



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE HUMANIDADES

**Innovación en la artesanía de paja toquilla, como una
propuesta creativa para la Asociación de Artesanas Virgen
del Pilar, La Campiña - Catacaos**

Tesis para optar el Título de
Licenciado en Historia y Gestión Cultural

Alicia Antonella Castillo Gutiérrez

Asesor(es):
Mgtr. María Del Pilar Saavedra Sánchez

Piura, mayo de 2021



Resumen

La innovación en la artesanía mediante el diseño y desarrollo de productos es una de las vías del desarrollo sostenible artesanal. Esta investigación plantea el desarrollo de productos elaborados por la Asociación de Artesanas Virgen del Pilar, incorporando elementos de su entorno geográfico – cultural.

La investigación se realizó a partir de la revisión de diversas fuentes. Se consultó fuentes orales, como entrevistas, encuestas y talleres participativos con los miembros de la Asociación Virgen del Pilar. Además se revisaron fuentes escritas como revistas, libros, manuales, leyes, guías, resoluciones ministeriales, blogs especializados de diseño y artesanía; y fuentes visuales como fotografías y videos.

Una propuesta creativa que desarrolla tres colecciones de productos, revaloración de la técnica de sombrero a través de la elaboración otros productos además del sombrero. Otro de los resultados es el desarrollo de capacidades de los miembros de la Asociación Virgen del Pilar.

Esta investigación ha permitido identificar las áreas en las que la Asociación Virgen del Pilar debe ser capacitada, como en el proceso de tinturación, diseño artesanal, negociación y derechos de autor. Se logró identificar todo ello gracias a entrevistas, visitas y talleres participativos que han otorgado una visión integral a este estudio.

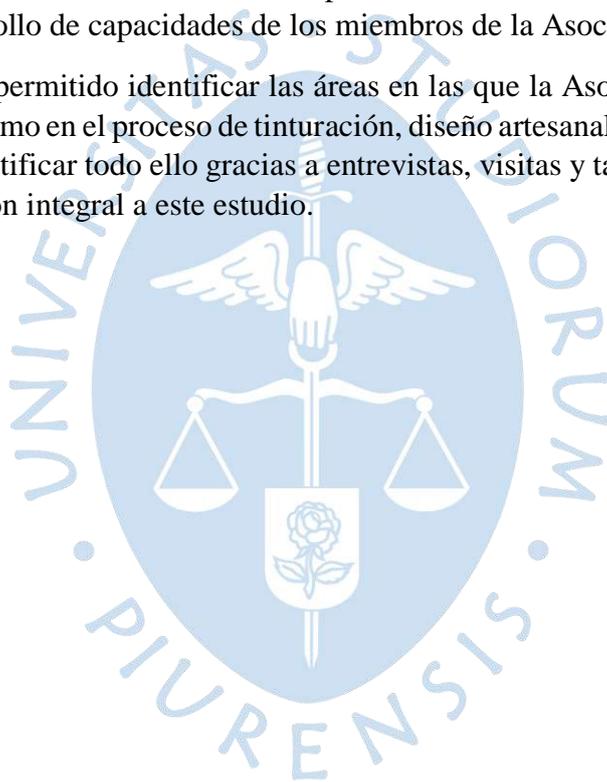




Tabla de contenido

Introducción	11
Capítulo 1. Marco teorico: artesanía y diseño	13
1.1. Definición de creatividad, diseño y artesanía	13
1.1.1. Definición de creatividad	13
1.1.2. Definición de diseño	14
1.1.3. Concepto de artesanía	15
1.2. Innovación y tradición en la artesanía	16
1.2.1. Artesanía y diseño	17
1.2.2. La relación entre el artesano y el diseñador	17
1.2.3. Intervención del diseño en la artesanía	19
1.3. Tendencias de diseño de productos artesanales	22
1.3.1. Tendencia hacia la sostenibilidad en la artesanía	24
1.3.2. Tendencias artesanales	25
1.4. Paja toquilla	28
1.4.1. Breve historia de la artesanía de paja toquilla en Piura	28
1.4.2. Fibra vegetal de paja toquilla	31
1.4.3. Proceso de tinturación de la fibra de paja toquilla	34
1.4.3. Técnicas de tejido	35
1.5. Marco normativo	36
1.6. Otras investigaciones	39
Capítulo 2. Análisis del contexto	43
2.1. Marco geográfico – cultural	43
2.1.1. Descripción territorial	43
2.1.2. Historia de La Campiña	46
2.2. Situación Socioeconómica	50
2.3. Situación de la artesanía de paja toquilla en La Campiña	51
2.3.1. Proveedores	52
2.3.2. Diversificación de productos	53
2.3.3. Sostenibilidad	54

2.4. Análisis de la Asociación Virgen del Pilar	55
2.4.1. Proveedores de la Asociación Virgen del Pilar	55
2.4.2. Canales de venta	57
2.4.3. Capacitaciones recibidas	60
2.4.4. Técnicas de tejido	61
2.4.5. Análisis de los productos de paja toquilla	66
2.4.6. Análisis FODA de la Asociación Virgen del Pilar	71
Capítulo 3. Perfil de la intervención	77
3.1. Líneas de acción	77
3.2. Matriz del Marco Lógico	78
3.3. Cronograma	82
3.4. Presupuesto	84
3.5. Modelo de gestión	86
3.6. Plan de comunicación	92
3.6.1. Creación de marca de la propuesta	92
3.6.2. Plan de difusión	94
3.7. Viabilidad y sostenibilidad	100
Capítulo 4. propuesta de incorporación del entorno geográfico – cultural en los productos de paja toquilla de la Asociación Virgen del Pilar	103
4.1. Colección de nuevos productos	103
4.1.1. Colección “COLORES DEL ENTORNO”	103
4.1.2. Colección “ANIMALES DEL BOSQUE”	109
4.1.3. Colección “TALLÁN”	114
4.2. Catálogo de nuevos productos	119
Conclusiones	145
Lista de referencias	147
Anexos	149
Apéndices	151

Lista de tablas

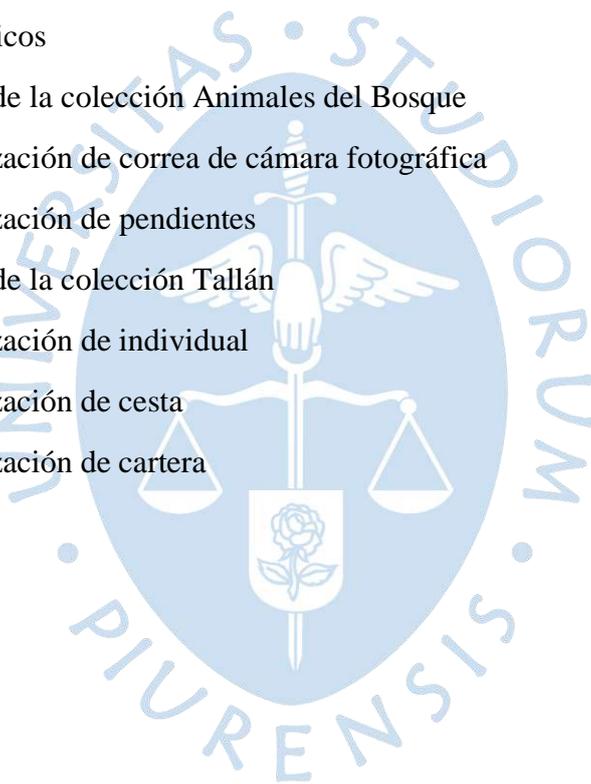
Tabla 1. Tendencias artesanales	26
Tabla 2. Ventajas y desventajas de la fibra de paja toquilla y otras fibras	33
Tabla 3. Técnicas de tejido en paja toquilla	35
Tabla 4. Paja toquilla traída de Ecuador por Guadalupe Velarde	53
Tabla 5. Proveedores de la Asociación Virgen del Pilar	56
Tabla 6. Ferias artesanales	57
Tabla 7. Capacitaciones de la Asociación Virgen del Pilar	61
Tabla 8. Técnicas de paja toquilla de la Asociación Virgen del Pilar	62
Tabla 9. FODA	72
Tabla 10. Matriz de Marco Lógico	78
Tabla 11. Cronograma de la propuesta	82
Tabla 12. Presupuesto de la propuesta	84
Tabla 13. Perfil del equipo de trabajo	87
Tabla 14. Diversificación de fuentes de financiación	90
Tabla 15. Plan de difusión	95
Tabla 16. Actividades del plan de difusión	96
Tabla 17. Cronograma de actividades del plan de difusión	97
Tabla 18. Presupuesto del plan de difusión	99



Lista de figuras

Figura 1. Alianza entre el artesano y el diseñador	19
Figura 2. Modelo de conceptualización de un producto artesanal	21
Figura 3. Colores en tendencia primavera – verano 2020	23
Figura 4. Desfile Dolce & Gabbana primavera – verano 2020	24
Figura 5. Compra de sombreros de paja toquilla en los caseríos de Catacaos	30
Figura 6. Planta de paja toquilla	31
Figura 7. Tipos de grosor de la fibra paja toquilla	32
Figura 8. Tinturación de paja toquilla	35
Figura 9. Reloj tejido en junco	40
Figura 10. Colección 2016, por Edward Venero y Amaro Casanova	41
Figura 11. Ubicación del centro poblado La Campiña	42
Figura 12. Ubicación del centro poblado La Campiña	43
Figura 13. Calle Grau – La Campiña	44
Figura 14. Servicio de agua deficiente en La Campiña	45
Figura 15. Acuarela de capullana	47
Figura 16. Cultivo de arroz cera del Complejo Arqueológico de Narihualá	47
Figura 17. Cerámica Tallán	49
Figura 18. Chicherío	49
Figura 19. Costumbres y tradiciones de La Campiña	50
Figura 20. Grupos de edad en el centro poblado La Campiña	51
Figura 21. Libélula tejida en paja toquilla	52
Figura 22. Comparación entre dos asociaciones de artesanas	54
Figura 23. Organigrama de la Asociación Virgen del Pilar	55
Figura 24. Elaboración de productos para la empresa Benavia	59
Figura 25. Venta online de los productos de la Asociación Virgen del Pilar	59
Figura 26. Línea de tiempo de las técnicas de tejido de la Asociación Virgen del Pilar	65
Figura 27. Investigación de los productos de la Asociación Virgen del Pilar	66
Figura 28. Taller impartido a la Asociación Virgen del Pilar	67
Figura 29. Comparación de dos productos con la técnica calado	68

Figura 30. Comparación de la técnica de tejido de banico y porta botellas	69
Figura 31. Actores del modelo de gestión	90
Figura 32. Tentativa distribución del logotipo	93
Figura 33. Logotipo	94
Figura 34. Moodboard de la colección Colores del Entorno	104
Figura 35. Conceptualización de separador de libro	106
Figura 36. Conceptualización de llavero	107
Figura 37. Conceptualización de abanico	108
Figura 38. Evolución del animal print	110
Figura 39. Patrones básicos	110
Figura 40. Moodboard de la colección Animales del Bosque	111
Figura 41. Conceptualización de correa de cámara fotográfica	112
Figura 42. Conceptualización de pendientes	113
Figura 43. Moodboard de la colección Tallán	114
Figura 44. Conceptualización de individual	116
Figura 45. Conceptualización de cesta	117
Figura 46. Conceptualización de cartera	118



Introducción

La presente investigación “Innovación en la artesanía de paja toquilla, como una propuesta creativa para la Asociación de Artesanas Virgen del Pilar, La Campiña - Catacaos”, se encuentra especialmente motivada por contribuir a promover la continuidad de la tradición del tejido en paja toquilla en la provincia de Piura.

De esta manera, este estudio se centra en establecer puentes entre la tradición y la innovación. La innovación ofrece a la artesanía un camino de oportunidades, específicamente tres categorías, de las cuales en este estudio se pone especial atención al diseño y desarrollo de productos.

En esta categoría, diseño y desarrollo de productos, se puede recatar técnicas tradicionales, rediseñar productos, diseñar nuevos productos, mejorar las técnicas y el tratamiento de materias primas. Esto reafirma el abanico de oportunidades de intervenir en la artesanía, que ayuda a contribuir al desarrollo artesanal, generando conciencia en los artesanos sobre métodos, materiales, herramientas y procesos que sirven como valor agregado a su arte.

El valor agregado de este estudio es incorporar el marco geográfico – cultural del centro poblado La Campiña, por lo cual se han clasificado en temas como la Cultura Tallán o la fauna que abunda en La Campiña, transmitiendo el propósito de esta investigación, descubrir y demostrar la alianza entre la artesanía y el diseño.

Se ha visto necesario recurrir a fuentes orales, como entrevistas, encuestas y talleres participativos con los miembros de la Asociación Virgen del Pilar. Además se revisaron fuentes escritas como revistas, libros, manuales, leyes, guías, resoluciones ministeriales, blogs especializados; y fuentes visuales como fotografías, videos, etc. En resumen, ha sido una búsqueda de diversas fuentes que han contribuido a la organización y desarrollo de esta investigación académica.

Como último punto, se debe mencionar que este estudio se encuentra estructurado en cuatro capítulos, el primero parte por comentar relación entre artesanía y diseño. En el segundo capítulo, se plasma el análisis de la Asociación Virgen del Pilar en contraste a las teorías desarrolladas en el primer capítulo. El tercer capítulo concentra la parte operativa de esta investigación, elaborándose una propuesta de intervención. Por último, el cuarto capítulo, cierra la investigación con un potencial catálogo de productos.



Capítulo 1

Marco Teórico: Artesanía y Diseño

1.1. Definición de creatividad, diseño y artesanía

El presente epígrafe introduce a la relación entre la artesanía y diseño. Se parte por señalar las definiciones de tres términos que son claves para este estudio, como lo es creatividad, diseño y artesanía. Posteriormente, se comenta sobre la intervención del diseño en la artesanía y experiencias exitosas de esta confluencia.

1.1.1. Definición de creatividad

La creatividad es un concepto que hace referencia a uno de los procesos cognitivos del ser humano, que se encuentra influenciado por una serie de experiencias evolutivas, sociales y educativas. En definitiva, la creatividad no puede ser abordada como un rasgo simple de los seres humanos, pues se involucran aspectos como: la mente, la personalidad, la motivación, las emociones y el mundo afectivo (Esquivias, 2004:2).

Según Seltzer y Bentley (1999), sostienen que la creatividad es la aplicación de conocimientos y habilidades de manera de lograr una meta valiosa. Seltzer y Bentley (1999, p.45) insisten, que el uso de la creatividad dependerá de contar con cuatro cualidades fundamentales, las cuales son:

- Capacidad de identificar nuevos problemas (en lugar de depender de otros para definirlos).
- Capacidad de transferir el conocimiento adquirido en un contexto a otro con el fin de resolver un problema.
- Creencia en el aprendizaje como un proceso gradual, en el que los intentos repetidos eventualmente conducen al éxito.
- Capacidad de concentrarse en la realización de un objetivo o conjunto de objetivos.

La creatividad se manifiesta de diversas formas y en diferentes campos. Por ejemplo, en el ámbito cultural, concretamente en las industrias culturales y creativas, la creatividad se comporta como el motor de la economía naranja, haciendo posible el desarrollo de las industrias culturales.

Cabe destacar, el Informe 2008 de Economía Creativa de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el cual sugiere ciertas categorías que estén estrechamente relacionadas y presentes en la economía naranja, estas son:

- Creatividad artística: En esta categoría involucra la imaginación y la capacidad para originar ideas originales y novedosas.
- Creatividad científica: Se activa desde la curiosidad por la observación de fenómenos y la disposición para experimentar y crear nuevas formas para resolver los problemas.
- Creatividad económica: Esta trata de un proceso dinámico que apunta a la innovación en tecnologías de producción, prácticas comerciales y mercadeo.

En resumen, la creatividad se presenta como una herramienta que hace frente a los cambios en las maneras de producir y trabajar. Cabe añadir, que proceso creativo con un enfoque empático, puede lograr un impacto social positivo, generar empleo y romper con los estereotipos.

Pero ¿Cómo actúa la creatividad en la artesanía? La creatividad se vale del diseño para resolver los problemas que amenazan la artesanía, pues el diseño permite que la artesanía se abra a la modernidad sin perder su componente tradicional.

1.1.2. Definición de diseño

La palabra diseño no tiene una única definición, debido a que posee gran campo de acción, requiriendo de otras palabras que especifiquen el ámbito de actuación. De esta manera, se puede encontrar: diseño industrial, diseño artesanal, diseño gráfico, diseño textil, diseño mecánico, diseño arquitectónico, etcétera.

El campo de actuación de diseño que más se ajusta a esta investigación es “el diseño artesanal”, ya que este estudio presenta al diseño como un puente entre la tradición y la modernidad. Se puede definir al diseño artesanal como un proceso multidisciplinario que involucra la intervención de diversas especializaciones y habilidades y numerosas fases para garantizar el cierre del ciclo de producción hasta acceder al mercado (FONART, 2018, p.40).

El diseño artesanal es un proceso que no funciona solo, para llevarse a cabo es necesario el uso de diversas metodologías. Por ejemplo, si se desea intervenir en cierta línea artesanal, se deberá realizar un diagnóstico para detectar la manera de intervención en los productos

artesanales, con el objetivo de conocer si se debe rescatar la técnica, mantener el diseño o cambiar el producto completamente.

A manera de síntesis, el diseño artesanal es solo un eslabón del proceso integral conocido como el desarrollo artesanal, el cual busca fomentar el trabajo colaborativo, entre artesanos y diseñadores (FONART, 2018, p.41).

En este trabajo colaborativo, cada uno cuenta con una tarea en el proceso creativo de acuerdo a su capacidad, percibiéndose la artesanía como el elemento que relata una historia, una tradición, que conecta con la sociedad.

1.1.3. Concepto de artesanía

Este estudio ha optado por la definición propuesta por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) de 1997, entendiendo a la artesanía como “actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y esta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, intrínsecas al bien final ya sea en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético, que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción”.

Esta definición guarda consigo tres dimensiones, la primera dimensión es el creador o artesano, quien es el actor que materializa su conocimiento en obras artesanales, mediante técnicas. La segunda dimensión, es el proceso donde se aplican las técnicas artesanales, es decir la actividad artesanal. La tercera y última dimensión, hace referencia al producto artesanal, el cual es expresión de identidad.

Cabe añadir, que la Ley 29073, ley del fomento del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal, clasifica a la artesanía en:

- a) Artesanía tradicional: Son los bienes que tienen un uso utilitario, ritual o estético y que representan las costumbres y tradiciones de una región determinada. Constituye por lo tanto, expresión material de la cultura de comunidades o etnias, y puede ser:

- Utilitaria
 - Artística
- b) Artesanía innovada: Son bienes que tienen una funcionalidad generalmente de carácter decorativo o utilitario, que está muy influenciada por la tendencia del mercado, y puede ser:
- Utilitaria
 - Artística

La presente investigación, desea proponer la fusión entre ambos tipos de artesanía, teniendo como herramienta a la creatividad, que permita balancear la modernidad y tradición.

1.2. Innovación y tradición en la artesanía

En lo que respecta a innovación y tradición en la artesanía surgen algunas interrogantes, las cuales son: ¿Por qué se debe innovar en la artesanía? ¿Cómo puede favorecer la innovación en la artesanía? ¿Se puede mantener la tradición en la innovación artesanal?

Respondiendo la primera pregunta, se debe innovar en la artesanía porque la innovación es la clave para la solución de los problemas en las que se encuentra inmersa la artesanía. Pues la artesanía no es ajena a los cambios de este mundo globalizado, esto no quiere decir que se deje de lado los elementos tradicionales, por el contrario, la artesanía y el diseño deben convivir en armonía.

En relación a la segunda interrogante, la innovación en la artesanía favorece la preservación de las destrezas tradicionales y estimula el diseño de nuevos productos, los cuales siguen siendo valiosos y comercializables en la vida moderna (Gómez, 2009, p.7).

Y la tercera cuestión, si es posible mantener la tradición y la innovación, la respuesta a ello es el diseño, el cual estimula la capacidad creativa favoreciendo el enriquecimiento en la innovación artesanal (Gómez, 2009, p.6). Al mismo tiempo, Gómez señala los siguientes elementos para el éxito de la innovación artesanal:

- Atender primero a la comunicación interna, intranet y el manejo total de la información dentro la organización.
- Utilización de poca materia prima, pocos costos pero larga vida y durabilidad.

- Se diseña cuando se busca innovar, es decir nunca diseñar por diseñar.

Señalando lo anterior, se considera conveniente, la convivencia de la innovación y la tradición en la artesanía es posible. Por su parte, Mella (2014) propone añadir la T de tradición al conocido I+D (Innovación y Desarrollo), consiguiendo una solución singular y ventajosa, es decir Innovación + Desarrollo + Tradición (I+D+T) (p.3). De esta manera, la tradición es percibida como un elemento que proporciona un discurso diferente cuando convive con el diseño.

1.2.1. Artesanía y diseño

El intercambio entre la artesanía y el diseño, debe favorecer la presencia y convivencia de valores patrimoniales materiales e inmateriales, en los actuales espacios culturalmente globalizados. Por ello, el diseño debe asumir posturas éticas cuando se trata de comunicar y dar soluciones (Gómez, 2009, p.17).

El diseño logra integrarse muy bien con la artesanía, sacando lo mejor de ella y contribuyendo al desarrollo artesanal. Además, fomenta la creatividad artesanal, la cual no solo debe ser respetada sino también debe ser protegida para evitar que los artesanos se conviertan en quienes ejecuten las creaciones de los diseñadores.

1.2.2. La relación entre el artesano y el diseñador

El equipo humano que lleve a cabo la integración entre el diseño y la artesanía debe ser interdisciplinario, conformado por diseñadores, grupos de investigación como antropólogos, gestores culturales que argumenten los conocimientos culturales, biólogos que exploren materias primas que no afecten al ecosistema, técnicos industriales que apoyen la optimización y eficiencia de procesos, y administradores (Ferro, 2017a, p.107). Este equipo deberá trabajar de la mano con artesanos, ya que son los conocedores de la artesanía que elaboran.

