto	diseñador	video beam	impresión de los productos realizados	8	COP	91.333
4.2	Reunión para aprobación por parte del cabildo Inga	8	11-nov	12-nov	PC, Camara, microfono solapa , luces, memoria para camara 128gb, impresión del producto	Pensador	video beam	certificado del cabildo	8	COP	91.333
4.3	Permisos para intervención del producto en el aula	3	14-nov	14-nov	PC, Camara, microfono solapa , luces, memoria para camara 128gb, impresión del producto	pensador	video beam	certificado dela csa de pesnamiento	3	COP	34.250
4.4	Retroalimentación del producto con los sabedores y artista de la comunidad Inga	3	15-nov	15-nov	PC, Camara, microfono solapa , luces, memoria para camara 128gb, impresión del producto	pensador	video beam	impresión de los productos realizados	3	COP	34.250
5	- Correcciones	24 horas									
5.1	Revisión de textos	8	16-nov	17-nov	Editable WORD	CORRECTOR DE ESTILO	WORD			COP	91.333
5.2	detalles editoriales	4	18-nov	18-nov	editable gráfico (in desing)	diseñador	Software, adobe indesing	corrección de detalles editoriales	4	COP	45.667
5.3	Cambios en color y figuras graficas del producto	4	21-nov	21-nov	editable gráfico (in desing, potoshop, ilustrator)	diseñador	Software, adobe indesing potoshop, indesing	corrección de detalles editoriales	4	COP	45.667
5.4	Seguridad del producto y empaque	4	22-nov	22-nov		sabedores			4	COP	45.667
5.5	Revisión del material y los acabados	4	23-nov	23-nov		sabedores			4	COP	45.667
COSTOS VARIAB										COP	776.333

Tabla 11. *Recursos humanos*

PRESUPUESTO SALARIOS TRABAJADORES										
item	CARGO	Contrato	Salario	Adicionales	Gasto Total				Total Mensual	Total Horas
					Parafiscales	Prestaciones				
1 ADMINISTRATIVO										
1,1	sabedores	fijo	\$ 1.300.000	\$ 150.000	325000	167000			COP 1.942.000,00	COP 10.115
1,2	Diseñador	fijo	\$ 1.500.000	\$ 150.000	375000	167000			COP 2.192.000,00	COP 11.417
1,3									COP -	COP -
2 OPERARIOS										
2,2	fotógrafo	fijo	\$ 1.000.000	\$ 150.000	250000	167000			COP 1.567.000,00	COP 8.161
2,3	impresor	fijo	\$ 1.000.000	\$ 150.000	250000	167000			COP 1.567.000,00	COP 8.161

Fuente: Elaboración propia

8.2 Costos

Tabla 12: *Proveedores*

PROVEEDORES										
item	Tarea/ Actividad a Cotizar	Empresa	Descripción	Adicionales	Presupuesto Cotización					
					Costo Cotización	Positivo	Negativo		Negativo	Costo Final
ACTIVIDAD 1										
	impresión libro cartilla								Cotización Escogida	COP 85.000
	Cotización 1	AUROS	impresión preliminar		\$ 85.000	CALIDAD	TIEMPO			COP85.000,00
	Cotización 2	Colors, Diseño y Publicidad	impresión preliminar		\$ 70.000	PRECIO	RECONOCIMIENTO			
	Cotización 3	COMERCIAL PAPELERA	impresión preliminar		\$ 100.000	CALIDAD	PRECIO			
licencia suit de adobe										
	Cotización 1	adobe creative	Creación digital		\$ 80.000				Cotización Escogida	COP 80.000

Fuente: Elaboración propia

8.3 Gastos

Los gastos importantes del proyecto son los relacionados con la impresión preliminar del producto y de la compra de la Suit de adobe por un mes con un costo de 165.000 descrita en la siguiente cotización:

Tabla 13: *Gastos*

item	CARGO	Contrato	Salario	Adicionales	Gasto Total			
					Parafiscales	Prestaciones	Total Mensual	Total Horas
1 ADMINISTRATIVO								
1,1	sabedores	fijo	\$ 1.300.000	\$ 150.000	325000	167000	COP 1.942.000,00	COP 10.115
1,2	Diseñador	fijo	\$ 1.500.000	\$ 150.000	375000	167000	COP 2.192.000,00	COP 11.417
1,3							COP -	COP -
2 OPERARIOS								
2,2	fotógrafo	fijo	\$ 1.000.000	\$ 150.000	250000	167000	COP 1.567.000,00	COP 8.161
2,3	impresor	fijo	\$ 1.000.000	\$ 150.000	250000	167000	COP 1.567.000,00	COP 8.161

Fuente: Elaboración propia

8.4 Presupuesto

El presupuesto que se necesita para la creación y montaje del kit escolar de la casita de pensamiento en su etapa preliminar del proyecto, sin incluir la posible reproducción masiva del producto. Sería de 941.333. Sumando los costos y gastos del proyecto.