La presencia del diseñador es importante, debido a su conocimiento en el aspecto funcional-estético-productivo (Gómez, 2009, p.11). Según FONART (2018, p.15), el diseñador debe contar con otras cualidades que le permitan un dialogo fructífero con el artesano, como:

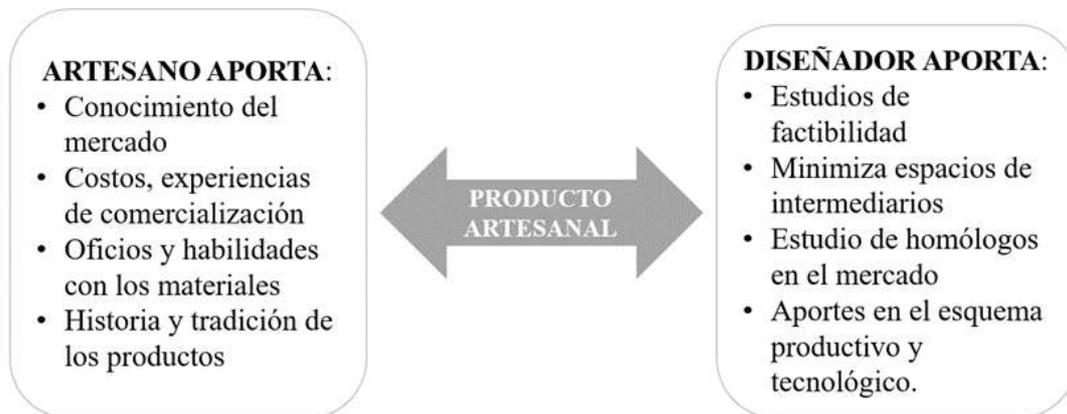
- **Dominio del tema:** El diseñador deberá entender y manejar los procesos y técnicas del tema impartido.

- **Metodología de enseñanza:** Es decir saber comunicar su conocimiento, es decir ser paciente y usar palabras sencillas (no técnicas).
- **Conocimiento del entorno sociocultural:** Para la mejor comprensión del público al cual se impartirá el tema. Además es importante que el diseñador cuente con conocimientos de la historia de la artesanía y arte popular.
- **Sensibilidad que está trabajando con artesanos:** Trabajo en equipo y abierto a sugerencias de los artesanos.
- **Respeto por la iconografía y formas de producción;** y la necesidad de preservarlas: Tanto la iconografía como las formas de producción, son expresiones vivas de la cultura de los artesanos. El diseñador deberá mantener vivas estas expresiones pues el objeto perdería su singularidad.
- **Comprensión de promover y fomentar la identidad cultural de la comunidad por medio de la producción artesanal:** El diseñador deberá comprender que la artesanía no tiene un único objetivo (crear y vender), sino transmitir la importancia de perpetuar sus costumbres enseñar las técnicas a futuras generaciones.
- **Conocimiento de las tendencias y modas actuales:** El diseñador deberá actuar como intérprete de las tendencias.
- **Adaptabilidad:** El diseñador debe ser una persona abierta y flexible, es muy común que se tope con condiciones adversas como: difícil acceso a la comunidad, falta de una infraestructura óptima, etcétera.

En conclusión, el diseñador no solo debe preocuparse por la estética y funcionalidad del producto sino también debe buscar el bienestar del grupo de artesanos con el que esté trabajando. De esta manera, el diseñador actúa como un agente transformador; que permite la creación de nuevos productos. Asimismo, los artesanos aportan a esta cocreación, como se muestra en el siguiente gráfico.

Figura 1

Alianza entre el artesano y el diseñador



Fuente: Gómez (2009).

Esta relación debe ser, sobre todo, colaborativa y horizontal. Tanto el artesano como el diseñador deben prestar especial atención a la esencia de los productos artesanales como: los materiales y técnicas tradicionales; formas, iconografía (ornamentación y decoración) y el color. La clave es desarrollar productos artesanales manteniendo la tradición (FONART, 2018, p.17).

1.2.3. Intervención del diseño en la artesanía

El diseño no solo permite transformar las características estéticas y funcionales de los productos, sino también que se involucra en las distintas fases del ciclo de vida del producto. Concretamente, en la artesanía, FONART (2018, p.13) señala, que el diseño interviene en la artesanía por distintas razones por las, las cuales son:

- **Rescate:** Esto se lleva a cabo cuando la técnica artesanal está en peligro de desaparecer. A través del rescate se pretende preservar los valores culturales de las artesanías.
- **Rediseño:** Mantiene la función original del producto, pero se altera características como: tamaño, acabado, materias primas, y lo dirige a un nuevo segmento de mercado.
- **Nuevos productos:** Diseño de nuevos productos inspirados en una pieza tradicional.
- **Mejoramientos de técnicas y materias primas:** Estudio de la técnica para lograr su optimización, y mejor tratamiento de las materias primas.
- **Problemas en el proceso de producción:** Identificar si cada paso del proceso productivo marcha bien.

Teniendo en cuenta las cinco razones de la intervención del diseño en la artesanía, se ha visto necesario contar con un sistema que guíe la alianza entre el diseño y la artesanía. Ferro (2017a), propone un sistema de intervención de seis etapas, basado en la cadena de valor y producción (p.109).

- **Primera etapa: Investigación y planeación.**

Se levanta la información considerando como objetivo principal, la incorporación de temas del contexto cultural en la artesanía. Asimismo se definen las necesidades de los artesanos, de los usuarios y el mercado.

- **Segunda etapa: Investigación de la materia prima.**

En esta etapa, los conocimientos del artesano son esenciales respecto a la técnica y el origen de la materia prima; además se experimentan nuevas aplicaciones y se proponen acciones amigables con el medioambiente.

- **Tercera etapa: Desarrollo de producto.** Esta etapa se divide en cuatro subetapas:

- *Conceptualización:* Se lleva a cabo a través de la cocreación entre el artesano y el diseñador. Es esta subetapa donde se analiza la información realizada en la primera y segunda etapa, teniendo en cuenta tres condicionantes: la funcionalidad, la estética y la simbología.
- *Generación de prototipos:* Se realiza una muestra de cómo sería el objeto.
- *Validación del producto:* Tras la fabricación del prototipo, se realizan pruebas de funcionalidad y calidad.
- *Identidad gráfica del producto y empaque, envase y embalaje:* El producto debe protegerse y transmitir una imagen que hable de él.

- **Cuarta etapa: Proceso y producción.** Los artesanos aplican sus conocimientos y técnicas, cuidando la materia prima y dando los acabados de calidad.

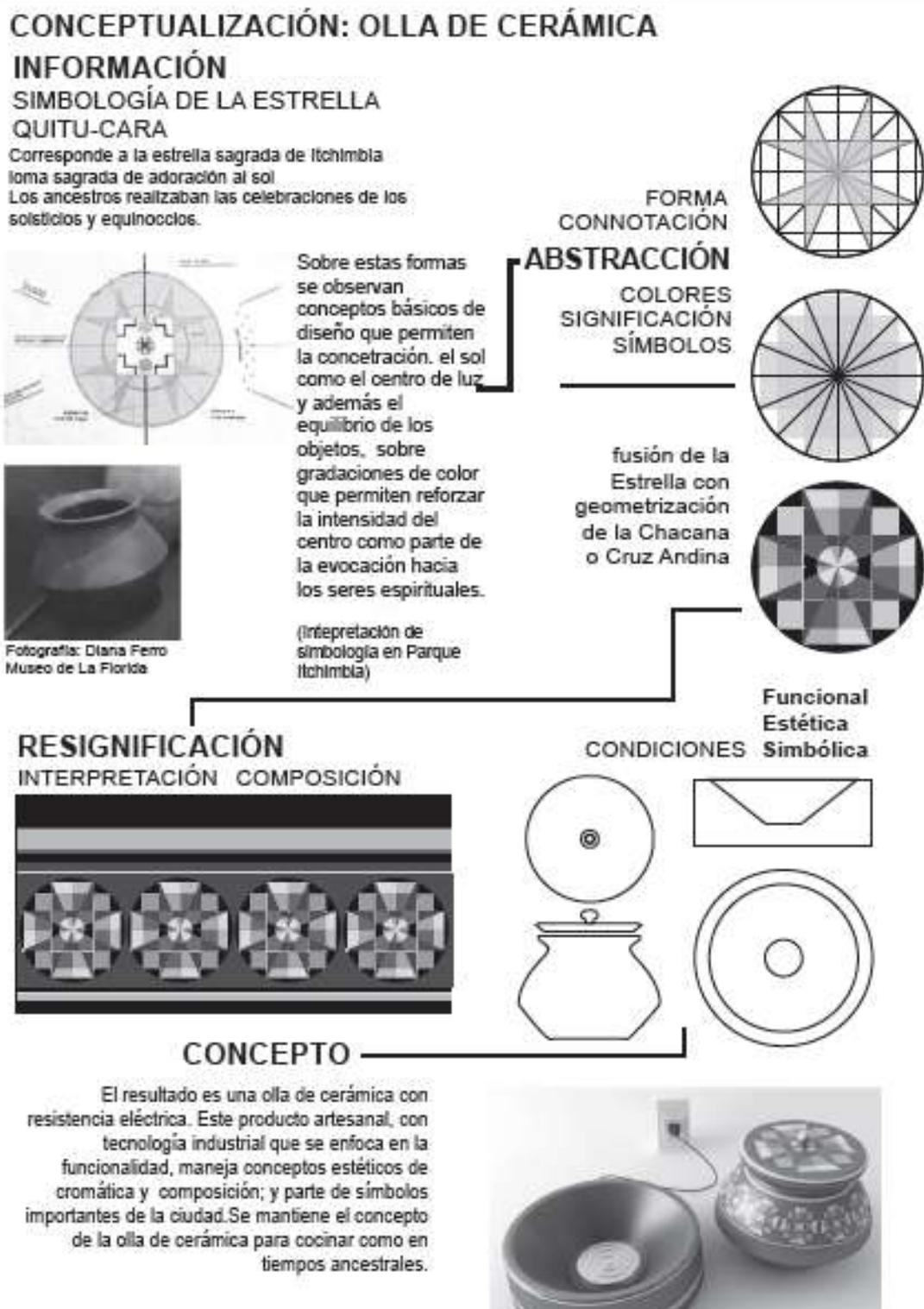
- **Quinta etapa: Promoción, comercialización y uso.** En esta etapa se aplican las estrategias de marketing mix: plaza, distribución, promoción y precio.

- **Sexta etapa: Resultado, evaluación y retroalimentación.** Se analizan los resultados, generando un círculo virtuoso.

A continuación un ejemplo de la conceptualización de la cocreación entre el artesano y el diseñador.

Figura 2

Modelo de conceptualización de un producto artesanal



Fuente: Ferro (2017a).

La propuesta de conceptualización expuesta, consta de cuatro fases: Investigación (información); Abstracción: Resignificación; y Concepto.

A partir de la investigación del contexto, historia, manifestaciones culturales, etc., se escoge un elemento como la estrella sagrada de Itchimbia Lona (adoración al sol, con la connotación que los ancestros realizaban celebraciones por los solsticios y equinoccios), a esta estrella sagrada se da una nueva interpretación a través de colores, significados y símbolos.

Posteriormente, se realiza la composición de la nueva interpretación que dará lugar al lugar al concepto, el cual es el resultado final: el producto artesanal con tecnología industrial, que se enfoca en la funcionalidad, contiene conceptos estéticos de cromática y composición; y sobre todo parte de símbolos importantes de una ciudad y mantiene el concepto de olla de cerámica para cocinar como en tiempos ancestrales.

Mediante este sistema de intervención del diseño en la artesanía propuesto por Ferro se reafirma que la alianza entre ambos, construyendo una vía para el desarrollo artesanal.

1.3. Tendencias de diseño de productos artesanales

Antes de comentar las tendencias de productos artesanales, se debe partir por definir el término tendencia. Según la Real Academia Española, tendencia es la propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines. También se puede denominar tendencia a una corriente o preferencia generalizada que determina que querrá el consumidor de aquí en adelante.

Según Echeopar (2019), las tendencias suelen ser cíclicas, es decir en un punto máximo todas las personas desean tener un objeto, lográndose masificar el producto hasta la caída del producto. Cabe añadir, que son los mismos consumidores quienes marcan las tendencias, pues de ellos dependerá si las toman o no.

De la misma manera, las tendencias, reflejan los estados sociales. Por ejemplo, si hay una crisis por lo general los colores que estarían en tendencias serían los pertenecientes a una paleta oscura (negro, gris, marrón, azul), mientras que si hubiera auge económico, los colores tenderían a ser mucho más vivos. Además, las tendencias cambian por temporadas, otoño-invierno y primavera-verano; no solo cambian el color, sino también materiales, texturas, acabados y tipo de producto.

Cabe señalar, que existen empresas encargadas de investigar las tendencias que marcaran las preferencias en el futuro como WGCN (un portal web que asesora a diseñadores). Asimismo, las grandes casas de moda como Chanel, Dior, Dolce & Gabbana, entre otras, son quienes muestran que estará en tendencia en los próximos años (Echecopar, 2019).

En cuanto a las tendencias de color, se puede encontrar a PANTONE, autoridad mundial en la estandarización del color. La siguiente figura extraída del reporte anual 2020, muestra los diez principales colores en tendencia para la temporada Primavera – Verano 2020 en moda para mujer, hombre y en otras ramas del diseño.

Figura 3

Colores en tendencia primavera – verano 2020



Fuente: PANTONE (2019).

En resumen, las tendencias son cíclicas y reflejan lo que acontece en la actualidad, un ejemplo claro de ello es el color del año 2020 que denominó PANTONE, siendo el Classic Blue, un tono azul atemporal, reparador, que ayuda a la concentración y ofrece tranquilidad; integrándose a la perfección de la coyuntura sanitaria debido al COVID-19.

1.3.1. Tendencia hacia la sostenibilidad en la artesanía

Ante un mundo en constante cambio, ha surgido en contraparte la tendencia hacia la sostenibilidad, el fomento de una mejor alimentación mucho más saludable, y el retorno de elementos y artículos pasados (vintage). Por ello, la tendencia hacia la sostenibilidad ha revalorado prendas y artículos hechos a mano, teniendo como punto de referencia a la artesanía.

En la siguiente figura, se puede observar prendas y carteras hechas a base de fibras vegetales, exhibidas en el desfile de Dolce & Gabbana Primavera-Verano 2020. Mostrando la conexión entre la moda y la naturaleza y persiguiendo la tendencia Handmade, la cual apuesta por prendas y accesorios hechos a mano y amigables con el medio ambiente como los productos artesanales.

Figura 4

Desfile Dolce & Gabbana Primavera-Verano 2020



Fuente: Dolce y Gabbana (2019).

Esta tendencia se enfoca en fomentar conciencia sobre el modo de vida del ser humano, respetando la naturaleza y la comunidad. Considerando al artesano y la artesanía como articuladores, esencial en el fomento del desarrollo sostenible, que se debe visibilizar de manera transversal en las siguientes dimensiones propuesta por Ferro (2017b, p.39), estas son:

- Económica y productiva: Se basa en lo “glocal”, la autogeneración de empleo, constituyendo así nuevas cadenas productivas conjuntamente con otros sectores como el comercio y el turismo, aportando a los índices del PIB.
- Social: Esta dimensión, no solo se refiere a la calidad de vida de los artesanos, sino por el propio sistema, ya que la artesanía promueve formas de organización social basadas en la asociación y el cooperativismo (Ferro citado en Benitez, 2009: 7), que repercute en el mejoramiento integral de las comunidades. Además se basa en la equidad, lo que significa cambiar la estructura vertical, ya que se humanizan los procesos y se aplica la democracia comunitaria en las estructuras organizacionales; eliminando el concepto del artesano como mano de obra.
- Ambiental: El ritmo de la artesanía es no masivo, por ello va acorde con los sistemas ecológicos (sistemas circulares).
- Cultural y espiritual: Esta dimensión considera la preservación de los conocimientos considerados como riqueza; la conexión de las necesidades sociales, económicas y afectivas; el reconocimiento de la diversidad y la pluriculturalidad.

En definitiva, el diseño forma parte importante para esta construcción de desarrollo sostenible, comprometiéndose a defender la ecología y la sociedad; el mantenimiento de las estructuras comunitarias y culturales (Ferro, 2017b, p.40). Esto quiere decir, que se descarta que el diseño propicie la violencia, el engaño, la manipulación y desigualdad.

1.3.2. Tendencias artesanales

En cuanto a las tendencias artesanales, el Instituto de Investigación y Estudios Superiores en Arquitectura y Diseño (INDIS) y la Universidad Rafael Landival de Guatemala realizó una investigación sobre las tendencias en artesanía 2017 -2018. En este estudio se muestran ocho tendencias artesanales como terrosidad, firmeza, profundidad, crudeza, ternura, serenidad, misticismo y electricidad. Cada una de ellas ha sido desarrollada por medio de aplicación de la técnica Moodboard, y muestra las artesanías que comparten una paleta de color similar.

Tabla 1*Tendencias artesanales*

Tendencia	Descripción	Moodboard de la tendencia
Terrosidad	Esta tendencia resalta los detalles hechos a mano. Destaca el uso de objetos que poseen un look vintage. Los colores de esta tendencia son: azul y distintas tonalidades de blanco hueso.	
Firmeza	Transmite fuerza. Se inclina por líneas y formas minimalistas, por la funcionalidad del objeto. En cuanto a la gama de colores es neutra (color crudo, rosa pálido, marrón oscuro y negro).	
Profundidad	Esta tendencia se inspira en el agua e invita a la reflexión. Apuesta por formas simples y casuales.	
Crudeza	Predomina el uso de texturas, además de acabados rústicos o golpeados. Fusión entre lo bohemio, el folk y lo romántico. El color blanco crudo, el negro y color vainilla resaltan neutralidad.	

<p>Ternura</p>	<p>Inspirada el romanticismo, melancolía y escritura poética. Los colores de esta tendencia son desgastados, borrosos para transmitir una apariencia envejecida. Destacan los tonos oscuros como el café; blanco lechoso y colores pasteles.</p>	
<p>Serenidad</p>	<p>Esta tendencia transmite sensación de descanso y tranquilidad. Predominan los colores pasteles o paleta de colores para bebé.</p>	
<p>Misticismo</p>	<p>Transforma el look bohemio en un look más cuidado. Predominan bloques de color y figuras geométricas (arte óptico y efectos visuales).</p>	
<p>Electricidad</p>	<p>Transmite diversión, optimismo y felicidad. Asimismo mezcla patrones y bloques de color.</p>	

Fuente: INDIS (2018). Elaboración propia.

Estas tendencias serán tomadas en cuenta en la propuesta del Catálogo de productos en paja toquilla, los cuales serán desarrollados en profundidad en el capítulo cuatro, a través de tres colecciones inspiradas en el contexto geográfico-cultural de la Asociación Virgen del Pilar.

1.4. Paja toquilla

La paja toquilla, es una fibra vegetal que crece en zonas húmedas, por lo que necesita de condiciones climáticas determinadas para su desarrollo. Esta fibra vegetal crece en las zonas húmedas de Ecuador y Perú. En lo que respecta a Perú, esta fibra vegetal crece en la provincia de Moyobamba, la cual es comercializada a Piura, debido a la tradición de elaboración de productos de paja toquilla.

1.4.1. Breve historia de la artesanía de paja toquilla en Piura

La artesanía de paja toquilla en Perú, inició en el distrito de Catacaos de la provincia de Piura, debido a su cercanía con Ecuador. Pues es en Ecuador donde se originó el tejido de sombreros de paja toquilla, asimismo la fibra vegetal es una especie endémica del presente país.

Centrándose en Perú, el tejido de productos de paja toquilla sigue practicándose en el resto de centros poblados que pertenecen a Catacaos, como Narihualá, Pedregal Chico y La Campiña.

En concreto, el tejido en paja toquilla en Catacaos, inició con la elaboración de sombreros. Según Aguirre (2013, p.30), el surgimiento y desarrollo de la manufactura del sombrero de paja toquilla es peculiar por tres motivos.

1. Porque la fibra no es oriunda de la región. La paja toquilla es traída de las costas ecuatorianas y de la selva del Perú
2. Porque Catacaos se constituyó en el eje de la dinámica – comercial a finales del siglo XIX e inicios del XX. Ya que desde Catacaos se proveía al mercado nacional e internacional, tantos los sombreros de paja de Catacaos como los llegados de Lambayeque y Moyobamba.
3. Porque se logró una especialización en la manufactura del sombrero fino. La calidad del sombrero fino de paja toquilla fue la más requerida en el exterior y dio fama al distrito.

Pero ¿cómo inició esta tradición artesanal? Aún no se puede asegurar cuándo y cómo los habitantes de Catacaos empezaron en la manufactura del sombrero de paja. Lo cierto es, que debido a la importancia comercial que tuvo Piura en la época virreinal y a su cercanía con Ecuador se pudo desarrollar esta artesanía tradicional.

Lo más probable es que la paja toquilla haya sido introducida en Piura, durante los siglos XVII y XVIII, como resultado del intenso contacto comercial (Aguirre, 2013, p.32). La

tradicción de la elaboración de sombreros comienza a inicios del siglo XVIII, pero aún no había alcanzado su apogeo. Es durante las primeras décadas del siglo XIX, cuando se incrementa la producción de sombreros, convirtiendo a Piura en un importante distribuidor.

A finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, se produce el boom sombrerero, exactamente entre los años 1895 y 1920. Este boom se vio favorecido debido a la liquidez monetaria que atravesaba Piura en aquel entonces, la gran demanda por el sombrero y la disponibilidad de los campesinos que en su tiempo libre tejían sombreros.