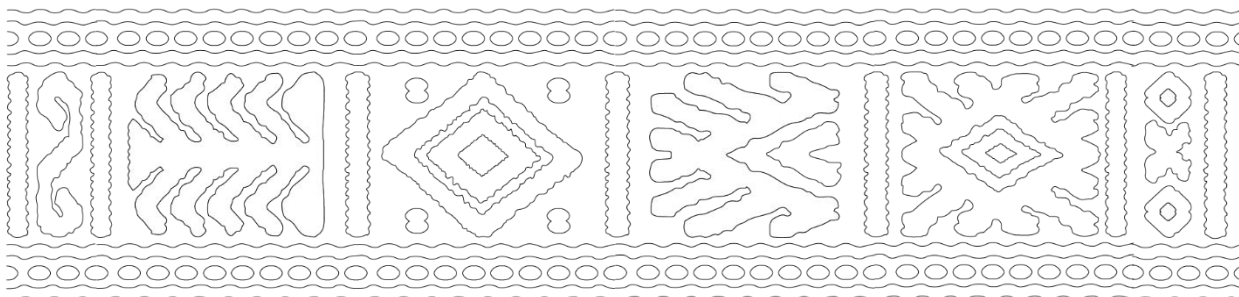
9. Propuesta preliminar de marca – previo al inicio del proyecto

Para realizar el proceso de diseño y producción se tuvieron en cuenta aspectos técnicos y formales en la construcción del producto de diseño, se obtuvieron algunas sugerencias respecto a la forma del producto, con el objetivo de que este fuera análogo y que pudieran manipular los niños.

El proceso de elaboración del producto, parte de la intención de crear un kit empacado en una caja con diferentes elementos, entre ellas la cartilla que es el resultado de una representación y experimentación por medio de la digitalización y vectorización de los símbolos del chumbe, aproximando al niño a reconocer formas provenientes de las estructuras compositivas, complementándola con su significado y lo que representa dentro de la Comunidad Inga.

Este kit está dirigido a apoyar las actividades del proyecto de aula de la Casa de Pensamiento Intercultural *Wawita Kunapa Wasi*: Casa de los Niños, contendrá lo siguiente; Una cartilla de 20 páginas la cual además de la explicación sobre cada una de las simbologías a utilizarse incluirá páginas con dibujos en línea negra de los “escritos de chumbe” para colorear y varios lápices de colores para complementar la actividad, las fichas para unir unos con otros en una especie de

composición tipográfica para construir los “escritos de chumbe” conformados por una o varias simbologías, En la elaboración de los productos que conforman el kit se tuvieron en cuenta los elementos propios para la construcción de una pieza editorial, es decir aspectos como color, tamaño y materiales a utilizar, previendo una posible impresión y producción masiva como herramientas de enseñanza dentro de la institución Wawita kunapa wasi: Casa de los niños.



Gráfica 8: Ejemplo de un escrito de chumbe en forma horizontal para colorear. Este está compuesto de 6 labores o diseños símbolos, su lectura dice lo siguiente: Tiempo + maíz + espíritu + plumaje + sol + ojos estrella = tiempo de maíz, espíritu de plumaje sol y ojos estrellas (*kutij + sarra + llajtu + inti + chaska ñauí murukuna = kutij sarra, llajtu inti chaska ñauí murukuna*)

Fuente. El autor

Paleta de colores

Un paso importante en este proceso y a la hora de construir la cartilla fue tener en cuenta los colores y la relación que tienen con cada símbolo escogido, el análisis gráfico o referencias representativas del *Chumbe* dentro de otros contextos, permitió determinar la utilización más generalizada de los colores dentro del *Chumbe* y su representación más común.