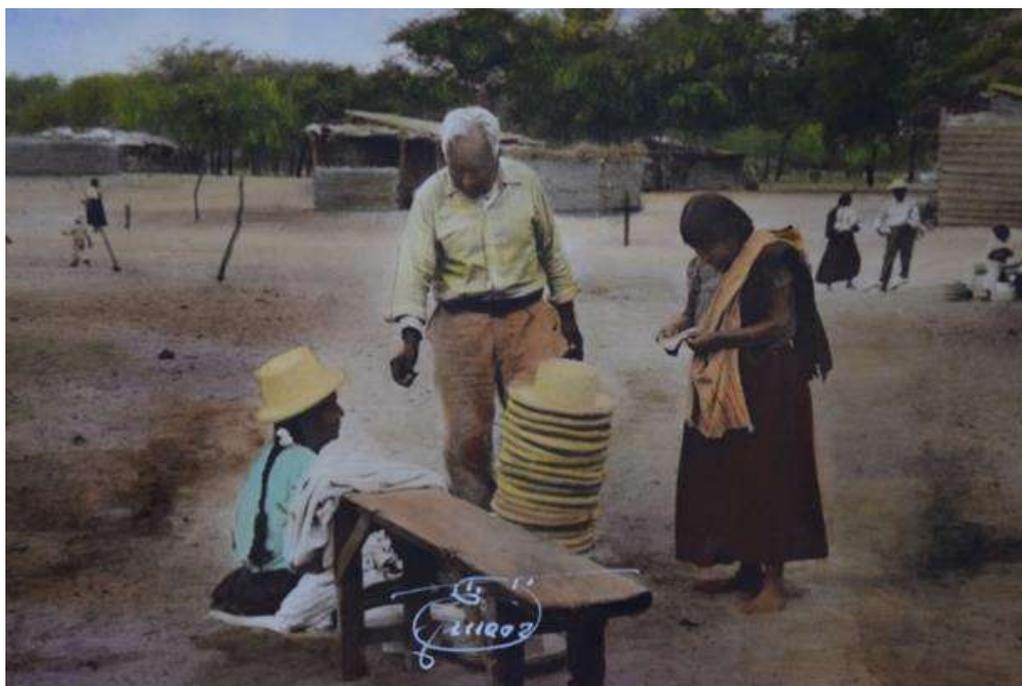
Tal fue el boom de esta manufactura, que dio origen a la creación de negocios familiares, como la empresa catequense Romero y Cía., creada en el año 1888 por el español Calixto Romero y Hernández. En 1895, esta empresa exportaba sombreros hechos por artesanos catequenses, teniendo a Arequipa y Panamá como los principales centros de distribución (Aguirre, 2013, p.36).

Sin embargo, en la primera mitad del siglo XX, el comercio del sombrero de paja toquilla cayó en el mundo debido al periodo entre guerras (1920-1930), pues el contexto cambio radicalmente la económica y la moda, prefiriéndose el uso de sombreros a base de otros materiales menos costosos, (R.M. N° 033-2013-VMPCIC-MC, 2013).

La poca demanda del sombrero de paja toquilla originó que muchos artesanos buscasen otras maneras de generar ingresos, trabajando en otras actividades, mientras otros artesanos continuaron insistiendo en la artesanía de paja toquilla. Trataron de elaborar otros productos funcionales para el hogar, lo cual dio paso a la diversificación.

Figura 5

Compra de sombreros de paja toquilla en los caseríos de Catacaos



Fuente: Quiroz (1950-1951).

La diversificación de productos se incrementó a inicios del siglo XXI. Según J. Solano (comunicación personal, de octubre de 2019) presidenta de la Asociación Virgen del Pilar, comenta que esta diversificación de productos surge en 2010 con la elaboración de rosas y flores en paja toquilla, las cuales fueron vendidas por primera vez en una feria realizada en Miraflores (Lima). Con el pasar del tiempo, la elaboración de estos productos se popularizó entre las asociaciones de artesanas, llegando a ser un producto imprescindible en las ferias.

En la actualidad no solo se elaboran sombreros y flores, sino también productos según la temática del mes. Por ejemplo en el mes de julio se utiliza en conmemoración a fiestas patrias, se elaboran productos de color rojo y blanco, mientras que en el mes de diciembre, por la celebración de navidad, se elaboran productos como campanas, ángeles, estrellas y muñecos de nieves.

Se debe recalcar que la tradición del tejido en paja toquilla sigue concentrándose en el distrito de Catacaos, principalmente en los centros poblados como Pedregal Chico, Pedregal Grande, La Campiña y Narihualá. Esta práctica tradicional, se caracteriza por ser desarrollada por mujeres, que trabajan de manera independiente o formando parte de una asociación.

Según la Dirección de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) de Piura, Catacaos comprende seis asociaciones de artesanas de paja toquilla, estas son: Asociación Virgen de la Puerta, Asociación Virgen del Perpetuo Socorro, Asociación Madres Artesanas para un futuro mejor, Asociación Ñari Walac y Asociación de Artesanas Pedregal Grande y Asociación Virgen del Pilar.

1.4.2. Fibra vegetal de paja toquilla

La paja toquilla o también conocida como bombonaje en Moyobamba, es una de la diversas fibras vegetales que utiliza para la elaboración de artesanías. En el mundo científico se le ha atribuido el nombre de *Carludovica Palmata* Ruiz et Pavón, en honor a los reyes de España Carlos IV (1748-1819) y María Luisa, este nombre es resultante de la contracción de sus nombres en latín: Carolus-Carlos y Ludovica-Luisa (Aguilar, 2009, p.20).

Esta fibra vegetal, tarda tres años en crecer y pertenece a la familia Ciclantaceas, nativa de América tropical (Aguirre, 2013, p.28). Se caracteriza por ser una especie similar a una palmera sin tronco cuyas hojas en forma de abanico salen desde el suelo, sostenidas por largos pecíolos cilíndricos (Aguilar, 2009).

Aguilar (2009) señala que “cada planta tiene hojas anchas que alcanzan de dos a tres metros de largo. La parte exterior de las hojas es de color verde; el centro de las mismas es de color blanco marfil o blanco perla. Así pues, la coloración está en relación directa con la edad de los toquillares” (p.21).

Figura 6

Planta de paja toquilla



Fuente: Flores (2013).

Cabe señalar, que esta planta se siembra en zonas montañosas ecuatorianas como en las provincias de Manabí, Guayas, Esmeralda y Morona Santiago, y en el territorio peruano como Moyobamba. Estos lugares comparten condiciones climáticas similares, ya que la temperatura ideal a la que debe estar expuesta la paja toquilla no debe ser menos de 25 grados de temperatura y precipitaciones anuales no mayores a los 1700 mm (Aguirre, 2013, p.29).

En cuanto a las características específicas con las que debe contar esta fibra vegetal, Galarza (2017, p.30) sugiere lo siguiente:

- **Color:** Originalmente las hojas de paja toquilla es de color verde. Si la paja se encuentra de color opaco se considera no apta para tejer. Para obtener el color blanco perla como comúnmente es conocida, la paja toquilla sufre un proceso de tinturación acompañado de azufre, luego la paja es secada y finalmente se realiza la última etapa de selección de fibras las cuales deberán tener la misma tonalidad.
- **Rigidez:** La paja toquilla no debe ser quebradiza, esta debe mantener un estado húmedo para su mejor manejo durante el proceso de elaboración, es por ello que las artesanas humedecen la paja con agua constantemente.
- **Grosor:** Depende del tipo de tejido (grueso, intermedio, fino y entrefino).

Figura 7

Tipos de grosor de la fibra paja toquilla



Nota: (1) Fibra gruesa de paja toquilla. (2) Fibra Intermedia de paja toquilla. (3) Fibra Fina de paja toquilla. (4) Fibra Entrefina de paja toquilla.

Fuente: Solano (2016).

Por otra parte, como se ha señalado anteriormente, existen otras fibras vegetales utilizadas en la elaboración de artesanía, como el junco, la macora o palma y el carrizo. En el caso de la provincia de Piura, se utiliza la paja toquilla y el junco. Mientras que en Lambayeque se tiende a utilizar a utilizar la macora.

Complementando este apartado, se realizó un taller participativo con la Asociación Virgen del Pilar de La Campiña, con el objetivo comprar las distintas fibras vegetales.

Tabla 2

Ventajas y desventajas de la fibra vegetal de paja toquilla y otras fibras

	Ventajas	Desventajas
Paja Toquilla	Tradicional, Resistente, Buena calidad.	Suave, En relación al junco, su valor monetario es un poco más elevado.
Junco	Barato. Hay en abundancia (lo pueden encontrar en Piura).	Tiende a proliferar hongos rápidamente (no apto para lugares húmedos como Lima). Se quiebra. Es muy duro para tejer (causa callos en las artesanas)
Palma	Buena calidad. Característico de Lambayeque	De alto precio. Muy frágil.
Carrizo	Se utiliza para elaborar canastas y cunas. Tradicional.	Es muy duro para tejer
Totora	Se utiliza para la elaboración de petates	No es característico de la zona, utilizar la totora para artesanía de pequeños objetos

Fuente: Elaboración propia.

A partir de esta tabla se puede evidenciar, que las artesanas de la Asociación Virgen del Pilar optan por el uso de paja toquilla debido a su valor tradicional, suavidad, resistencia y calidad.

Cabe resaltar, que el uso de estas fibras vegetales es amigable con el medio ambiente, pues es un recurso natural renovable. Demora de dos a tres años desde su siembra hasta la cosecha, y tan solo necesita de un suelo húmedo para su desarrollo. Concretamente, la paja toquilla y el junco, pasan por un proceso de tinturación, que es comentado en el siguiente apartado.

1.4.3. Proceso de tinturación de la fibra de paja toquilla

Como primer paso de este proceso, es seleccionar la paja toquilla que no se encuentre quebradiza ni muy pequeña. Tras la etapa de selección, la paja toquilla es colocada en un contenedor con agua caliente, azufre y unas gotitas de limón, durante quince minutos de cocción. Este tipo de cocción se lleva a cabo, siempre y cuando se quiere obtener paja toquilla de color natural o beige.

En el caso, se desea tinturar la paja toquilla de otro color, el proceso es similar, solo se diferencia por la utilización de tintes químicos de la marca Grybor en lugar de azufre. Se utilizan tintes químicos, debido que estos tinturan la paja toquilla, mientras los tintes naturales no.

Este segundo tipo de tinturación, tarda de treinta minutos a una hora, dependiendo de la intensidad del color que se pretende obtener. En el caso del color coco, tarda de una hora a más.

Posteriormente, se da paso al proceso de la fibra tinturada. Esta es colgada en cordeles al aire libre y bajo sombra, pues si se seca al sol la fibra tiende a cambiar la tonalidad, además de convertirse en una fibra vegetal quebradiza y no apta para la elaboración de productos artesanales.

Figura 8*Tinturación de paja toquilla*

Fuente: Elaboración propia.

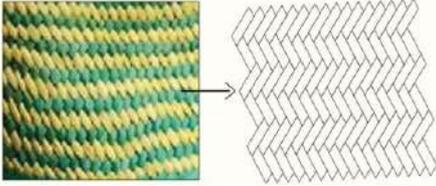
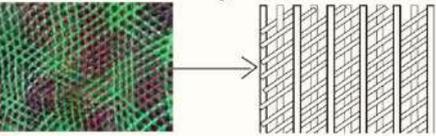
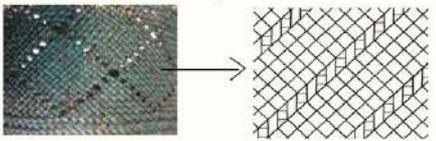
Luego del proceso de secado, la paja toquilla es clasificada por tamaño y color, lista para el tejido de productos artesanales tradicionales.

1.4.3. Técnicas de tejido

Existen diversas técnicas de tejido, dependiendo de la locación geográfica. En Perú no se cuenta con estudio sobre los distintos tipos de técnicas de tejido. Por lo que se expondrán a continuación cuatro técnicas ecuatorianas.

Tabla 3*Técnicas de tejido en paja toquilla*

Técnica de tejido	Descripción	Figura
Tejido Chulla	Se basa en tejer con una sola hebra, la primera hebra se dobla hacia abajo y la otra hacia abajo formando una trama con varias hebras de paja toquilla.	

Tejido Común	Esta técnica consiste en tejer dos hebras. Durante el tejido se dobla dos hebras hacia abajo y dos hebras hacia arriba. Esta técnica es muy rápida de tejer.	
Tejido Randas	Consiste en formar cadenas con las hebras. Este tejido se empieza utilizando la técnica de la chulla y para dar forma de cadenas se cruzan dos hebras en forma de cruz.	
Tejido Calado	Esta técnica utiliza la combinación de la técnica de la chulla y calado. Deja una hebra floja y otra apretada, sin embargo depende del diseño del producto. Asimismo es mucho más fácil tejer con esta técnica.	

Fuente: Galarza (2017). Elaboración propia.

Estas cuatro tipos de técnicas de tejido se asemejan mucho a las que se utilizan en el distrito de Catacaos. Específicamente, la técnica de tejido Chulla y Calado. En lo que respecta a la Chulla, se parece mucho a la técnica de tejido de sombrero, mientras que la otra técnica, Calado, guarda el mismo nombre.

1.5. Marco Normativo

La artesanía aparece por primera vez en el la Ley N° 28296 “Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación”, en ella en el artículo 85, se expresa de manera general las funciones del INC respecto al patrimonio cultural inmaterial como fomentar y velar por la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión y revitalización del patrimonio cultural.

A partir de 2007, Perú cuenta con un marco jurídico para la artesanía, la ley N° 29073 “Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal”, esta reconoce en el artículo 1: “al artesano como constructor de identidad y tradiciones culturales, que regula el desarrollo

sostenible, la protección y la promoción de la actividad artesanal en todas sus modalidades, preservando para ello la tradición artesanal en todas sus expresiones, propias de cada lugar, difundiendo y promoviendo sus técnicas y procedimientos de elaboración, teniendo en cuenta la calidad, representatividad, tradición, valor cultural y utilidad, y creando conciencia en la población sobre su importancia económica, social cultural”.

Asimismo, en la presente ley se puede destacar dos concursos “Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana” y “Premio Nacional de Diseño de la Artesanía Peruana”, que tienen la finalidad de reconocer la labor artística y cultural de los artesanos e incentivar la creatividad, calidad, diseño, rescate y preservación de nuestras tradiciones. Para poder participar en estos concursos, los artesanos deben estar registrados en el Registro Nacional de Artesanía (RNA). En el caso de la Asociación Virgen del Pilar (de la cual se comenta más adelante), Juna Solano, presidenta de la asociación obtuvo el premio nacional Amauta el año 2013, por su labor en la transmisión de conocimiento a nuevos artesanos y por su habilidad de tejer sombreros finos.

En lo que respecta a derechos de autor en la artesanía, existe una “Guía de Derechos de Autor para Artesanos”, realizada por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Esta guía, es una herramienta a disposición de los creadores y productores de industrias culturales a fin de lograr una contraprestación justa por su trabajo creativo.

En relación a esta guía, se parte por comentar ¿Qué es el derecho de autor? El derecho de autor, es un derecho humano reconocido en el artículo 27.2o de la Declaración Universal de Derechos Humanos: “Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora”.

De la misma manera, la guía reconoce a los derechos de autor de las artesanías destacando dos tipos de derechos: los derechos morales y los derechos patrimoniales. Los derechos morales son: Derecho de Paternidad (derecho del autor que las artesanías que cree contengan su firma o nombre), Derecho de Divulgación (derecho del autor de decidir si su obra sea divulgada y de qué forma será divulgada), Derecho de Integridad (derecho de oponerse a toda deformación, modificación, mutilación o alteración) y Derecho de modificación o variación (derecho del autor de modificar su obra).

Mientras que los derechos patrimoniales, reconoce: el Derecho de Reproducción, derecho de autorizar la reproducción de su creación; Derecho de Distribución, derecho de autorizar la distribución de su obra (si esta es vendida, alquilada o incluso prestada; y el Derecho de arreglo o Transformación, derecho exclusivo de autor de introducir arreglos a su obra o decidir si esta será transformada.

Ambos derechos, morales y patrimoniales, son desconocidos por la Asociación Virgen del Pilar, pues cuando trabajan con empresas solo se involucran como productoras, sin contar ni voz ni voto en relación a la distribución y difusión del producto. En la mayoría de casos, se suele deber a la ausencia de legalidad al no contar con contratos firmados.

No obstante, el Derecho de Autor no es el único que puede proteger a una obra de artesanía, también se puede encontrar la propiedad Industrial, como la denominación de origen (signo distintivo) y la protección del diseño industrial, siendo derechos independientes uno del otro.

Para profundizar, en concreto las relaciones entre el artesano y empresas u otros, se debe tener en cuenta que las artesanías elaboradas por los artesanos son elaboradas muchas veces por encargos de terceras personas o empresas locales o extranjeras. Estas artesanías son creadas bajo dos modalidades, obras creadas bajo una relación laboral y obras creadas bajo un contrato de locación de servicios. Ya sea una relación laboral o contractual, prima lo pactado entre el patrono/comitente, quien contrata al artesano, y el empleado/locador, el artesano, respecto a los derechos patrimoniales en cuestión.

En el caso de no haberse pactado al respecto se aplicará lo dispuesto en el artículo 16o de la Ley sobre el Derecho de Autor (Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor), es decir que los derechos patrimoniales han sido cedidos al comitente en forma no exclusiva, en otras palabras el autor artesano seguirá siendo dueño de la obra artesanal, pero quien lo haya contratado es el cotitular para explotar la obra según las actividades que se realice al momento de la contratación.

Tal y como señala J. Solano (comunicación personal, de octubre de 2019) acerca de las relaciones laborales, la asociación trabaja con diversas empresas nacionales e internacionales, sin embargo con muy pocas empresas se firma un contrato, a veces tan solo se les paga lo acordado mediante un recibo de pago por honorario. También comenta que tras la entrega de los productos, la asociación no se involucra más con las empresas.

En definitiva, el conocimiento de esta guía es importante tanto para los artesanos, asociaciones de artesanos y otros actores de la cadena artesanal. Mediante el conocimiento y aplicación de la guía, los artesanos cuentan con mayor poder de decisión sobre sus obras artesanales.

De tal manera, la normativa es necesaria para la reducción de brechas en la actividad artesanal. Asimismo, el diseño no debe verse como un elemento corruptivo, sino como una oportunidad para el desarrollo artesanal.

1.6. Otras investigaciones

En este apartado, se puede evidenciar algunas iniciativas que apuestan por la fusión entre la tradición y el diseño, desde diversas perspectivas, proyectos culturales, investigaciones, desarrollo de colecciones de productos y/o prendas, etc.

El primer caso a comentar, es el Proyecto de investigación binacional, Fortalecimiento de las capacidades de agentes culturales de la cadena de valor de arte textil andino para contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades de la sierra rural de Perú y Bolivia, conocido como Hilando Culturas.

Este proyecto inició en enero de 2014 hasta marzo de 2017, teniendo un costo de 998 605.00 de euros. Comprendió las comunidades altoandinas de Cusco y Puno en Perú, y las de La Paz y Oruro en Bolivia. En resumen se trabajó con 73 asociaciones de artesanos y artesanas textiles, haciendo un total de 1200 de artistas textiles.

Hilando Culturas, tuvo como objetivo incrementar las capacidades de los diferentes actores vinculados a la cadena productiva de la artesanía textil: productores y productoras, redes de artesanos y artesanas, operadores, estudiantes y funcionarios, con la finalidad de que la cadena de valor de artesanía textil incorpore la identidad cultural como un elemento diferenciador (Dorrego, 2017, p.12). Por ello, se contempló cuatro componentes estratégicos:

- Fortalecimiento de las capacidades de las artesanas y artesanos.
- Incremento de las capacidades técnico-productivas de artesanos y artesanas textiles y de redes de productores y productoras.
- Articulación comercial de redes de artesanos y artesanas y operadores regionales vinculados a la cadena de artesanías textiles con mercados nacionales e internacionales.

- Incidencia para el desarrollo de una agenda cultural conjunta y la consolidación del sector de arte textil en el Perú y Bolivia.

Figura 9

Artesana de Pitumarca, Canchis – Cusco



Fuente: Dorrego (2017).

Este proyecto visibiliza la potencialidad de las industrias culturales y creativas locales. Además incorporar la identidad cultural como un elemento diferencial, y sobre todo, fortalecer las capacidades de los distintos actores de una cadena de valor, como lo es la artesanía textil de fibras naturales.

Por otra parte, el segundo caso de la relación tradición y diseño, es el concurso Innovación en la Artesanía es organizado por la Dirección General de Artesanía del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). Este concurso busca fomentar la innovación y la creatividad en la cadena de valor de la artesanía peruana, y consta de tres categorías:

- Diseño y desarrollo de producto
- Procesos productivos
- Negocio Innovador

A modo de ejemplificar, en la edición 2019 de este concurso, específicamente la categoría de diseño y desarrollo de producto, el primer puesto lo obtuvo la colección SET KAN (relojes tejidos en junco). Esta colección fue desarrollada por la diseñadora industrial Valeria Moreno, y por la artesana Prudencia Osorio.

Cabe señalar, que la elaboración de los relojes en junco, una fibra vegetal amigable con el medio ambiente, su producción se realizó sobre un molde circular sobre el cual se va tejiendo alrededor hasta completarlo.

Figura 10

Reloj tejido en junco



Fuente: MINCETUR, 2019.

Se puede visualizar que en este diseño convergen la tradición y la tecnología. Este set de relojes está inspirado las líneas de Nazca, aportando un carácter innovador a la línea artesanal de fibras vegetales como lo es el tejido en junco.

En relación al tercer caso, es la colección otoño-invierno 2016 desarrollada por los diseñadores peruanos Edward Venero y Amaro Casanova. Esta colección se inspiró en la iconografía de la cultura Moche y en siluetas de prendas de la India. Para ello, se realizó un estudio sobre los cerámicos, adornos y joyas moches, obteniendo alrededor de cuarenta y tres estampados o patrones.

Figura 11

Colección 2016, por Edward Venero y Amaro Casanova



Fuente: Reátegui (2016).

Según Echecopar (2016), lo interesante de esta propuesta es también el uso de nuevos materiales, como el plástico y el policarbonato, asociados al uso de tecnologías de impresión 3D. En definitiva, fue un trabajo multidisciplinario, ya que contaron con un equipo de estudiantes de Ingeniería Mecánica y Mecatrónica, con quienes desarrollaron las carteras de mano en forma de ceramios moches, aretes y narigueras.

Sin lugar a duda es una colección con investigación y bien planteada, pues se puede ver el resultado final en la figura anteriormente mostrada. El recurso de referentes culturales en el diseño de prendas, demuestra el potente valor que contiene, y lo interesante que es.

Como último caso, es importante señalar al proyecto cultural “Alma Tallán: recuperando tradiciones a través de la organización comunitaria”, el cual estuvo desarrollado por estudiantes de distintos programas académicos de la Universidad de Piura. Este proyecto se centró, especialmente en fomentar el tejido de paja toquilla a las generaciones venideras (IAPH, 2018, p.24).

Teniendo en cuenta estas iniciativas, el presente estudio “La Innovación en la artesanía de paja toquilla, como una propuesta creativa para la Asociación de Artesanas Virgen del Pilar”, propone integrar la artesanía y el diseño a través del diseño y desarrollo de productos de paja toquilla inspirados en el marco geográfico-cultural de la asociación de artesanas de La Campiña.

Capítulo 2

Análisis del Contexto

2.1. Marco geográfico – cultural

El presente epígrafe permite conocer de manera más detallada el contexto del lugar de investigación, el centro poblado¹ La Campiña. El estudio del contexto posibilita al lector comprender el porqué de la selección de La Campiña, además de acercarse a la principal fuente de inspiración del diseño y desarrollo de productos de paja toquilla.

Se ha valido de reconocimiento de referentes geográficos y culturales de La Campiña, para el desarrollo de una propuesta de productos, que demuestra el balance entre la tradición y el diseño.

2.1.1. Descripción territorial

El distrito de Catacaos de la provincia de Piura, cuenta con la jurisdicción de la Municipalidad de [1] Centro Poblado Narihualá, la cual fue creada en 2016 bajo la Ordenanza Municipal No 192-00-CMPP. Esta municipalidad, comprende tres centros poblados: Narihualá, Pedregal Chico y La Campiña ubicada a 3 km del centro de Catacaos.

Figura 12

Ubicación del centro poblado La Campiña



Fuente: Google Maps (2020). Elaboración propia.

¹ Un Centro Poblado es todo lugar del territorio nacional identificado mediante un nombre y habitado con ánimo de permanencia. Las viviendas pueden hallarse agrupadas de manera contigua formando manzanas, calles y plazas (INEI, 2017).

Respecto al clima, se encuentra próxima con el Ecuador, por ende cuenta con un ambiente cálido, con temperatura promedio de 25 °C. No obstante, existen épocas de intensas lluvias o consideradas Fenómeno de El Niño, que han ocurrido en los años 1982, 1983, 1997 y 2017 (Municipalidad Distrital de Catacaos, 2017:9).

El último fenómeno de El Niño, acontecido en 2017, afectó gravemente a los habitantes de La Campiña. Específicamente, los artesanos y artesanas de La Campiña perdieron parte de sus viviendas, pertenencias, animales, herramientas de trabajo y productos elaborados (El Tiempo, 2017).

El alcalde de Narihualá, señaló que La Campiña es el centro poblado más vulnerable. A comparación de Narihualá y Pedregal Chico, La Campiña no cuentan con pavimento, y únicamente la entrada que da ingreso al centro poblado posee acera (G. Chero, comunicación personal, 20 de octubre de 2018).

Figura 13

Calle Grau – La Campiña



Fuente: Elaboración propia.

Este centro poblado, además de contar con una infraestructura a base de materiales nobles como carrizo y adobe. La campiña cuenta con servicios básicos (agua y saneamiento, energía eléctrica y alumbramiento público) deficientes.

Solo por mencionar, el servicio de agua se ve interrumpido por muchos intervalos del año, el cual se ha ausentado desde diciembre 2018. Como solución ante la interrupción del servicio de agua, los habitantes de La Campiña optaron por cavar una suerte de pozo, con el fin de encontrar agua de las tuberías subterráneas. En la siguiente figura se puede visualizar uno de los pozos cavados, que supone un riesgo en la salubridad de los pobladores.

Figura 14

Servicio de agua deficiente en La Campiña



Fuente: Elaboración propia.

La carencia de servicios básicos influye en la vida de los habitantes de La Campiña. Para Sen (1999, p.36), el contexto social lleva a resaltar aún más unos funcionamientos que otros. De esta manera, Sen (1999, p.37) sostiene que “existen buenas razones para concebir la pobreza como privación de capacidades básicas y no solo como una baja renta. La privación de capacidades elementales puede traducirse en una mortalidad prematura, un grado significativo de desnutrición, una persistente morbilidad, un elevado nivel de analfabetismo y otros fracasos”.

Lo suscrito por Sen guarda mucha relación, pues no contar con agua influye en la actividad artesanal de paja toquilla. El agua es un servicio fundamental para el desarrollo de la artesanía de paja toquilla, sin ella no se podría realizar el proceso de tinturación de la paja toquilla, ni mucho menos tejer, ya que durante la elaboración de productos se humedece la paja toquilla, logrando un producto de mejor calidad.

A pesar de estas carencias, este centro poblado posee una historia y entorno valioso, del cual se puede inspirar para elaborar una propuesta de productos de paja toquilla. Por lo que, ¿Es posible innovar, incorporando elementos del entorno geográfico - cultural de La Campiña, en los diseños de los productos de paja toquilla? Para responder a esta pregunta, se realizará un estudio sobre el entorno geográfico – cultural de La Campiña, el cual permitirá extraer algunos temas para la contextualización de una propuesta de productos de paja toquilla.

2.1.2. Historia de La Campiña

Para Ferro (2017a, p.107), es importante que el producto desarrollado por el artesano y el diseñador refleje la identidad del lugar. Por ende la importancia de identificar elementos identitarios y tradicionales, que se pueden encontrar en la historia, tradiciones, fiestas patronales, gastronomía, actividades cotidianas, flora, fauna, etcétera. En este apartado se parte por comentar la historia de La Campiña, una fuente de inspiración.

El centro poblado La Campiña se encuentra situado dentro del territorio donde se desarrolló la Cultura Tallán. Velezmoro (2004) señala que fue un conglomerado de señoríos y curacazgos que se desarrollaron en los valles de la costa norte del Perú y parte del Ecuador.

Los Tallanes debieron aparecer hacia los 500 o 600 d.C. Sin embargo, la época de esplendor fue en los siglos XIII y XIV, siendo dominados primero por los Chimú y luego por el Imperio Incaico (Aparicio, 2015, p.163).

Asimismo, Fernández (1989, p.45) afirma, que los Tallanes o Tallancas se encontraban distribuidos de acuerdo a su especialización laboral, estas fueron: salineros (Chocholla), orfebres (Simache), tejedores (Cumbibira), artesanos (Catacaos) y ganaderos (Bayóvar y Chira). En la actualidad Catacaos continua siendo caracterizada por la actividad artesanal.

En relación a la organización política, los tallanes no contaron un gobierno centralizado. No obstante, se contempla la posibilidad que Narihualá haya sido un centro político-administrativo y religioso, que probablemente fue desde donde se ejerció control sobre todo el Bajo Piura. Igualmente, la organización social, ligada a la organización política, estuvo jerarquizada (nobles, sacerdotes y pueblo).

La sucesión política, no era hereditaria, lo que quiere decir que si el heredero era mujer no rompería con el esquema de sucesión. El nombre de las mujeres que asumían el poder, eran llamadas capullanas (Velezmoro, 2004). Las capullanas fueron gobernantas tallanes que vestían una indumentaria de algodón negro hasta los pies, y solían usar el cabello suelto por la espalda sin trenzarlos. María Rostworowski (1988, p.52) señala que el nombre de capullanas no proviene del término “capuz o capa”, sino que hace referencia al sexo femenino y al rango.

Figura 15

Acuarela de Capullana



Fuente: Martínez de Compañón (1782 -1785).

Por otra parte, los tallanes supieron vencer las dificultades del clima, pues los canales de regadillo dan fe de ello. Gracias a las técnicas hidráulicas, su principal actividad económica fue la agricultura; entre los productos que cultivaron se puede encontrar el maíz y el algodón. También lograron cultivar frutas como guayaba, lúcuma, pepino, palta, etcétera (Aparicio, 2015, p.164). Hoy en día los habitantes de La Campiña continúan cultivando maíz y algodón.

Figura 16

Cultivo de arroz cerca del Complejo Arqueológico de Narihualá



Fuente: Elaboración propia.

Otras de las actividades económicas desempeñada por los Tallanes, fue la pesca, teniendo como recurso hidrobiológico predilecto el tollo, que seco se exportaba a diversas partes del territorio (Aparicio, 2015, p.164).

En cuanto a la ganadería, esta permitió la presencia de ganado como transporte de carga, además del aprovechamiento de su carne en el consumo alimenticio. Cabe añadir, que existieron otros animales que convivían con los tallanes como: la lechuzca, el choqueco y el capazo (Cevallos, 1961, p.21).

Respecto al ámbito religioso, Velezmoro (2004, p.30) menciona, que los tallanes pescadores debieron adorar a la Luna y Mar como generadoras de vida marina. Mientras que el culto a la Pachamama o la madre tierra debió ser por parte de quienes se dedicaron a la ganadería. Con el pasar del tiempo se cree que los Tallanes, posiblemente llegaron adorar al sol por imposición de los incas.

En cuanto a la lengua, los tallanes hablaban el dialecto Tallán o Sec, la cual solo se conoce 38 vocablos descubiertos por R. Spruce (ver Anexo A). En relación a las artes, la cerámica aparece interpolada debido a la conquista Chimú e Inca. Por lo general se le asocia con técnicas de paletado y del molde, el ahumado de piezas y con decoración iconográfica de procedencia Chimú. De esta manera, Domínguez (2007, p.103) determina algunos aspectos distintivos en la cerámica Tallán tras la dominación Chimú, los cuales son:

- Presencia de vasijas de corte ceremonial de textura fina, color gris y negro lustroso. Figuras escultóricas y estilizadas con motivos representativos de la sociedad, flora y fauna.
- Cerámica cuello con dos variantes: combado o carenado, y el que representa una cabeza de ave.
- Presencia de marcas incisas aplicadas en la parte superior del asa cinta de la vasija cercana al borde de la misma. Estas marcas están constituidas por líneas horizontales y verticales, así como círculos y elementos geométricos todos en forma de acanaladura y hechos bajo la técnica de la incisión.

Figura 17*Cerámica Tallán*

Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente, en el siglo XVI, el pueblo Tallán debido a la conquista de la Corona Española, sufre un periodo de adaptación a nuevas formas de vida, religión, economía, alimentación, etc. En el caso de la alimentación, se introdujeron nuevos productos como trigo, arroz, cebada, gallinas, caprinos, vacunos, cerdos, frutas, la vid, caballos, entre otros (Domínguez, 2007, p.115).

Asimismo, Domínguez (2007, p.106) señala que la chicha, bebida a base de la fermentación del maíz preferida por los Tallanes, continuo siéndolo durante el virreinato. La elaboración y consumo de chicha de jora, sigue manteniéndose en la actualidad. Hoy en día, la chicha es consumida tanto en chicheríos y picanterías.

Figura 18*Chicherío*

Fuente: Quiroz (1950-1951).

Con el pasar del tiempo, las costumbres y tradiciones han cambiado. Hoy en día, una de las celebraciones más importantes para los habitantes de La Campiña es el Aniversario de creación festejada en el mes de agosto, y consta de desfiles con pequeños carros alegóricos y reinas que acompañan el trayecto de este. Asimismo La Campiña cuenta con dos fiestas patronales importantes, la fiesta de San Francisco de Asís y del Señor Cautivo de Ayabaca, patrono de La Campiña.

En relación a tradiciones y costumbres, se puede encontrar la elaboración de chicha de jora, para consumo personal o venta. El tejido en paja toquilla, es otra de las tradiciones que aún se conservan, quienes se dedican a este arte suelen ser mayormente mujeres.

Figura 19

Costumbres y tradiciones de La Campiña



Secado del maíz al sol: inicio del proceso de elaboración de la Chicha de Jora

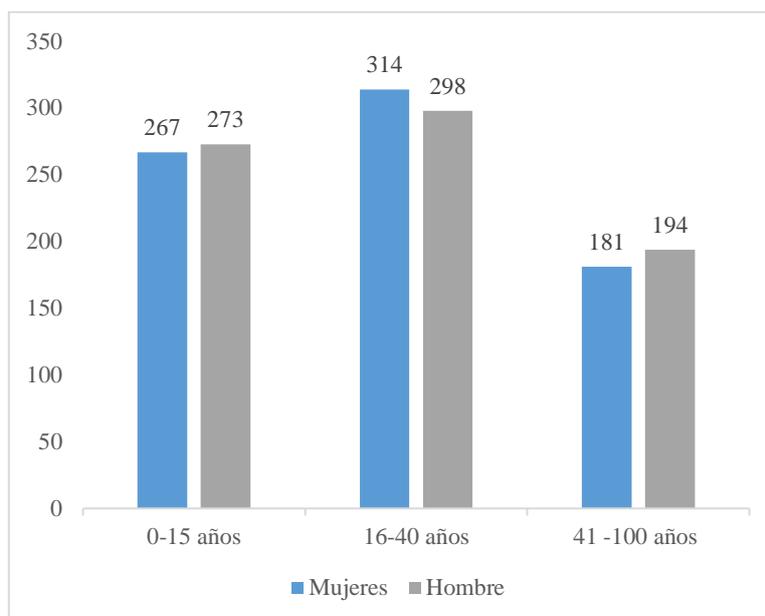
Tejido de productos de paja toquilla

Fuente: Elaboración propia.

En síntesis, la cultura Tallán, costumbres y tradiciones, son referentes culturales de los cuales se puede inspirar para el diseño y desarrollo de productos de paja toquilla.

2.2. Situación socioeconómica

Este apartado guarda relación con actividades desempeñan sus pobladores. La Campiña cuenta con una población de 1527 habitantes, haciendo un total de 430 familias según el censo realizado por la Municipalidad de [1] Centro Poblado Narihualá en 2017. De aquella cifra, 765 son hombres (50.1%) y 762 son mujeres (49.9).

Figura 20*Grupos de edad del centro poblado La Campiña*

Fuente: Municipalidad de Centro Poblado de Narihualá (2017). Elaboración propia.

En cuanto a la PEA (Población Económicamente Activa), representa el 62.2% de su población (considerando de 17 años a más). Se tomó en cuenta desde los 17 años porque muchos de los jóvenes que pueden terminar el nivel secundario deciden según sus posibilidades, estudiar una carrera técnica y/o universitaria, o trabajar.

Entre las actividades económicas desempeñadas por los habitantes de La Campiña se puede encontrar trabajos de construcción, transporte, pequeños comercios (tiendas), labores agrícolas (arroz, maíz y algodón) y artesanía en paja toquilla.

Una de las actividades tradicionales es el tejido de productos en paja toquilla, desarrollada principalmente por mujeres jóvenes y adultas. Cabe señalar que las mujeres artesanas trabajan manera independiente y asociativa, como la Asociación Virgen del Pilar.

2.3. Situación de la artesanía de paja toquilla en La Campiña

El tejido de productos en paja toquilla, transmitida de generación en generación, sigue desarrollándose en el centro poblado La Campiña. Por lo cual, es necesario conocer el estado de la situación de la artesanía de paja toquilla, con el objetivo de identificar amenazas y oportunidades con las que cuenta esta práctica tradicional.

Se parte por comentar que esta actividad artesanal, es realizada en su mayoría, por mujeres, que además de dedicarse a este arte manual, cumplen labores del cuidado de su hogar. No obstante, existen hombres involucrados como tejedores y apoyo logístico. La siguiente figura muestra una libélula tejida por el señor Juárez, esposo de Juana Solano, presidenta de la Asociación Virgen del Pilar.

Figura 21

Libélula tejida en paja toquilla



Fuente: Elaboración propia.

En definitiva, existe un gran potencial en los hombres tejedores de La Campiña, que debe ser fomentado en las capacitaciones impartidas por ONG y otras organizaciones. Si bien el tejido de producto en paja toquilla por hombres, es un escaso, se puede empezar a diseñar propuestas que integren a los hombres en esta actividad artesanal.

2.3.1. Proveedores

Los proveedores, son clave en esta actividad artesanal. Partiendo por la paja toquilla, J. Solano (comunicación personal, de octubre de 2019), en una entrevista comenta el precio de la paja toquilla ha encarecido. Ella señala, que hace unos cinco años el precio de un corte de paja toquilla (doce cogollos de paja toquilla) valía diez soles, hoy en día se puede encontrar la misma cantidad de paja a un precio superior, causando un alza de costos en el tejido de productos en paja toquilla.

Como se ha comentado en apartados anteriores, la paja toquilla no se cultiva en la provincia de Piura debido a las condiciones climáticas que requiere. Esta fibra vegetal es traída desde

Ecuador por Guadalupe Velarde, la principal vendedora de paja toquilla en el distrito de Catacaos.

Velarde vende tres tipos de paja toquilla, el primer tipo tiene el precio de 15 soles (un corte), utilizado básicamente para el tejido de sombreros. El segundo tipo de paja cuesta de 22 soles, utilizado para el tejido de carteras; y el tercer tipo de paja vale alrededor de 24 soles, dirigido al tejido de cestas grandes.

Tabla 4

Paja toquilla traída de Ecuador por Guadalupe Velarde

Tipo de paja toquilla, según el producto	Paja toquilla para sombreros	Paja toquilla para carteras	Paja toquilla para cestas
Precio	S/.15 (un corte)	S/.22 (un corte)	S/.25 (un corte)

Fuente: Elaboración propia.

Por otro parte, otro de los recursos indispensables en la elaboración de productos de paja toquilla, son los moldes de madera, que se utilizar especialmente para el tejido de sombreros y carteras. Estos moldes, permiten guiar la forma del producto que se desea obtener. Sin embargo, solo se cuenta con un solo proveedor de moldes de madera. Por consecuencia, ante la demanda de la elaboración de moldes, el proveedor incumple con la entrega de los moldes, retrasando así la elaboración de los productos.

En resumen, se observa una ausencia de diversificación de proveedores en La Campiña, causando por un lado incremento de los costes de producción, y por otro lado el retraso de la elaboración de productos.

2.3.2. Diversificación de productos

La ausencia de diversificación de los diseños de productos de paja toquilla en La Campiña, es un problema que afecta al desarrollo de la actividad artesanal. Los actuales diseños presentan muchas similitudes con productos de otras asociaciones, esto se puede visualizar en la siguiente figura.

Figura 22

Comparación entre dos asociaciones de artesanas



Fuente: Elaboración propia.

La figura demuestra las similitudes entre los diseños de productos de la Asociación Virgen del Pilar (La Campiña) y la Asociación Virgen de la Puerta (Narihualá). En ambos productos, el cofre y el monedero, se observa la misma estructura, lo único diferente es el color. Por esta razón, esta investigación considera a la innovación de productos como una vía al desarrollo artesanal.

2.3.3. Sostenibilidad

Tal y como Ferro (2017b, p.40) señala, que el ritmo de la artesanía no es masivo, por lo que va acorde con los sistemas ecológicos (sistemas circulares). Sin embargo, existen empresas de productos artesanales que no respetan ni el ritmo de proceso de artesanía, ni mucho menos al artesano. Para este tipo de empresas, el precio justo no existe, e identifican al artesano como un productor y no como creador de tradición ¿Acaso se puede hablar de sostenibilidad cuando se vulneran los derechos de los trabajadores? ¿Se le puede llamar “empresa sostenible” solo por trabajar con fibras vegetales?

El aprovechamiento de estas empresas ante las debilidades de las asociaciones de artesanas es injustificable. En definitiva, estas empresas deben tener en cuenta el tiempo que requiere tejer un producto a mano. Además, la empresa debe visibilizar la asociación con la que está trabajando, siendo uno de los derechos del artesano expuestos en la guía de protección del artesano por INDECOPI.

2.4. Análisis de la Asociación Virgen del Pilar

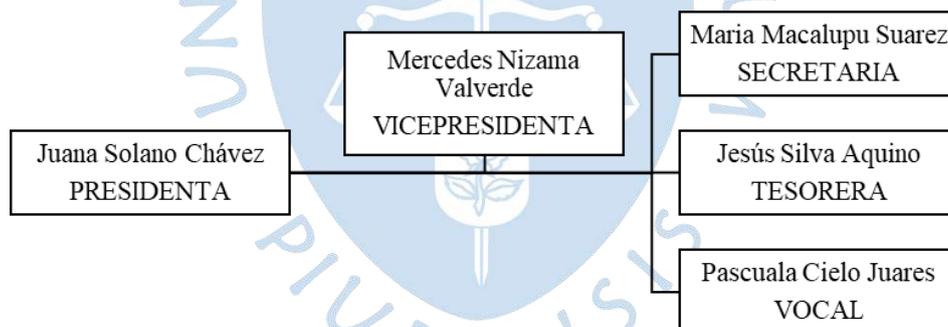
La Asociación Virgen del Pilar, un de las asociaciones más vulnerables del distrito de Catacaos, fue constituida en 1984 y formalizada el 24 de enero de 2007 (Flores, 2013). En una entrevista en 2019 con la presidenta de la Asociación, Juana Solano, mencionó que estaban conformadas por setena artesanas, de las cuales treinta trabajan de manera permanente y cuarenta de forma esporádica.