Gráfica 9. Formas del chumbe

Fuente. El autor

El tamaño

Las decisiones respecto al formato fueron resueltas teniendo en cuenta que se ha pensado elaborar 4 productos, un objeto principal que es el definido como packing o empaque que contiene las demás artes finales: La caja por tanto medirá 23x29 cm con una profundidad de 10 cm para ubicar los productos uno encima del otro y puedan tener relación con el orden de la actividad dentro del aula por ejemplo, primero tendrá que revisar la cartilla, luego el relleno del contenido de la cartilla, y por último tras el reconocimiento y exploración de la cartilla se aproximan a la dinámica del armado y de la lectura del *Chumbe* a través de las fichas, que tienen una medida de 17x15 cm y dos exclusivas de 7x15 cm.

El material

Al ser un producto con la posibilidad de impresión masiva para la entrega de está a cada niño, se tuvo en cuenta la resistencia a la manipulación. El packing se realiza en cartón corrugado, material resistente y económico a la hora de una compra masiva para la producción y por la resistencia, pues al realizar cualquier tipo de dobles dentro del armado, este se puede hacer sin

esforzar el empaque, ni a los niños, a su vez con colores vibrantes que despierten el interés de los niños hacia el producto.

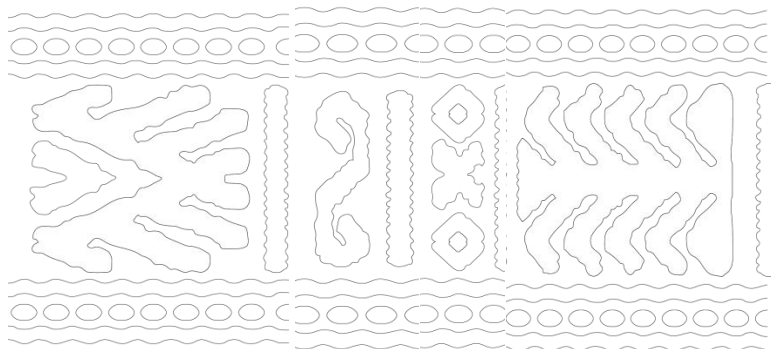


Gráfica 10. Packing

Fuente. El autor

La cartilla en este caso tiene una característica especial y es de poder rellenarse a través de color, por lo tanto, el material de impresión debe permitir esto como también poder ser resistente, por tanto, el producto será impreso en papel opalino de calibre delgado. Siendo esta una cartilla de aproximadamente 20 páginas no tendrá ningún tipo de pasta y será cosida con ganchos.

Las fichas serán elaboradas en papel autoadhesivo. pero diferenciadas en el color. El tamaño es definido pensando en el reconocimiento del símbolo con todas las partes ya unidas como también la interacción por su tamaño que no es excesivo, pero que si cumple la función de poder ser manipulada. Las imágenes de las fichas serán impresas en papel autoadhesivo sobre cartón industrial que servirá al momento de realizar los ejercicios de “escritura” mediante la unión de varias de ellas.



Gráfica 11. Otro ejemplo del proceso de unir varias labores o diseños símbolos de forma horizontal, este está compuesto de 4 labores o diseños símbolos, su lectura dice lo siguiente: plumaje + tiempo + ojos estrella + maíz = plumaje, tiempo de ojos estrella y maíz (*llajtu + kutij + chaska ñauí murukuna + sarra = llajtu, kutij chaska ñauí murukuna sarrauanta.*

Fuente. El autor

El Nombre

Es importante mencionar en este espacio el nombre que se le ha designado al proyecto y la relación que tiene con el concepto del *suma yuyay*, término referido al pensar bonito, siendo este el principio del buen vivir dentro de la comunidad inga, el pinto bonito o *sumaj llunchij* es una forma de relacionar este mismo concepto, pero incluyendo una de las características del proyecto, la posibilidad de pintar rellenar y entender a través del chumbe. Este término *sumaj yuyay, sumaj llunchij*, se aproxima al ejercicio de armado del chumbe que se explica dentro de la cartilla ya que por ejemplo al unir diferentes símbolos del chumbe o palabras del inga se puede describir lugares objetos, en este caso describe unas de las características del producto el pensar bonito a través del pintar bonito.

La tipografía

Es un aspecto formal que se construye y se define a través del análisis del público o receptor del producto de diseño, en este caso los niños y los profesores de la casa de pensamiento, por tanto, se exploró una familia tipográfica que pudiera ser lo suficientemente legible tanto para niños como para adultos. Con estos referentes, se utilizó para la cartilla la tipografía candara, con un puntaje máximo de 24 puntos bold, en el caso de los títulos se tuvo en cuenta que el formato y la cantidad de palabras, siendo el común un puntaje de 24 puntos regular, recomendado en productos editoriales para niños.