La actual presidenta de la Asociación, ha asumido el puesto desde 2007. Además ha sido ganadora del premio Amauta de Artesanía Peruana, brindado por el MINCETUR, por su labor conservando la tradición artesanal del país, especialmente a través de la transmisión de sus conocimientos para la formación de nuevos artesanos; y por su habilidad de tejer sombreros de paja toquilla de grosor fino.

Mediante el siguiente gráfico, se puede visualizar el organigrama actual de la asociación.

Figura 23

Organigrama de la Asociación Virgen del Pilar



Fuente: Solano (2019). Elaboración propia.

Por otra parte, cada una de las artesanas de la asociación se destaca por una especialidad. Solo por mencionar, la señora Mercedes Nizama es especialista en la técnica de tejido a crochet, mientras que la señora Maura Ruiz maneja muy bien la técnica tejido de sombrero. En síntesis, son un equipo multidisciplinario.

2.4.1. Proveedores de la Asociación Virgen del Pilar

La asociación cuenta con distintos proveedores para el desarrollo de productos de paja toquilla. En cuanto a la fibra vegetal de paja toquilla, la asociación cuenta con dos proveedores,

Guadalupe Velarde y Celinda Rojas, quienes proveen esta fibra vegetal de Ecuador y Moyobamba respectivamente.

Otro de los recursos que se necesitan, son los moldes de madera, fabricados por Luis Chero. Estos moldes deben ser fabricados a base de madera, pues durante el proceso de tejido, la paja toquilla es mojada para su mejor flexibilidad.

El tercer proveedor guarda relación con los tintes que se requiere para tinturar la paja toquilla. Por último, el cuarto proveedor, se encuentra relacionado con el planchado de sombreros. En concreto, los sombreros requieren de dos planchados, tanto en la copa y la falda.

Tabla 5

Proveedores de la Asociación Virgen del Pilar

PROVEEDORES	DESCRIPCIÓN
Paja Toquilla	Se cuenta con dos proveedoras de paja toquilla: Guadalupe Velarde y Celinda Rojas Villacorta. La señora Guadalupe es una de las que provee a la mayoría de las artesanas en Catacaos, quien trae paja toquilla de la frontera con Ecuador. Mientras que la señora Celinda envía paja toquilla de Moyobamba.
Moldes	A cargo de Luis Chero en el centro de Catacaos. Se tarda de 1 a 2 días en realizar los moldes.
Tintes	Se utilizan tintes químicos, estos son comprados en Lima, Se aprovechan las ferias en Lima para comprar, pues en Piura tienden a elevar el precio de los tintes. La Marca de los tintes es Grybor.
Planchado	El planchado es únicamente para los sombreros, se realizan dos planchados (en la copa y el ala del sombrero). Este proceso se desarrolla en Catacaos

Fuente: Elaboración propia.

La tabla logra mostrar los cuatro proveedores con los que cuenta la asociación según el ámbito: fibra vegetal, moldes de madera, tintes, planchado de sombreros.

2.4.2. Canales de venta

Siendo una asociación con más de diez años en el sector, la Asociación Virgen del Pilar contempla cuatro canales de venta, como ferias artesanales, venta directa, venta por pedido y venta online.

El primer canal de venta, son las ferias. La asociación, básicamente asiste a seis ferias durante el año, siendo la feria Ruraq Maki - Hecho a Mano, organizada por MINCETUR, la feria más importante del año. A esta feria, suelen llevar alrededor de 10 carteras, 40 sombreros, 20 paneras, 200 flores, 20 cofres, 20 abanicos, de los cuales se llega a vender la mitad.

Tabla 6

Ferias artesanales

Institución	Fecha de las Ferias	Lugar
Municipalidad de Piura	<ul style="list-style-type: none"> Aniversario de fundación de Piura. 	Piura
Municipalidad de Catacaos	<ul style="list-style-type: none"> Marzo por el día del artesano El 28 de julio por aniversario del distrito de Catacaos 	Catacaos
C.C. OPEN Plaza	<ul style="list-style-type: none"> No tienen una fecha establecida. 	Piura
MINCETUR	<ul style="list-style-type: none"> RURAQ MAKI (julio y diciembre) Nuestras Manos (junio) 	Lima

Fuente: Elaboración propia.

El segundo canal de venta, es la venta directa. Esta asociación cuenta con dos lugares de venta, el primero es la casa de la presidenta de la asociación, Juana Solano, y el otro lugar es un módulo de venta ubicado en el Cite Catacaos. El primer espacio de venta, no es más adecuado, puesto que se encuentra alejado de turistas y potenciales consumidores. Mientras que el segundo espacio, desafortunadamente no siempre está abierto, debido a que este depende de la dirección del Cite Catacaos.

En relación al canal de venta por pedido, es la que más frutos ha dado. La asociación ha trabajado con empresas como Benavia y Amarena, cuyas tiendas se encuentran en Lima metropolitana. Benavia ha trabajado con la asociación, la colección de carteras de primavera – verano 2020 y 2021. Cabe señalar, que carteras fueron creaciones propias de la asociación, sin embargo las artesanas no han recibido crédito por ello.

Se puede inferir que el desconocimiento de la ley de derecho de autor por parte de las artesanas causa que se encuentren en una situación vulnerable, ya que no ejercen su derechos como autoras de sus creaciones, incluso no son visibilizadas en la difusión en redes sociales, pues en la cuenta de Instagram de Benavia solo se menciona “artesanías hechas por asociaciones de Catacaos” en vez de “artesanías creadas por la Asociación Virgen del Pilar”.

Vale la pena citar: “Ya sea una relación laboral o contractual, prima lo pactado entre el patrono/comitente, quien contrata al artesano, y el empleado/locador, el artesano, respecto a los derechos patrimoniales en cuestión. En el caso de no haberse pactado al respecto se aplicará lo dispuesto en el artículo 16° de la Ley sobre el Derecho de Autor” (Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor).

Esto quiere decir, que los derechos patrimoniales han sido cedidos al comitente en forma no exclusiva. De esta manera, el autor artesano seguirá siendo dueño de su obras, pero quien lo haya contratado es el cotitular para explotar la obra según las actividades que se realice al momento de la contratación (INDECOPI, 2013).

La ausencia de visibilidad y reconocimiento de la capacidad creativa de la asociación no es el único problema. La asociación ha ocupado todo su tiempo en cumplir los pedidos de empresas locales e internaciones. Convirtiéndose en meras ejecutoras de las creaciones de diseñadores y empresarios.

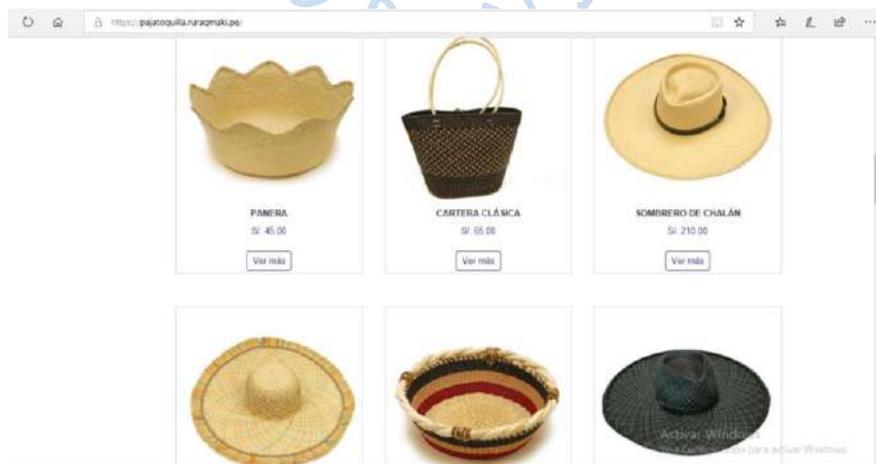
Esta situación origina, que no se forje la creatividad artesanal en la asociación. Esto se refleja, en parte, en los productos repetitivos que llevan a feria. Además ha causado que se la asociación solo se enfoque en la elaboración de ciertos productos, como carteras, dejando de lado el tejido sombreros,

A continuación una figura, que muestra el proceso de elaboración de carteras solicitadas por pedido por la empresa Benavia.

Figura 24*Elaboración de productos para la empresa Benavia*

Fuente: Elaboración propia.

Por último, el canal de venta online, se lleva a cabo mediante la plataforma Tienda virtual Ruraq Maki. Esta tienda virtual reúne alrededor de trece colectivos de artesanos peruanos de diferentes regiones y líneas artesanales. La Asociación Virgen del Pilar presenta veinticuatro productos en la plataforma, como sombreros, paneras, carteras, mochilas, cofres, canastas y flores.

Figura 25*Venta online de los productos de la Asociación Virgen del Pilar*

Fuente: Tienda virtual Ruraq Maki.

Sin embargo, este canal de venta no es el más utilizado por la asociación, pues lo consideran complejo debido a que las artesanas carecen de conocimientos informáticos, siendo una herramienta indispensable para el desarrollo artesanal. Esta situación vulnerable, demuestra que además de fortalecer las capacidades en el ámbito jurídico, también se necesita de habilidades informáticas.

2.4.3. Capacitaciones recibidas

Otro tema relevante que se debe comentar son las capacitaciones que la Asociación Virgen del Pilar ha recibido. Los temas en los que han sido capacitadas están relacionados con emprendimiento, habilidades blandas y vida saludable, ninguna de ellas han sido relacionadas con nuevas tecnologías y derechos de autor.

Para efecto de esta investigación de 2018, se aplicó un cuestionario sobre las capacitaciones impartidas a la asociación, para conocer sus expectativas y necesidades en temas que desean ser capacitadas.

Según los datos recogidos, el 11% de las encuestadas no ha recibido ninguna capacitación en relación a la fibra vegetal de paja toquilla, mientras que 89% si recibió capacitaciones sobre el uso de la paja toquilla, sobre todo, en relación a tintes, diseños, calidad y modalidades de tejido. Seguidamente, el 75% han recibido otro tipo de capacitaciones sobre emprendimiento, habilidades blandas y vida saludable. Mientras que el 25% no ha recibido ningún otro tipo de capacitación.

La última capacitación impartida a la asociación, estuvo dirigida por la ONG CARE Perú y Fundación Capital mediante el proyecto “Conéctate” sobre educación financiera. Este proyecto consistió en capacitar a dos artesanas por semana en el manejo de la aplicación “LISTA” en tabletas electrónicas. Sin embargo, este proyecto no ha tenido éxito, pues la aplicación no es utilizada por la asociación.

En la siguiente tabla se muestra algunas de las capacitaciones impartidas a la Asociación Virgen del Pilar.

Tabla 7*Capacitaciones de la Asociación Virgen del Pilar*

Tipo de Institución	Institución	Capacitaciones
Público	INDECOPI	Capacitación de la marca colectiva "ASVIPI LA CAMPIÑA TEJIENDO EL FUTURO" y la entrega de un código QR de la marca.
	IDESI Región Grau	Capacitaciones en gestión empresarial
	Cite Catacaos	Capacitación en diseño
Privado	ONG Aportes	Capacitación en diseño
	ADRA Perú	Capacitación sobre comercialización y salud familiar
	ONG CARE	Capacitación de la marca colectiva "ASVIPI LA CAMPIÑA TEJIENDO EL FUTURO" Capacitación de la aplicación "LISTA"

Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta la última tabla, la asociación si ha recibido capacitación sobre diseño, siendo este uno de los temas que les interesa a las artesanas. Según el cuestionario aplicado, el 44% se encuentra interesada por capacitaciones sobre diseño, el 36% por capacitaciones de calidad de productos, y un 20% por capacitaciones en tendencias (colores, formas y aplicaciones de temporada).

A modo de resumen, tanto las capacitaciones como el canal de venta por pedido han supuesto que la asociación adquiera nuevos conocimientos sobre la gestión y organización de la asociación y nuevas técnicas de tejido, que han dado como resultado el tejido de nuevos productos.

2.4.4. Técnicas de tejido

Esta investigación posee tres objetivos específicos, uno de ellos es "Elaborar un inventario de las técnicas de tejido de paja toquilla". Por lo cual, se realizó un estudio sobre los productos de paja toquilla de la asociación.

Este estudio no solo ha permitido conocer el número de técnicas que manejan y las características que ofrece cada una, sino también ha esclarecido la manera de intervenir en los productos de paja toquilla, ya sea por medios del rescate, rediseño, elaboración de nuevos productos, mejoramientos de técnicas y materias primas, y problemas en el proceso de producción (FONART, 2018).

Para recoger esta información, se aplicó una entrevista participativa al comité de la Asociación Virgen del Pilar, con el objetivo indagar qué técnicas de tejido manejan y desde hace cuánto las utilizan, para así realizar un registro de ellas. Mediante la entrevista participativa se ha concluido que existen dos técnicas tradicionales: la técnica de tejido del sombrero y la técnica de tejido calado. Asimismo se registraron un total de trece técnicas de tejido, que se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 8

Técnicas de paja toquilla de la Asociación Virgen del Pilar

Técnica de tejido	Descripción	Figura
Tejido de sombrero	Es uno de las técnicas de tejidos más difíciles. Los sombreros no solo se clasifican según la forma y el tipo de grosor del tejido, sino también por el comienzo del platillo. Existen dos tipos de comienzo: abanico y aroma. Este comienzo muchas veces es utilizado para tejer otros productos como carteras, flores, cofres, entre otros (Aguirre, 2013).	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p data-bbox="933 1238 1145 1261">Comienzo tipo abanico</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p data-bbox="1161 1238 1358 1261">Comienzo tipo aroma</p>  </div> </div>

Tejido calado Este tejido suele variar según el diseño del producto. Básicamente consiste en dejar espacios durante el proceso de tejido. El proceso de elaboración es más rápido y se utiliza menos fibra vegetal.



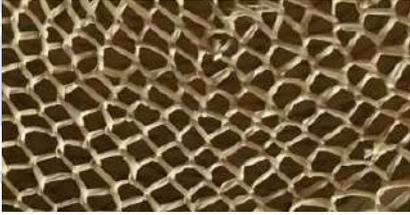
Tejido plano Es un tejido de tipo rígido, debido a ello no se utiliza en el tejido de sombreros, pero si para elaborar carteras, flores, cofres, paneras, etcétera.



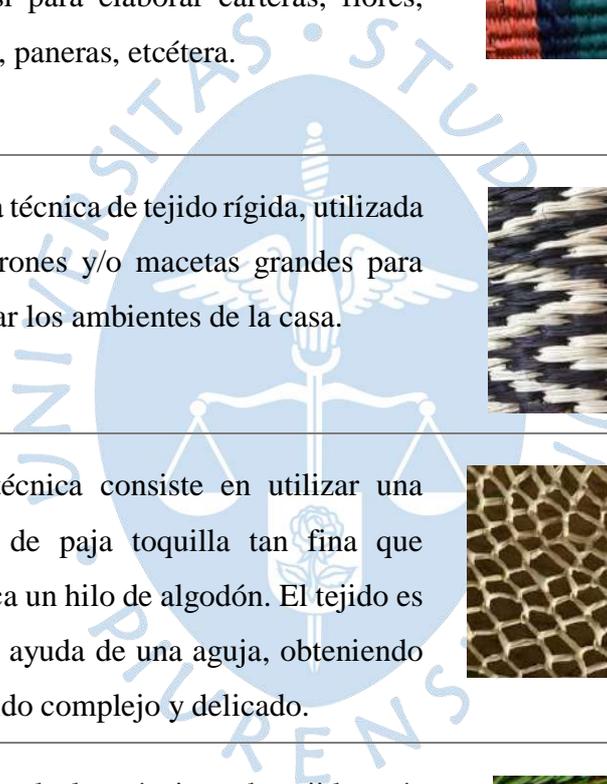
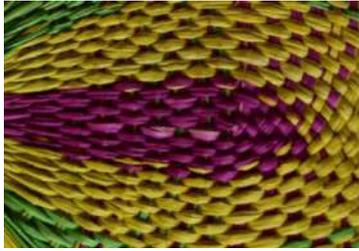
Tejido Zigzag Es una técnica de tejido rígida, utilizada en jarrones y/o macetas grandes para adornar los ambientes de la casa.



Tejido con aguja Esta técnica consiste en utilizar una hebra de paja toquilla tan fina que parezca un hilo de algodón. El tejido es con la ayuda de una aguja, obteniendo un tejido complejo y delicado.



Tejido de abanico Es una de las técnicas de tejido más fáciles de hacer, se utiliza únicamente al tejer abanicos.



Tejido 10x10 hebras: Es una de las técnicas de tejido más fácil de usar, se suele usar veinte hebras divididas formando dos grupos de diez hebras.



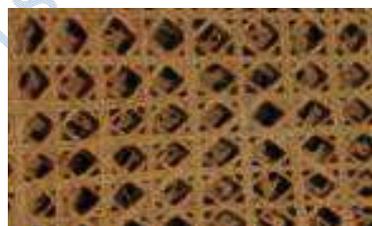
Tejido a crochet Es una de las más difíciles, solamente la saben utilizar dos artesanas de la asociación. Consiste en quebrar la paja a tal punto que parezca el grosor de la lana, después de ello se utiliza una aguja de ganchillo y se comienza a tejer.



Tejido de porta botellas Es una variante del tejido de sombrero, pero no parte de un comienzo de aroma o abanico, además la dirección del tejido es recto.



Tejido calado en cruz Este tejido es una variante del calado, pero se le añade un tejido en cruz en cada espacio.



Tejido trenza Consiste en elaborar varias trenzas de paja toquilla, y utilizarlas como fibras de paja y ponerla una sobre otra.



Tejido en flor Esta técnica de tejido es la más difícil de aprender. Se necesita de un soporte como un círculo de fierro para comenzar a tejer. Consiste en colocar la paja de un extremo del círculo al otro, posteriormente se teje formando una flor.



Tejido circular Esta técnica se utiliza en carteras, consiste en agrupar una cierta cantidad de paja toquilla y darle vuelta, asegurándolo con un punto, teniendo como resultado un espiral de paja toquilla.



Fuente: Elaboración propia.

En la entrevista participativa también se les preguntó al Comité directivo cuando adquirieron cada técnica de tejido, esta información se ha traducido en una línea de tiempo, que permite mostrar de manera gráfica la evolución de adquisición de cada técnica de tejido.

Figura 26

Línea de tiempo de las técnicas de tejido de la Asociación Virgen del Pilar



Fuente: Elaboración propia.

Por medio de la línea de tiempo se puede inferir que desde 2016 al 2019 la Asociación Virgen del Pilar ha adquirido diversas técnicas de tejido debido al boom de la tendencia handmade, que tiene la finalidad de la utilización de artículos hechos a mano o que se encuentren relacionado con un sistema circular.

Cabe señalar, que la mayoría de las nuevas técnicas adquiridas están dirigidas a la elaboración únicamente de cestas y bolsos. De esta manera, debe procurar, en la medida de lo posible, utilizarse en el diseño y desarrollo de productos de paja toquilla.

2.4.5. Análisis de los productos de paja toquilla

La artesanía no es ajena a los cambios producidos por la globalización, frente a ello, Unesco plantea fomentar el balance entre la tradición y la innovación. La vía para encontrar este balance es el diseño artesanal, un proceso que no funciona solo, que necesita de diversas metodologías como la elaboración de un diagnóstico que permite detectar la manera de intervención en los productos artesanales (FONART, 2018).

El presente diagnóstico se realizó gracias al apoyo de Juana Solano, presidenta de la Asociación Virgen del Pilar. El desarrollo del diagnóstico partió por la elaboración de una ficha técnica, que incluía el tipo de técnica utilizada, el color, dimensiones, los días de producción, el costo de producción, precio local, precio nacional, la ganancia por producto y una fotografía del producto artesanal (ver Anexo 3).

Figura 27

Investigación de los productos de la Asociación Virgen del Pilar



Fuente: Elaboración propia.

Tras el trabajo de campo y cumplimentación de las fichas técnicas de cada producto artesanal, se seleccionaron treinta productos, estos son: sombreros, abanicos, vinchas, flores, floreros, individuales, porta cubiertos, porta botellas, cofres, paneras, mochilas, carteras, billeteras y productos decorativos de navidad.

Posteriormente, se vio prescindible llevar a cabo un taller participativo con el comité directivo de la asociación, con el objetivo de conocer a profundidad el proceso productivo de la elaboración de productos de paja toquilla, y la valoración del sector por parte de las artesanas.

Figura 28

Taller impartido a la Asociación Virgen del Pilar



Fuente: Elaboración propia.

Por consiguiente, a partir de ambas herramientas de investigación, se puede inferir lo siguiente:

En lo que se refiere a las técnicas de tejido, se puede deducir que la técnica de tejido de sombrero, una de las técnicas tradicionales, permite flexibilidad al producto. Esta técnica solo es utilizada en la elaboración de sombreros, abriéndose muchas posibilidades de diseñar y desarrollar productos con esta técnica.

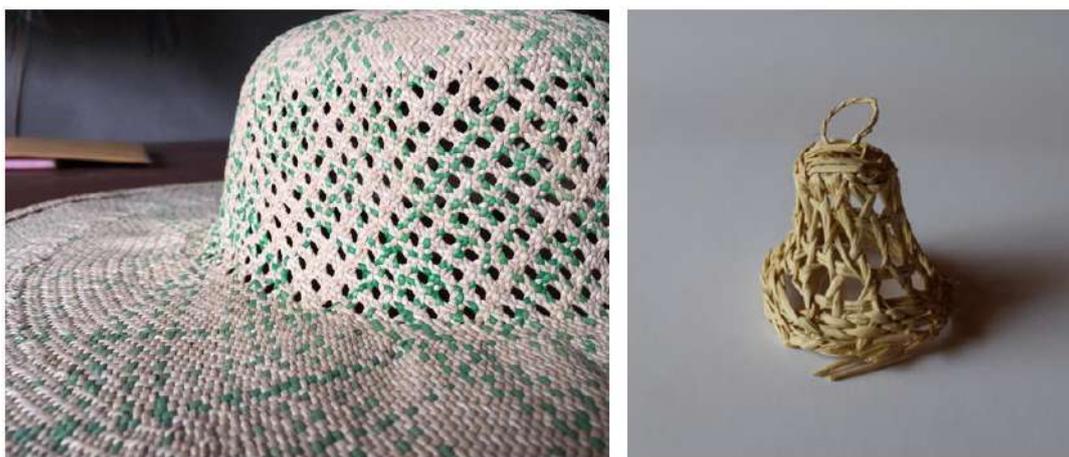
Otra de las técnicas tradicionales es el tejido calado. Esta no ofrece la misma rigidez, debido a la poca cantidad de paja toquilla que se utiliza durante el proceso de tejido. La técnica de

tejido calado, es usualmente utilizada en la elaboración de sombreros para mujer, por su aporte estético. Sin embargo, esta técnica no es apta para el tejido de productos pequeños, pues aporta una apariencia de bajo acabado al producto.

En la siguiente figura se puede visualizar una comparación entre dos productos de paja toquilla. El primer producto es un sombrero de mujer, mientras que el segundo producto es una campana navideña pequeña.

Figura 29

Comparación de dos productos con la técnica de tejido calado



Sombrero de mujer

Campana navideña

Fuente: Elaboración propia.

La siguiente técnica a comentar, es la técnica de tejido llano. Esta es una de las más utilizadas por la asociación. Lo característico de esta técnica es su versatilidad y la rigidez que otorga al producto, por lo que se utiliza en el tejido de cestas y bolsos. Esta técnica también se utiliza para el tejido de individuales, paneras, abanicos, mochilas, etc.

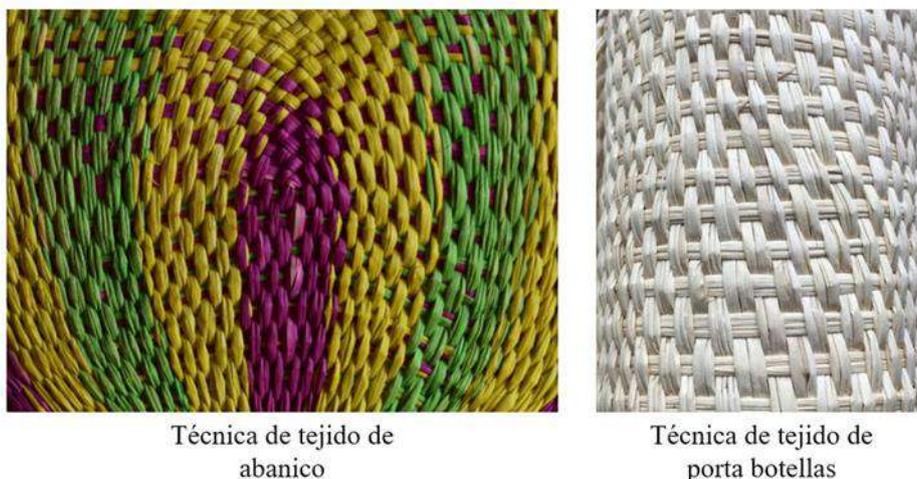
La técnica de tejido zigzag también otorga rigidez al producto, sin embargo no es muy utilizada en la mayoría de productos, debido a la ausencia de uniformidad visual que otorga al producto.

En cuanto a la técnica de tejido de aguja, esta no brinda rigidez, al contrario esta técnica ofrece muestra de fragilidad y delicadeza, por lo que debe ser tejida sobre un soporte usualmente de metal.

La sexta técnica de tejido, es la técnica de abanico. Cabe señalar, que tras el estudio, se pudo concluir, que esta técnica guarda similitudes con la técnica de tejido de porta botellas, como se refleja en la siguiente figura.

Figura 30

Comparación de la técnica de tejido de abanico y porta botellas



Fuente: Elaboración propia.

Otra de las técnicas, es la técnica de tejido 10x10, utilizada predominantemente en el tejido de la base de productos como cofres, paneras y vasos. Cabe señalar, que es una técnica potencial en el desarrollo de productos que no necesiten rigidez, como carteras pequeñas.

En cuanto a nuevas técnicas de tejido, el tejido a crochet, a través de esta técnica se puede elaborar diversos productos, como aretes, bolsos, sombreros, etc. Cabe mencionar, que en la asociación solamente dos artesanas saben tejer a crochet, esto quiere decir que se debe procurar capacitar a las demás artesanas que estén interesadas en aprender una nueva técnica de tejido.

La siguiente, es la técnica de tejido calado en cruz. Esta técnica fue aprendida por la asociación a raíz de una venta por pedido. Según cuenta la presidenta de la asociación, que no fueron capacitadas en la técnica, sino que con tan solo ver una imagen plasmada la técnica y tras varios intentos lograron descifrarla. Lo característico de esta técnica de tejido es la delicadeza y firmeza que brinda al producto.

Otra de las técnicas aprendidas en 2018 fue el tejido trenza. Hoy en día, solo se han podido elaborar mochilas a base de esta técnica, no obstante sus características es favorable para el desarrollo de otros productos.

Las dos últimas técnicas son, el tejido en flor y el tejido circular, ambas fueron aprendidas en 2019, y se han utilizado únicamente en la elaboración de bolsos. Por un lado, la técnica de tejido en flor, muchas artesanas de la asociación consideran esta técnica como la más difícil que han aprendido, pues no se teje hoja por hoja, sino en zigzag.

Por otro lado, la técnica de tejido circular, también ha sido utilizada en el tejido de bolsos, lo cual no quiere decir que tenga potencial para el desarrollo de otros productos.

Teniendo claro el análisis de cada una de las técnicas de tejido, se puede dar paso a comentar la colorimetría utilizada en los productos de paja toquilla de la Asociación Virgen del Pilar. Los colores que predominan son saturados y suelen combinarse sin que un color predomine sobre el otro.

Según la artesana Mercedes Nizama, la elección de colores no está basada en una paleta de colores previamente seleccionada ni mucho menos una paleta de colores basada en las tendencias. La selección de los colores suele ser preferencia de la artesana, esta selección de colores debe fortalecerse a través una capacitación en colorimetría o también conocida como la teoría del color.

En cuanto a los patrones de los diseños de los productos, estos no persiguen las tendencias, ni tampoco han cambiado durante mucho tiempo. Si bien es cierto el sombrero de paja toquilla, es un producto emblemático, no se ha desarrollado una nueva versión de este.

Asimismo, los productos de la asociación se pueden clasificar por productos dirigidos a las mujeres y productos de decoración de la casa, es decir que el único producto dirigido a los hombres es el sombrero de paja, mostrándose una potencial oportunidad de diseño y desarrollo de productos.

Tras haber comentado sobre las técnicas de tejido, la colorimetría y los diseños, se puede explicar la manera de intervenir en los productos de paja toquilla de la asociación teniendo en cuenta lo propuesto por FONART.

Se propone, recatar la técnica de tejido del sombrero, a través de la elaboración de otros productos además del sombrero de paja. Se puede elaborar llaveros, correas de cámaras fotográficas, separadores de libros, bolsos, etc. En definitiva, se busca diversificar el alcance de esta técnica.

La segunda manera de intervenir es rediseñar los productos. Si bien la asociación elabora productos funcionales, esta debe mejorar en cuanto al acabado, con el fin de mejorar la calidad. Se debe partir por prototipar y observar que se debe mejorar hasta obtener el producto ideal.

Otra forma de intervenir es generando nuevos productos. Como ya se ha mencionado, la gran mayoría de los productos que elabora la asociación suelen estar dirigidos a la mujer y a decoración del hogar, lo cual es una oportunidad de desarrollarse productos para niños y varones. En cuanto a niños, se puede diseñar juguetes y accesorios, mientras que en varones se puede diseñar, billeteras, llaveros, etc.

En resumen, este análisis ha valido de mucho, pues ha permitido identificar las fortalezas y debilidades de la asociación. Asimismo, ha brindado una mejor visión de la manera de intervención y desarrollo de productos.

2.4.6. Análisis FODA de la Asociación Virgen del Pilar

En el presente apartado se desarrolla una propuesta de acuerdo la relación entre el diseño y artesanía, centrado en la situación y características de la Asociación Virgen del Pilar. Por lo cual, se ha utilizado la metodología FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

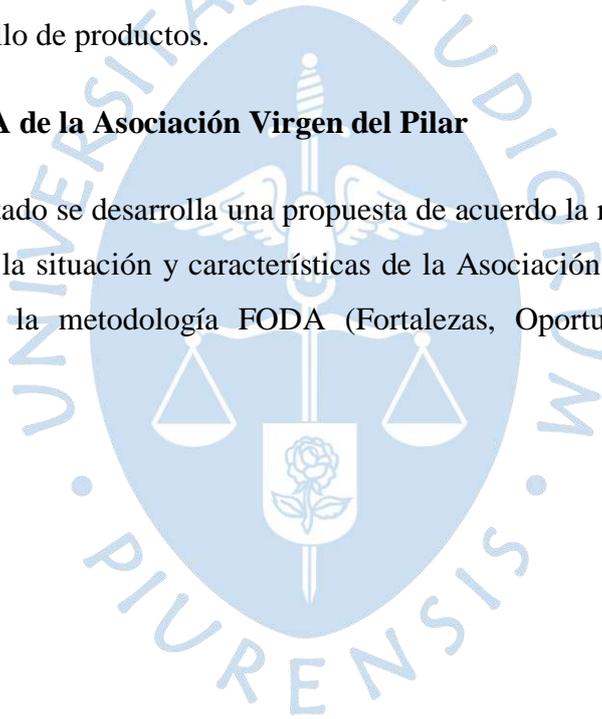


Tabla 9**FODA**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La Asociación Virgen del Pilar está formalmente constituida, con más de diez años en el sector. • Manejo de dos técnicas de tejido tradicionales, técnica del sombrero y la técnica calado. • Habilidad de aprendizaje de técnicas de tejido. • Anhelo por parte de la asociación por elaborar nuevos productos, lo cual se ve reflejado en distintos intentos por innovar. 	<ul style="list-style-type: none"> • El boom del uso de fibras vegetales en la elaboración de productos, debido a la tendencia slow fashion. • Rescate de técnicas tradicionales a través del diseño y desarrollo de productos. • Tomar como inspiración las tendencias actuales sin perder la tradición. • Establecimiento de relaciones de comercio justo.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento y aplicación de tendencias y colorimetría en productos. • Limitada diversificación de productos de paja toquilla. • Ausencia de inspiración en su contexto geográfico – cultural • Ausencia de conocimiento de redes de comercio justo. • Desconocimiento del funcionamiento del derecho de autoría de las obras artesanales. • Tendencia a desaparición de técnicas tradicionales de paja toquilla. 	<ul style="list-style-type: none"> • Situación coyuntural sanitaria mundial COVID 2019. • Fenómeno de El Niño • Negociaciones desiguales con empresas de productos artesanales. • Riesgo de ser excluidas del proceso creativo, figurando únicamente como productoras y no como creadoras. • Dedicación de elaborar productos como carteras, dejando de lado la elaboración de sombreros de tejido fino.

Fuente: Elaboración propia.

Tras el desarrollo de la estrategia FODA, se da paso a su análisis,

a) Estrategia de Reorientación: Debilidades – Oportunidades

La asociación Virgen del Pilar, posee debilidades como el desconocimiento de tendencias, colorimetría, redes de comercio justo, funcionamiento de la guía de derechos de autor de obras artesanales, la ausencia de inspiración en su contexto geográfico – cultural. Asimismo, una limitada diversificación de productos y una tendencia a la desaparición de técnicas tradicionales. A primera vista, son muchas cosas por las que debe mejorar. No obstante, la asociación cuenta con muchas oportunidades que debe aprovechar con el objetivo de redirigir el rumbo.

De esta manera, se infiere que los miembros de la asociación deben ser capacitados en temas relacionados al diseño de productos artesanales como tendencias, colorimetría, comercio justo y derechos de autor para así aprovechar el boom del uso de fibras vegetales. Cabe señalar, que además, se puede ofrecer valor añadido, rescatando las técnicas tradicionales como la técnica del sombrero y calado. Esta estrategia debe estar orientada a la formación en tendencias, colorimetría, y derechos de autor; establecimiento de redes de comercio justo y desarrollo de productos.

b) Estrategias de potenciación: Oportunidades - Fortalezas

Teniendo en cuenta las fortalezas de la Asociación virgen del Pilar, se pueden potenciar, para gozar de las oportunidades que se presentan en el entorno. Estas oportunidades están relacionadas con el boom de productos con materiales sostenibles como fibras vegetales; uso y rescate de técnicas tradicionales como la técnica del sombrero y calado; empleo de tendencias; y establecimiento de relaciones de comercio justo.

Esto quiere decir que a través de las fortalezas y el aprovechamiento de las oportunidades del entorno se puede potenciar el curso de la asociación. Para ello, se necesita fortalecer las habilidades de las artesanas enfocadas en el diseño y desarrollo de productos tomando en cuenta las tendencias, utilizando y rescatando técnicas tradiciones y fomentando el comercio justo.

c) Estrategias de subsistencia: Amenazas – Debilidades

La asociación se muestra en una situación vulnerable, debido a las debilidades que posee y las amenazas del entorno. En cuanto a las debilidades se puede encontrar el desconocimiento y

aplicación de tendencias actuales y colorimetría en los productos; limitada diversificación de productos de paja toquilla; desconocimiento de su contexto geográfico – cultural como tema de inspiración; ausencia de relaciones de comercio justo y del funcionamiento del derecho de autoría de las obras artesanales; y por último la tendencia de desaparición de técnicas tradicionales de paja toquilla. En resumen, si no se hace nada para mejorar, su situación puede agudizarse debido a las amenazas del entorno.

Una de las amenazas es el carácter desigual que impera en las negociaciones que se dan entre las empresas dedicadas a la venta de productos de fibras naturales y la asociación. Las artesanas en la negociación figuran únicamente como productoras y no como creadoras, excluyéndolas del proceso creativo. Además de no participar del proceso, las artesanas reciben un margen menos de lo que les corresponde. Esta problemática va muy de la mano con la limitada diversificación de productos de paja toquilla, ya que la asociación se encuentra enfocada en cumplir con los pedidos grandes como 100 carteras de 6 tipos distintos, descuidando la elaboración de los productos propios de la asociación.

Otra de las debilidades en las que se debe poner énfasis es la ausencia del desconocimiento del funcionamiento de Ley de Derecho de Autor de obras artesanales. Esta debilidad agrava sus situación ante la negociación entre empresas dedicadas a venta de productos artesanales, pues no es justo patentar y comercializar productos creados por la asociación sin un contrato de por medio.

Por último, el fenómeno de El Niño como la coyuntura sanitaria mundial, COVID 2019, influye en el desarrollo de la asociación, tanto en la compra de la materia prima que proviene de Ecuador y Moyobamba, como la comercialización de los productos.

d) Estrategias de defensa: Fortalezas – Amenazas

A pesar que la asociación Virgen del Pilar cuenta con fortalezas como contar con más de diez años en el sector artesanal; manejo de dos técnicas tradicionales de tejido; habilidad de aprendizaje de técnicas de tejido; y el anhelo por elaborar nuevos productos de paja toquilla; no se debe perder de vista las amenazas del entorno.

Esto quiere decir, que si bien la asociación cuenta con varios años en el sector artesanal, no las excluye de negociaciones desiguales, que no fomentan el comercio justo, causando que las artesanas se desarrollen únicamente como productoras y no como parte del proceso creativo.

De la misma forma, es cierto que la asociación maneja dos técnicas de tejido tradicional y poseen la habilidad de aprender nuevas técnicas, esto facilita la creación de nuevos productos, sin embargo si se dedican únicamente a tejer bolsos y carteras, dejarán de lado productos como los sombreros y el fomento de su creatividad.

Finalmente, la asociación en su búsqueda por diversificar sus productos se ha visto interrumpida por la coyuntura sanitaria mundial, COVID 2019.





Capítulo 3

Perfil de la intervención

3.1. Líneas de acción

Teniendo en cuenta el previo análisis de la asociación Virgen del Pilar y su contexto, este capítulo se centra en presentar una propuesta de intervención que contribuya a diversificar los productos, al rescatar de las técnicas tradicionales de la asociación de artesanas a través del diseño y desarrollo de productos.

En definitiva, el objetivo general de esta intervención es plasmar elementos del entorno geográfico - cultural de La Campiña en los productos de paja toquilla de la Asociación Virgen del Pilar. Por lo cual, se identificó referentes culturales para así elaborar juntamente con las artesanas, tres colecciones de productos de paja toquilla.

Cabe señalar que esta propuesta de intervención (YURA) se suma al reto que Unesco propone a América Latina y el Caribe, el cual consiste en balancear lo tradicional y manual con una perspectiva de modernidad creando nuevas oportunidades. Es decir pasar de la idea de “artesanía como un objeto decorativo” a “artesanía como herramienta de desarrollo de las comunidades vulnerables”. De la misma forma, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), concretamente en el área de fomento del sector artesanía, se encuentra especialmente motivado por fomentar la innovación en la artesanía, específicamente en tres aspectos: diseño y desarrollo de productos; procesos productivos; y modelo de negocio.

De esta manera, se pone especial atención a la capacitación en diseño de productos, que permiten dar una nueva mirada a la artesanía. Percibiendo a la artesanía como una industria cultural que guarda tradición, abierta al diálogo con el diseño para convertirse en una herramienta de desarrollo de comunidades vulnerables. En resumen se reafirma la fructífera alianza entre la artesanía y el diseño.

El desarrollo de la propuesta parte por la matriz del Enfoque Marco Lógico (EML). Asimismo se muestra un cronograma y presupuesto de la propuesta. Además se ha visto fundamental desarrollar un apartado de viabilidad y sostenibilidad de la propuesta, que refleje el interés por el desarrollo sustentable de la asociación de artesanas y su entorno. El último punto a tratar en esta propuesta es el plan de difusión de la propuesta, compuesto por objetivos, público objetivo, el mensaje de cada grupo objetivo, el logo de la propuesta, etc.

3.2. Matriz del Marco Lógico

Tabla 10

Matriz de Marco Lógico

	NARRATIVA	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
OBJETIVO GENERAL	Plasmado los elementos del entorno geográfico - cultural de La Campiña en productos de paja toquilla de la Asociación Virgen del Pilar.	El 80% de los productos de la Asociación Virgen del Pilar tienen elementos del entorno geográfico - cultural al finalizar la propuesta.	Inventario de productos diversificados elaborados por la Asociación Virgen del Pilar. Catálogo de nuevos productos.	
OBJETIVO ESPECÍFICO	Incrementada la diversificación de productos de paja toquilla.	Al finalizar la propuesta ha aumentado un 50% la diversificación de los productos de paja toquilla de la Asociación Virgen del Pilar.	Productos elaborados por la Asociación Virgen del Pilar.	
RESULTADOS	1. Identificados los elementos del entorno geográfico - cultural de La Campiña para el diseño de productos en paja toquilla. 2. Recuperada las técnicas de tejido tradicional.	1. Se realiza 10 temas sobre el entorno geográfico - cultural de La Campiña, durante los primeros seis meses de la intervención 2. Elaboración de 10 productos con las técnicas tradicionales al finalizar la propuesta.	1. Informe del taller de identificación de los elementos del marco geográfico – cultural. 2. Diez productos elaborados con técnicas tradicionales.	

		3. Informe de recuperación de técnicas tradicionales.
3. Creados nuevos productos con elementos del marco geográfico – cultural de La Campiña.	3. Creación de 25 productos de paja toquilla con elementos del marco geográfico – cultural, al finalizar la propuesta.	3.1. Informe sobre la creación de los productos. 3.2. Prototipos de los productos conceptualizados; y los productos finales.
4. Realizada la campaña de sensibilización	4. Al finalizar la propuesta aumenta el interés por los productos de paja toquilla.	4.1. Número de donaciones por medio de la página web. 4.2. Número de productos vendidos por la página web.
5. Fomentada la sostenibilidad en el proceso de tinturación.	5. La asociación cuenta con seis cocinas mejoradas y aplica conocimientos sobre la tinturación sostenible al finalizar la propuesta.	5. Resultados de los talleres sobre manejo de cocinas mejoradas.
6. Conocida la ley de derechos de autor de obras artesanales.	6. La asociación conoce la ley de derechos de autor y la aplicación en contratos al finalizar la propuesta.	6.1. Informe de evaluación de los talleres sobre la ley de derechos de autor. 6.2. Productos registrados por la ley del derecho de autor.