Gráfica12. Tipografía

Fuente. El autor

Las fichas

Las fichas tienen una finalidad específica y es la de explicar a través de los símbolos, significados o pensamientos que hay dentro de la comunidad, los niños pueden juntar los diseños como quieran y el resultado siempre va a ser algo referente a los acontecimientos de la vida diaria inga en forma poética o en este caso artístico, por ejemplo, al unir tiempo, más sol, el resultado sería -Tiempo de sol- respecto a este contexto entre los ingas se decía que un día soleado era augurado por una noche de estrellas, y estas a su vez significaban los ojos de nuestros antepasados que nos guiaban hacia el futuro. En los libros sobre el chumbe señalados en este proyecto se habla que es una forma de escritura poética y metafórica que describen sucesos de la propia historia. Tomando estas referencias se da libertad de interpretar de diferentes maneras a través del orden aleatorio de cada ficha, los niños a su manera, junto a los profesores y sabedores podrán describir los lugares y las formas en que nos han narrado las historias propias nuestros padres desde pequeños como ingas.



Gráfica 13. Este es un ejemplo de la manera en que se podrá elaborar la “escritura en el chumbe” en forma vertical u horizontal con las fichas del kit. La lectura de este fragmento sería; Tiempo + sol + ojos estrella = Tiempo de sol y ojos estrella (*Kutij + Inti + Chaska ñauí murukuna = Inti kutij, chaska ñauí murukuna*)
Fuente. El autor

Prototipo final

Con el desarrollo anterior se decidió imprimir un prototipo en el que los maestros y miembros de la casa de pensamiento pudiera reconocer el producto y así examinarlo, y así poder desarrollar diferentes cambios y agregar elementos sugeridos por autoridades de la comunidad.



Gráfica 14: Prototipo final

Fuente: Elaboración propia

9. Conclusiones Generales

9.1 Conclusiones del proyecto

Para el desarrollo de las actividades propias del diseño gráfico, el manejo de las herramientas digitales es de gran importancia porque favorecen la creación de proyectos de comunicación visual, por ende, el reto de hacer uso de la creatividad y dominio de estos

instrumentos es cada vez más amplio, dadas las demandas del mercado y la necesidad de que le consumidor final se favorezca de estos insumos. Por lo tanto, el diseño y elaboración de una cartilla como la que se propone demanda el uso de herramientas digitales que permita la creación de proyectos, desde nuevas formas de comunicar que sean creativas e innovadoras.

En este sentido el acercamiento al uso del mockup permite dar vida a la idea planteada a partir de un esquema que favorece el probar cómo funcionan juntos varios elementos visuales integrando diferentes diseños, colores, imágenes y estilos siendo esta una herramienta ágil y flexible a los intereses y propósitos del diseñador. Elementos que para el objetivo de este proyecto han permitido de una forma bastante amigable, diseñar un esquema y dar vida a la cartilla que se propone elaborar.

9.2 Conclusiones sobre el seminario

El seminario permite fortalecer el proceso de formación a partir de la apropiación de herramientas y bases conceptuales que permiten a los diseñadores adquirir conocimientos en el ámbito de la formulación y ejecución de proyectos. Siendo este un escenario sumamente rico en materia de estrategias para gestionar el trabajo y aproximarlo de forma efectiva al cliente con propuestas claras y precisas que dan solución a los servicios o productos demandados.

9.3 Reflexiones disciplinares

Mediante este proceso de formación se nos permite reducir los obstáculos que se presentan en un mercado laboral mucho más competitivo que exige profesionales formados holísticamente tanto en mercadeo, como en el diseño de ideas altamente innovadoras que estén a la altura de necesidades de los clientes. En este sentido, a pesar de los retos que se nos imponen con disciplina y una formación sólida como la que se recibe en la Institución de seguro estas serán barreras que con empeño y disciplina serán mucho más llevaderas y enfrentadas efectivamente.

Referencias

Romero, F. (2004). *La educación indígena en Colombia: referentes conceptuales y sociohistóricos*.

https://www.humanas.unal.edu.co/colantropos/files/5314/7666/8661/la_educacion_indigena_en_Colombia.pdf