7. Establecidas relaciones de comercio justo.	7. Al finalizar la propuesta, la Asociación Virgen del Pilar ha logrado firmar relaciones de comercio justo con dos organizaciones.	7.1. Convenios de comercio justo. 7.2. Productos vendidos por comercio justo.
---	---	--

1.1 Realizar un estudio sobre la historia, costumbres, tradiciones de La Campiña.	Recursos	Costes
---	-----------------	---------------

1.1. Sistematización la información adquirida.

2.1. Estudiar las características de las técnicas tradicionales.

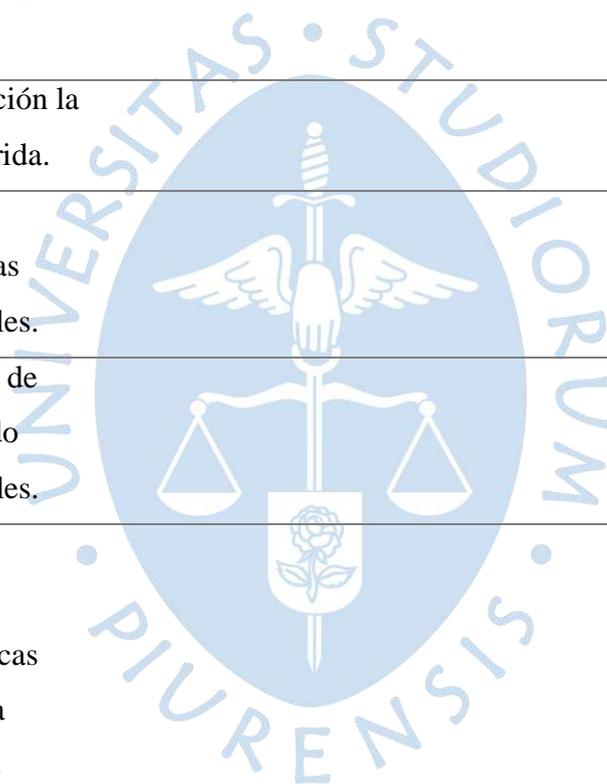
2.2. Co creación de productos utilizando técnicas tradicionales.

2.3. Talleres de sensibilización del rescate de las técnicas tradicionales con la creación de nuevos productos.

3.1. Conceptualización de productos.

3.2. Prototipar los productos conceptualizados.

3.3. Elaboración de nuevos productos con



elementos del marco
geográfico – cultural.

3.4. Campaña de
comunicación de los
productos.

1.1. Desarrollo de la
marca de la propuesta.

1.2. Desarrollo de la
página web

1.3. Planificación de
publicidad

5.1. Talleres de tintes
naturales

5.2. Implementación
de cocinas mejoradas

5.3. Impartición de
talleres sobre el manejo
de cocinas mejoradas

6.1. Impartición de
talleres sobre la ley de
derechos de autor

6.2. Puesta en práctica
de la ley con los
productos creados.

6.3. Enseñanza de
elaboración de contratos
con empresas.

7.3. Impartición de
talleres sobre el comercio
justo.

7.4. Establecimiento
de criterios de calidad.

7.5. Establecimiento de relaciones con empresas de comercio justo.

Fuente: Elaboración propia

3.3. Cronograma

La presente propuesta comprende dieciséis meses, de los cuales los primeros cuatro meses está relacionado a un periodo previo de la ejecución de la propuesta, por lo consiguiente la propuesta consta de doce meses. En la siguiente tabla se puede observar cada una de las actividades.

Tabla 11

Cronograma de la propuesta

ACTIVIDADES	Periodo previo a la ejecución de la propuesta								Periodo de la ejecución de la propuesta (12 meses)											
	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Desarrollo del Plan de Comunicación	■																			
Estudio y síntesis de tradiciones, costumbres de La Campaña	■								■											
Estudio de técnicas tradicionales de tejido de paja toquilla	■								■											
Taller de Diseño: Capacitación en	■								■				■							

3.4. Presupuesto

En el siguiente presupuesto se ha considerado materiales de oficina; materiales de las capacitaciones como el kit de diseño para cada una de las artesanas. Asimismo, se ha tendido en cuenta el personal que lleve a cabo esta propuesta; y otros aspectos que complementan la propuesta, como una maquina planchadora de sombreros y la instalación de seis cocinas mejoradas que se requieren en el proceso de tinturación de la paja toquilla.

Tabla 12

Presupuesto de la propuesta

	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total MN S/.
Materiales de oficina				
Computadora Portatil	Unidad	2	S/. 2.700,00	S/. 5.400,00
Mouse	Unidad	2	S/. 30,00	S/. 60,00
Tablet	Unidad	2	S/. 800,00	S/. 1.600,00
Impresora	Unidad	1	S/. 750,00	S/. 750,00
Extensiones eléctricas	Paquete	2	S/. 25,00	S/. 50,00
Escritorios	Unidad	1	S/. 200,00	S/. 200,00
Sillas	Unidad	2	S/. 160,00	S/. 320,00
Luz e internet	Mes	12	S/. 100,00	S/. 1.200,00
Teléfono celular	Mes	12	S/. 100,00	S/. 1.200,00
Tinte de impresora	Unidad	3	S/. 50,00	S/. 150,00
Hojas Bond A4 (Millar)	Paquete	5	S/. 12,60	S/. 63,00
Cuadernos (50 hojas)	Unidad	60	S/. 3,00	S/. 180,00
Lapicero	Paquete	4	S/. 8,00	S/. 32,00
Corrector	Unidad	4	S/. 3,20	S/. 12,80
Lápiz	Paquete	1	S/. 5,30	S/. 5,30
Tajador	Unidad	4	S/. 2,60	S/. 10,40
Borrador	Unidad	5	S/. 0,70	S/. 3,50
Tijera	Unidad	4	S/. 1,00	S/. 4,00
Cuter	Unidad	1	S/. 2,60	S/. 2,60
Goma en barra	Unidad	10	S/. 2,80	S/. 28,00
Folder Manila	Paquete	2	S/. 3,20	S/. 6,40
Grapas	Paquete	2	S/. 2,20	S/. 4,40

Grapadora	Unidad	1	S/. 5,50	S/. 5,50
Clips	Paquete	1	S/. 1,10	S/. 1,10
Archivador	Unidad	4	S/. 4,80	S/. 19,20
Bandeja portapapeles	Unidad	7	S/. 28,60	S/. 200,20
Pizarra de corcho	Unidad	1	S/. 28,00	S/. 28,00
Chinchas	Paquete	2	S/. 1,00	S/. 2,00
Tampón negro	Unidad	4	S/. 3,50	S/. 14,00
Materiales de capacitaciones				
Paja toquilla	Cortes	500	S/. 25,00	S/. 12.500,00
Alambre de metal maleable	Paquete	4	S/. 80,00	S/. 320,00
Tintes naturales	Unidades	200	S/. 7,00	S/. 1.400,00
Leña	Tonelada	1	S/. 800,00	S/. 800,00
Cartulinas	Paquete	4	S/. 25,00	S/. 100,00
Temperas	Unidad	50	S/. 6,00	S/. 300,00
Pinceles	Paquete	50	S/. 12,00	S/. 600,00
Lana	Unidad	200	S/. 1,30	S/. 260,00
Hilo	Unidad	20	S/. 2,00	S/. 40,00
Aguja	Paquete	10	S/. 1,00	S/. 10,00
Pegamento	Unidad	20	S/. 4,50	S/. 90,00
Coffe break	Unidades	50	S/. 100,00	S/. 5.000,00
Kit de diseño	Paquete	50	S/. 250,00	S/. 12.500,00
Personal de la Propuesta				
Coordinador General	Meses	16	S/. 4.000,00	S/. 64.000,00
Coordinador de Terreno	Meses	12	S/. 3.500,00	S/. 42.000,00
Especialista en artesanía y diseño y tintes naturales	Meses	11	S/. 2.700,00	S/. 29.700,00
Especialista en negociación y derechos de autor	Meses	2	S/. 2.500,00	S/. 5.000,00
Especialista en comercio justo	Meses	2	S/. 1.200,00	S/. 2.400,00
Community Manager	Meses	20	S/. 1.200,00	S/. 24.000,00
Asistente	Meses	12	S/. 1.500,00	S/. 180.000,00
Otros				
Cocina Mejorada	Meses	6	S/. 1.500,00	S/ 9.000,00
Olla industrial	Unidad	8	S/. 150,00	S/ 1.200,00

Maquina Planchadora de sombreros	Unidad	1	S/ 15.000,00	S/ 15.000,00
Moldes de bolsos y carteras	Unidad	30	S/. 40,00	S/ 1.200,00
Diseño y desarrollo del Catálogo de productos (Versión física)	Unidad	3	S/. 2.000,00	S/ 2.000,00
Plan de comunicación	Unidad	1	S/. 15.050,00	S/ 15.050,00
Otros				S/ 1.500,00
TOTAL				S/. 437.522,40

El total de esta propuesta hace un total menos de quinientos mil soles, por lo que se debe plantear una estrategia de gestión de recursos que puede visualizar en el siguiente apartado.

3.5. Modelo de gestión

El modelo de gestión de esta propuesta es mixta, y se basa en la diversificación de fuentes de financiación. En cuanto a la gestión de esta propuesta tiene como socio y ejecutante a la ONG Care Perú, mientras que el proponente es la Asociación de artesanas de paja toquilla Virgen del Pilar.

Se ha optado por socio y ejecutante a Care Perú, porque su misión y visión se centran en generar igualdad de oportunidades en mujeres y niñas de poblaciones vulnerables. Además, esta ONG ha trabajado en Piura a través del Proyecto Mujeres Empoderadas, llevado a cabo desde el 2017 al 2020.

De esta manera, este modelo de gestión busca ser participativo, involucrando a la asociación de artesanas como proponente de la propuesta, fomentando las capacidades y el conocimiento del sector de artesanía de paja toquilla.

A continuación se pasa a explicar el tipo de estructura de la presente propuesta, se requiere de un equipo interdisciplinario, como un Coordinador General de la propuesta, un(a) Asistente, un Coordinador de Territorio; un Diseñador Industrial con afinidad en el diseño y desarrollo de artesanías de fibras vegetales; un Especialista en Comercio Justo; y un profesional con conocimientos en Negociación y Legislación de derechos de autor en artesanía. Asimismo se debe contar con un experto en relaciones públicas y un Community Manager.

Tabla 13*Perfil del equipo de trabajo*

CARGO	PRINCIPALES FUNCIONES / PERFIL DEL PROFESIONAL
Coordinador General	<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluación del personal a contratarse para la ejecución del proyecto. - Implementación de la oficina del proyecto - Responsable de la ejecución y cumplimiento del cronograma de actividades programadas - Subsanación de observaciones - Actividades ligadas a la implementación adecuada del proyecto - Supervisar la ejecución de las actividades en el tiempo determinado por el plan operativo <p>Perfil: Preparación académica mínima: Título universitario en Gestión Cultural, Administración o Ciencias Sociales Preferencia con maestría Proyectos Culturales o Desarrollo Social. Experiencia en el manejo y administración de proyectos en comunidades vulnerables. Conocimientos de Tecnología de la información, mínimo dos software. Experiencia de 05 años en proyectos culturales. Deseable conocimiento de inglés.</p>
Coordinador de Territorio	<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación y a las capacitaciones de los diferentes cursos. - Monitoreo y Evaluación de las actividades de la propuesta. <p>Perfil: Titulado en Gestión Cultural o Experiencia mínima de 03 años con industrias culturales de preferencia dirigidas a la artesanía y diseño.</p>

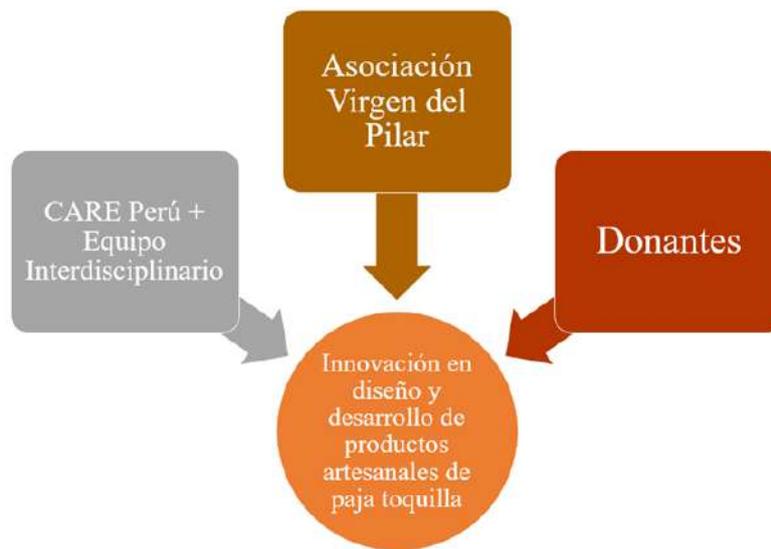
Especialista en artesanía y diseño	<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preparación de recursos didácticos. - Impartición de talleres en relación a tendencias, colorimetría, tintes naturales y desarrollo de productos. - Acompañamiento al desarrollo de un catálogo de productos. - <p>Perfil: Titulado en Diseño Industrial. Experiencia previa en capacitación de asociaciones artesanales. Debe presentar portafolio.</p>
Especialista en negociación y derechos de autor	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de recursos didácticos - Impartición de talleres de negociación y derechos de autor. - Elaboración de informe sobre los talleres impartidos <p>Perfil: Graduado en Administración de empresas con experiencia profesional mínima de 02 años en proyectos sociales. Con diplomado en derecho mercantil.</p>
Especialista en Comercio Justo	<p>Función:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preparación de recursos didácticos - Impartición de talleres - Elaboración de informe de evaluación - <p>Perfil: Titulado en Administración o afines con especialidad en comercio justo. Experiencia de 03 años en impartición de capacitaciones de comercio justo a asociaciones.</p>

Community Manager	<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de la estrategia digital - Planificación del contenido digital - Desarrollo y seguimiento del sitio web - Creación de contenido - Monitoreo de redes sociales y sitio web <p>Perfil: Titulado en comunicaciones o diseño gráfico. Con especialidad en gestión en plataformas digitales. Experiencia de más de 02 años en una institución cultural. Debe presentar portafolio.</p>
--------------------------	--

Asistente	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinaciones - Manejo de archivos - Redacción de correspondencia <p>Perfil: Graduada en Secretariado ejecutivo. Conocimientos de ofimática. Manejo de archivos. Buena ortografía y redacción.</p>
------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

A partir del siguiente gráfico se puede visualizar la modalidad de trabajo, teniendo como propósito la innovación de los productos de paja toquilla de la Asociación Virgen del Pilar.

Figura 31*Actores del modelo de gestión*

Fuente: Elaboración propia.

Tras comentar el modelo de gestión y el equipo de trabajo que desarrolle la propuesta, se debe mencionar la búsqueda de capital financiero. Para ello se tiene en cuenta cinco formas de fuentes de financiación, como el Crowdfunding; Fondos concursables no reembolsables; auspicios de empresas mediante la RSC; donativos de empresas y personas naturales altruistas; y venta de artículos de paja toquilla para la continuidad de la propuesta, que son desarrollados en la siguiente tabla.

Tabla 14*Diversificación de fuentes de financiación*

Fuentes de obtención de recursos		Estrategia	Actividades	% de recursos esperados
Crowdfunding	Goteo	Estrategia	Desarrollo de un video que	40%
	Kickstarter	Diferenciada	cuenta sobre la propuesta.	
	Verkami		Administración de la cuenta de	
	GoFundMe		Crowdfunding. Feedback a los donantes sobre lo realizado.	

Fondos Concursables No Reembolsables	Turismo Emprende - MINCETUR Fondo Internacional para la Diversidad Cultural - UNESCO Banco Interamericano de Desarrollo (BID) Programa de Ayuda Directa del Gobierno de Australia en Perú y Bolivia (DAP)	Estrategia Concentrada	Ajuste de la propuesta según los requisitos de la convocatoria. Postulación Espera de resultados	40%
RSC	Caja Piura Cemento Pacasmayo Fundación Romero	Estrategia concentrada	Desarrollo una propuesta por la cobertura del desarrollo de la propuesta Firma de alianzas	15%
Donaciones de empresas y personales locales	Empresas locales y nacionales. Personas filantrópicas (amantes de la propuesta).	Estrategia Diferenciada	Campaña de sensibilización y captación de socios Dípticos informativos (versión digital y físico) Invitación a un coctel	4,5%
Venta de "La Pulsera Toquilla"	Pulsera de diversos diseños	Estrategia masiva	Diseño y desarrollo de pulseras de paja toquilla. Desarrollo de la campaña de "Pulsera Toquilla". Venta física y online de la pulsera	0,5%

Fuente: Elaboración propia.

Cabe precisar que la recaudación de fondos está a cargo de la ONG ejecutante, así como la gestión de relaciones públicas con diversas instituciones, que respalden a esta propuesta. Se procura realizar patrocinios con el Gobierno Regional Piura, la Municipalidad de Narihualá, la Dirección Desconcentrada de Cultura Piura, entre otros.

3.6. Plan de comunicación

El presente plan de comunicación tiene como objetivo dar a conocer la propuesta con la finalidad de recaudar fondos para su desarrollo. Este epígrafe contiene la creación de marca y el plan de difusión, así como también las estrategias de cada objetivo, los recursos que se necesitan y el cronograma de actividades.

3.6.1. Creación de marca de la propuesta

Se consideró conveniente crear un signo distintivo que posicione la propuesta. Por lo que se inició el proceso de creación de marca, el mismo que debe transmitir el balance de la tracción y la modernidad. El método que se ha utilizado para desarrollar el nombre y el logotipo de la propuesta se basó en el briefing, que consta de las siguientes preguntas, orientando el curso de personificación de la propuesta.

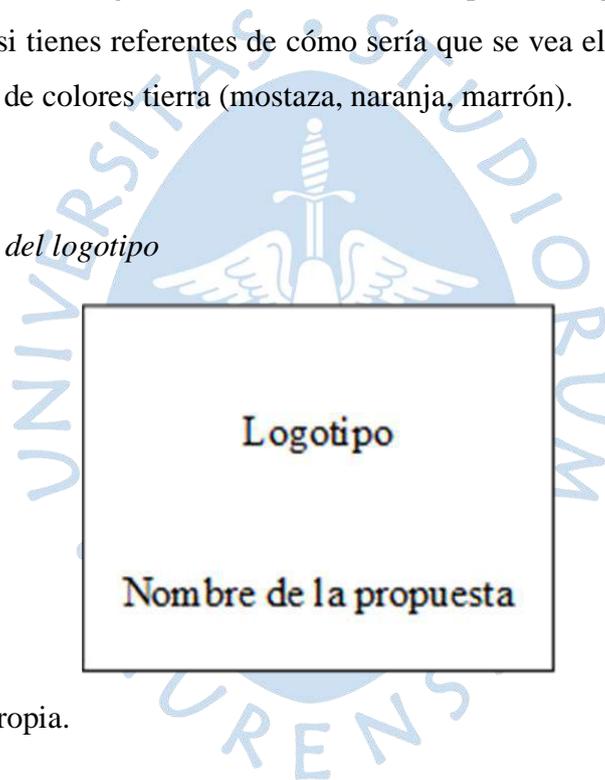
- ¿Cuál fue la primera idea de iniciar la propuesta? Solo mejorar y hacer más atractivos los productos de paja toquilla.
- ¿Por qué se hizo? Porque se percibió una necesidad y oportunidad de continuar con la tradición “tejer con paja toquilla” pero dándole una nueva perspectiva.
- ¿Cómo nació la idea y por qué? Me encontraba en un intercambio estudiantil en Barcelona en 2017, pude visitar, galerías de arte, museos, teatros, tiendas de diseño y vintage, y tiendas de ropa fast fashion. Pude darme cuenta que se vendían muchos productos hechos a base de fibras naturales como el mimbre, lo peculiar de todo fue los diseños de los productos respetaban las tendencias, me cuestioné lo siguiente ¿Esto sería posible en Piura? Cambiar el motivo de la compra, es decir comprar porque en realidad el producto es atractivo y no por apoyar el producto artesanal. Viajar y ver otras realidades te abre la mente y te brinda nuevas ideas.
- Piensa que la propuesta es un ser humano, descríbelo físicamente y también su personalidad. ¿Qué le gusta hacer, qué colores le gusta, qué edad tiene y qué marcas suele usar, qué valores práctica? Pues es una persona de piel canela alta y delgada, ha

vivido muy conectada con la historia de su lugar de origen, pero a la vez ha viajado mucho. Le gusta el cuidado del medio ambiente, no le gusta estar en su casa todo el día, sale por las mañana a tomar sol y por las noche para disfrutar del ruido nocturno. También le gusta la pintura y el diseño. En cuanto a colores: blanco, negro, amarillo – mostaza, marrón, un poco el verde. Tiene 28 años. Marcas que utiliza: productos de comercio justo. Valores, solidaridad, empatía, responsabilidad, y respeto.

- Define tu target. ¿Qué clase social son, cómo son y de qué edad? Hombres y mujeres que tiene una preferencia por productos hechos a mano e innovadores, que sigan las tendencias pero a la vez tradicionales. Estas personas pertenecen a clase media – alta. Hombre de 23 – 60. Mujeres: 18 a 60. También ha productos para el hogar.
- Y finalmente, si tienes referentes de cómo sería que se vea el logotipo, estilográfico y colores. Paleta de colores tierra (mostaza, naranja, marrón).

Figura 32

Tentativa distribución del logotipo



Fuente: Elaboración propia.

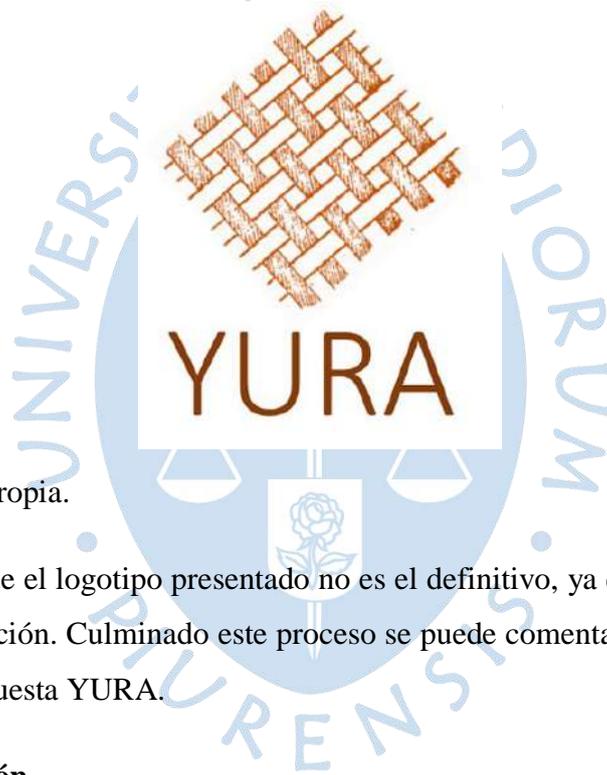
Una vez obtenida la personalidad de la marca, se llegó a la conclusión que el nombre y logotipo de la propuesta es:

- **Nombre:** Se ha considerado otorgar el “YURA”, que significa “luz” en dialecto Tallán. El concepto que hay detrás de esta palabra es el camino de esperanza que busca el balance entre la tradición y la modernidad, y sobre todo el desarrollo de la asociación de artesanas.
- **Logotipo:** El logotipo de la propuesta “Innovación en la artesanía de paja toquilla, como una propuesta creativa para la Asociación de Artesanas Virgen del Pilar”, es la silueta del comienzo de los sombreros de paja toquilla. Se ha pretendido desarrollar un logotipo

minimalista y fácil de recordar. ¿Por qué el comienzo de un sombrero? Tras investigar sobre la asociación, sus productos y las técnicas que manejan, se llegó a la conclusión que todos los productos guardan algo en común “el comienzo” que si bien no es el mismo, ya que existen comienzo tipo aroma, mariposa, 10x 10 hebras. Lo que se rescata es el punto de partida. Un punto de partida hacia la modernidad, sin perder de vista la tradición. Asimismo se escogió el comienzo del sombrero, pues el producto que inició la tradición de elaboración de productos de toquilla en Catacaos.

Figura 33

Logotipo



Fuente: Elaboración propia.

Cabe mencionar que el logotipo presentado no es el definitivo, ya que debe ser validado en un taller con la asociación. Culminado este proceso se puede comentar en qué consiste el plan de difusión de la propuesta YURA.

3.6.2. Plan de difusión

El desarrollo del Plan de Difusión tiene la duración de un año y medio, seis meses previos al inicio de la propuesta y durante el desenvolvimiento del mismo. Este plan contiene objetivos, la segmentación, estrategia y el mensaje que se desea transmitir.

En cuanto a los objetivos, estos son:

- **Dar a conocer la propuesta “YURA”:** Este objetivo pretende otorgar una percepción de la artesanía de paja toquilla que involucra elementos tradicionales y modernos.

- **Posicionar “YURA”:** Consiste en convertir a YURA en una propuesta referente en la provincia de Piura.
- **Captar fondos:** Este objetivo aspira obtener recursos económicos de instituciones y personas interesadas e identificadas con YURA.
- **Mantener cautivos a los donantes:** Este plan no solo busca atraer más personas interesadas que apuesten por la propuesta sino lograr su fidelización.

Tabla 15

Plan de difusión

OBJETIVO	SEGMENTACIÓN	ESTRATEGIA	MENSAJE
OBJETIVO 1: Dar a conocer YURA	Personas potenciales en comprar productos artesanales	Estrategia Concentrada	Informar sobre YURA, la asociación de artesanas y los que se desea alcanzar.
OBJETIVO 2: Posicionar YURA	Habitantes de la Provincia de Piura, interesados en las tradiciones culturales	Estrategia Masiva	Transmitir que YURA es una propuesta nueva en Piura, que busca la preservación de la tradición con miras a la innovación.
OBJETIVO 3: Captar fondos	Instituciones y personas filantrópicas (clase media alta, con intereses en la cultura, de 30 a más años.	Estrategia Concentrada	Impulsar el interés por contribuir al desarrollo de YURA.
OBJETIVO 4: Mantener cautivos a los donantes	Instituciones y personas que han apostado por YURA.	Estrategia Concentrada	Agradecimiento por su apoyo. Mostrar que el cumplimiento de los objetivos de la propuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Tras la descripción de los objetivos y el desarrollo de una tabla donde se muestra la segmentación, la estrategia y el mensaje que se desea transmitir, se debe comentar las actividades para alcanzar cada uno de los objetivos.

Tabla 16

Actividades del plan de difusión

OBJETIVOS	ACTIVIDADES
OBJETIVO 1: Dar a conocer YURA	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión en redes sociales (Facebook, Instagram, blogs; microinfluencers). • Muestra del tejido de productos de paja toquilla en un centro comercial.
OBJETIVO 2: Posicionar YURA	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión en redes sociales. • Difusión en vía pública (centros culturales, museos, lugares turísticos). • Difusión en medios masivos. • Conferencia de prensa
OBJETIVO 3: Captar fondos	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a potenciales donantes. • Difusión de canales de donación (Captación de socios) • Taller vivencial de la artesanía de paja toquilla.
OBJETIVO 4: Mantener cautivos a los donantes	<ul style="list-style-type: none"> • Envío de email con los avances de la propuesta. • Envío de la memoria de la propuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Las actividades del plan de difusión contribuyen a la gestión de recursos de la propuesta, estas necesitará de medios de difusión como impresos, redes sociales, medios masivos. Estas actividades inician ocho meses antes del inicio de YURA. La siguiente tabla muestra los medios que se utilizan en el desarrollo del Plan de Difusión.

Planificación y creación de contenido				
Publicación en redes sociales				
Medios masivos				
Alianzas con medios de comunicación				
Visitas a medios de comunicación				
Conferencia de prensa				
Otros medios				
Envío de producto de paja toquilla a microinfluencers				
Muestra de tejido de productos de paja toquilla en un centro comercial				
Taller vivencial				

Fuente: Elaboración propia

Durante el desarrollo de la propuesta se continuará con la captación de más interesados en colaborar y formar parte del círculo de amigos de la propuesta “Innovación y Tradición”. Estas actividades consistirán en difundir el proceso de la propuesta atando en medios masivos como en redes sociales.

Tabla 18*Presupuesto del plan de difusión*

Medio de Difusión	Detalle	Desarrollo	Inversión
Logotipo	Signo distintivo	Creación de signo distintivo, parte de la marca.	S/.1000
Página Web	Creación de una página web por un programador.	El enlace de esta página se espera que sea el siguiente: www.yurartesania.com Se podrá realizar donaciones y compra de productos de paja toquilla.	S/. 1000
Video Promocional	Filmación de un video, que cuente la razón de YURA	Video que forma parte de las redes sociales y para las plataformas de Crowdfunding.	S/. 5000
Redes Sociales	Creación de cuentas en Facebook, Instagram y YouTube.	Las redes sociales se encontraran informando de manera contante; mediante imágenes, videos cortos (micro contenidos),	S/. 3000
Impresos (Afiches y flyers)	Afiche (35 cm x 50 cm) y Flyer (10 cm x 14,5). Número de impresiones: 50 de afiches y 500 flyers.	Los canales de distribuirán son Universidades, Centros Comerciales, Cafés, Museos, Centros Culturales.	S/. 300
Vista a medios de comunicación	Visitas a medios masivos	Visitas a Radios y canales de televisión.	S/. 50
Productos de paja toquilla para microinfluencers	Intercambio de productos de paja toquilla por	Estos productos son entregados a creadores de contenido que poseen una	S/. 2000

	promoción en redes sociales.	comunidad potencial que compra artesanía.	
Taller demostrativo	Taller demostrativo de tejido de paja toquilla en un centro comercial.	Este taller está a cargo de cuatro tejedoras de paja toquilla donde demostrarán y enseñarán la tradición del tejido con paja toquilla.	S/. 500
Taller vivencial	Taller vivencial con potenciales donantes.	Taller de un día con potenciales donantes e interesados en formar parte de YURA	S/. 2000
Diseño de memoria digital	Memoria institucional	Memoria del desarrollo de las actividades, resultados y objetivos alcanzados.	S/. 200
TOTAL			S/. 15050

Fuente: Elaboración propia.

La propuesta, consiste en balancear la tradición y la modernidad, por medio de la artesanía, a la cual se le incorporara elementos del marco geográfico – cultural de la Asociación Virgen del Pilar, que el siguiente capítulo se desarrolla detalladamente, culminando con una propuesta de catálogo que afirma que es posible la innovación en la artesanía.

3.7. Viabilidad y sostenibilidad

Se ha considerado importante señalar la viabilidad y sostenibilidad de la propuesta creativa de innovación en la artesanía de paja toquilla, YURA. En relación a la viabilidad, está enfocada en valorar la probabilidad de llevarse a cabo o no la propuesta. Mientras que la sostenibilidad refleja la continuidad tras el fin del desarrollo de YURA. Por lo cual, este apartado se ha clasificado en cuatro factores como técnico; social y cultural; y medioambiental.

En cuanto al factor técnico, se ha estimado introducir dos herramientas de trabajo que contribuya al desarrollo de la elaboración de productos de paja toquilla. La primera herramienta, es la maquina planchadora de sombreros, la cual perdieron tras el fenómeno de El Niño. Se ha

previsto una capacitación y acondicionamiento de esta para que no sea afectada por otro fenómeno natural.

La segunda herramienta, son seis cocinas mejoras, útiles en el proceso de tinturación de la paja toquilla, ya que el proceso no es adecuado tanto ambiental como salubremente, puesto que no se aprovecha en su totalidad la transferencia de calor, emitiendo gases contaminantes. La instalación de las cocinas mejoradas estará a cargo de un técnico junto albañiles de La Campiña.

El siguiente factor, es el social y cultural. En lo que refiere al factor social, YURA, es una propuesta aceptada y deseada por la Asociación Virgen del Pilar. En un taller participativo, el comité administrativo señaló (2019) que uno de los aspectos en los que deben mejorar es el diseño de sus productos. Por lo tanto, el diseño se convierte en una herramienta que forja diversas posibilidades de contribuir al desarrollo de la artesanía de paja toquilla. Asimismo, la asociación contará con la capacitación adecuada en diseño y comercio justo.

Con relación al factor cultural, YURA apuesta por contribuir a que la tradición de tejido de paja toquilla perdure, adaptándose a las nuevas tendencias e incorporando elementos del contexto geográfico – cultural de La Campiña. Esto quiere decir que además de ayudar a perdurar una práctica tradicional, también se interesa por revalorar el patrimonio de La Campiña, y sobre todo difundir en la Región Piura el tejido de productos de paja toquilla.

El último factor a mencionar, es el medioambiental. Se debe señalar que la planta de paja toquilla es un recurso natural que se renueva fácilmente, demora de dos a tres años en cosecharse. Además, no requiere de mucho cuidado, tan solo necesita de un suelo húmedo para su desarrollo. El tejido de productos a base de recursos renovables, como la paja toquilla, procurando elaborar productos amigables con el medio ambiente. Por lo que se prevé introducir cocinas mejoradas que contribuyan a disminuir los gases contaminantes y posibles enfermedades futuras.



Capítulo 4

Propuesta de incorporación del entorno geográfico-cultural en los productos de paja toquilla de la Asociación Virgen del Pilar

El estudio del entorno geográfico - cultural del Centro Poblado La Campiña mencionado en el primer capítulo, se expone a profundidad en este último capítulo. Este epígrafe, parte por desarrollar tres potenciales colecciones.

La primera colección “COLORES DEL ENTORNO”, ha tomado como inspiración la vegetación, las plantaciones de arroz, las calles de La Campiña y el Sitio Arqueológico de Narihualá. La segunda colección “ANIMALES DEL BOSQUE” se encuentra inspirada en la fauna que abunda en los alrededores, especialmente aves. Por último, la tercera colección denominada la “TALLÁN”, inspirada en la Cultura Tallán.

4.1. Colección de nuevos productos

Los productos de cada colección además de transmitir el balance entre la tradición y modernidad, han sido pensados y diseñados no solo para el público femenino y hogar, sino también para el público masculino, ya que el único producto elaborado por la Asociación Virgen del Pilar dirigido al público masculino es el sombrero.

Cabe señalar, que en las tres colecciones se ha tratado de desarrollar productos nunca antes elaborados por la asociación de artesanas, y teniendo en cuenta las tendencias de moda 2020 tanto en colorimetría y en objetos.

Asimismo, el proceso de conceptualización de los productos de cada colección se utilizó la herramienta de comunicación visual “Moodboard” o tabla de inspiración, la cual consiste en colocar en un soporte en blanco imágenes, materiales, colores y a veces texto de una forma estructurada con el objetivo de dar un mensaje claro y coherente (Herder, 2018). Se utilizó esta herramienta con la finalidad de obtener una paleta de color con la cual trabajar durante el proceso de diseño de nuevos productos de paja toquilla.

4.1.1. Colección “COLORES DEL ENTORNO”

El nombre de esta colección se debe a los colores que se pueden apreciar en La Campiña y alrededores. En la conceptualización de esta colección se tomó en cuenta el Sitio Arqueológico

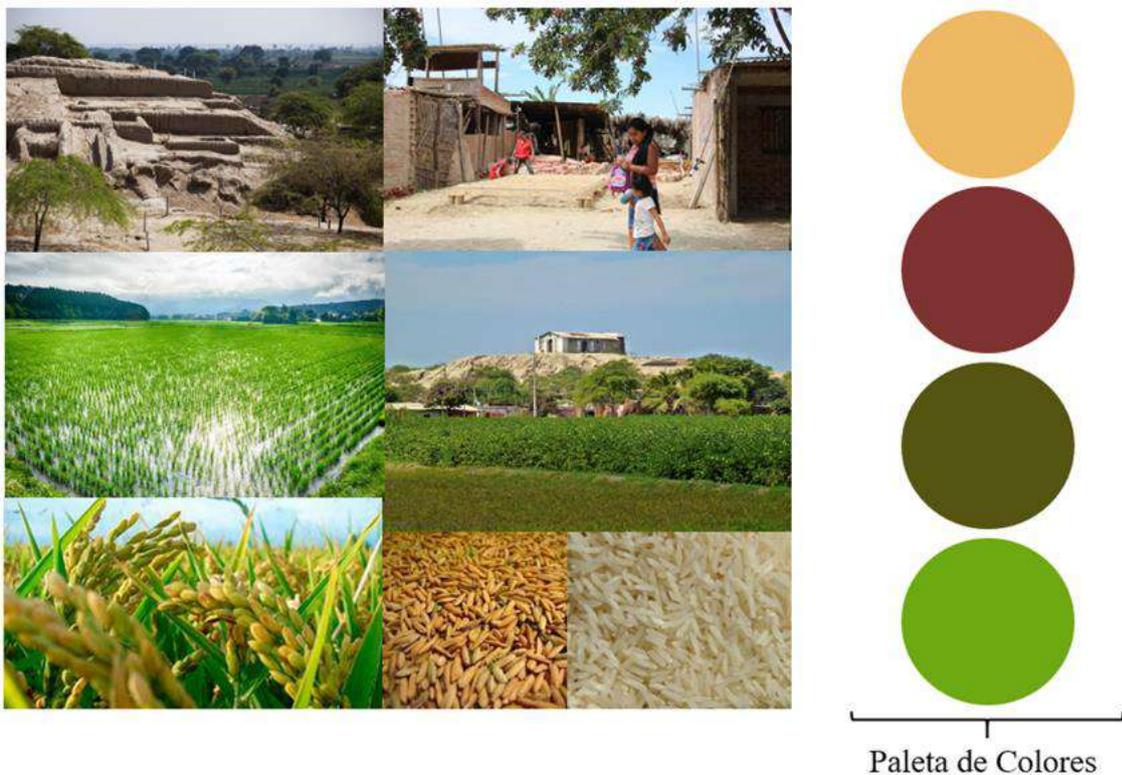
de Narihualá, la Calle Catacaos de La Campiña, vegetación aledaña como algarrobos y plantaciones de arroz (muy común en esta zona).

A partir de la recopilación de imágenes y agrupadas, con el objetivo de realizar un Moodboard, se obtuvo una paleta de colores, la cual consiste en una degradación de tonos verdes, un tono marrón y beige.

Figura 34

Moodboard de la colección Colores del Entorno

COLORES DEL ENTORNO Sitio Arqueológico de Narihualá, Calle Catacaos de La Campiña, plantaciones de arroz.



Fuente: Elaboración propia.

Una vez lograda la paleta de colores se puede dar inicio al proceso de conceptualización e incorporación del entorno geográfico - cultural de La Campiña en el diseño de productos artesanales tal y como lo señala Ferro.

Se ha tomado como referencia el proceso de conceptualización de productos artesanales propuesto por Diana Ferro en 2017, este consiste en las siguientes etapas: Información, Abstracción, Resignificación y Concepto. La etapa de información consta en la investigación

sobre el marco geográfico – cultural de La Campiña; la etapa de abstracción, de la información estudiada se selecciona cuál la forma, connotación, colores, significación y símbolos; la resignificación hace referencia a la interpretación y composición; y finalmente el concepto que comprende la funcionalidad, estética y simbólica.

Los productos que se diseñaron en esta colección son: un separador de libro, un llavero y un abanico. Las siguientes figuras muestran el proceso de conceptualización de cada producto de la colección “COLORES DEL ENTORNO”.

El separador de libros está pesando para el público en general, especialmente a personas interesadas en la lectura. Se ha extraído como elemento de inspiración los cultivos de arroz en La Campiña, los cuales se incorporan en el diseño del separador, asimismo se ha utilizado la técnica del tejido del sombrero. En resumen se han puesto en práctica en este producto dos razones fundamentales de la intervención del diseño en la artesanía, según FONART: el rescate de la técnica y elaboración de nuevos productos.

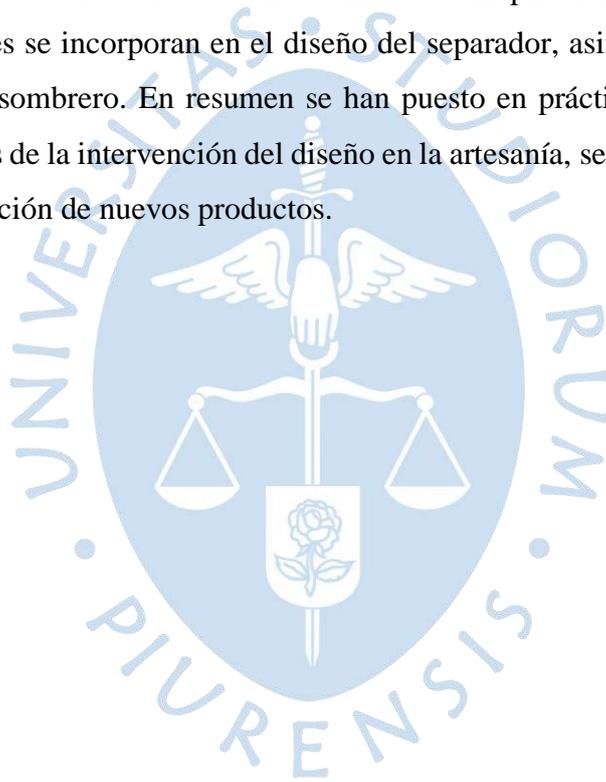


Figura 35

Conceptualización del separador de libro

CONCEPTUALIZACIÓN: SEPARADOR DE LIBRO

INFORMACIÓN

Cultivos de arroz

Se encuentran
alrededor del centro
poblado La Campiña.



ABSTRACCIÓN

Se plasmará sobre un
separador de libros.

Colores: Natural,
coco y verde



RESIGNIFICACIÓN INTERPRETACIÓN – COMPOSICIÓN



Medidas: 5,5cm x18cm

Appliques: Bordado de espigas.

Técnica: Tejido de sombrero

CONCEPTO

El resultado es un separador de libro maleable
(característica de la técnica de tejido del sombrero), al
cual se le ha añadido elementos de una actividad
económica, el cultivo del arroz.

Este nuevo producto puede ser usado por todo público.

Fuente: Tomado de Ferro, 2017a. Elaboración propia.

En cuanto a la conceptualización del llavero, está inspirado en un llavero de cuero, el color del llavero es marrón, tomando en cuenta la paleta de color obtenida del Moodboard. En este producto se ha rescatado la técnica de tejido del sombrero, desarrollando un nuevo producto.

Figura 36

Conceptualización del llavero

CONCEPTUALIZACIÓN: LLAVERO

INFORMACIÓN

Llavero de hombre

Está inspirado en un llavero de cuero, con un técnica de tejido similar a la técnica de tejido del sombrero.



ABSTRACCIÓN

Se elaborará un llavero con la misma forma, utilizando la técnica de tejido del sombrero. El color de este llavero será marrón.



RESIGNIFICACIÓN INTERPRETACIÓN – COMPOSICIÓN

Medidas: 2,5cm x 16 cm
Aplicques: Sin aplicques
Técnica: Tejido de sombrero



CONCEPTO

El resultado es un llavero inspirado en las características del cuero. Se ha utilizado la técnica del sombrero. Este nuevo producto está enfocado en el público masculino.

Fuente: Tomado de Ferro, 2017a. Elaboración propia.

Dentro de la gama de productos que elabora la Asociación Virgen del Pilar, solo contempla dos tipos de abanico, en esta intervención se ha pretendido rediseñar el producto, teniendo en cuenta la tendencia de las hojas de elefante en el sector de diseño; y en vez de albergar varios colores, se ha seleccionado solo un color, el verde.

Figura 37

Conceptualización de abanico

CONCEPTUALIZACIÓN: ABANICO

INFORMACIÓN

Abanico

A partir de la forma comúnmente conocida del abanico de paja toquilla, se rediseñará y se enfocará en la calidad del producto.



ABSTRACCIÓN

Se elaborará un abanico y se modificará la forma, tomando la forma de una hoja tropical. Asimismo, el color de este abanico será verde.



RESIGNIFICACIÓN INTERPRETACIÓN – COMPOSICIÓN

Medidas: 17cm x 29 cm
Aplicques: Sin aplicques
Técnica: Tejido de abanico



CONCEPTO

El resultado es un abanico inspirado en una hoja tropical. Se ha tomado la técnica de abanico. Este producto está enfocado al público femenino.

Si bien solo se ha desarrollado tres productos en cada colección, se puede seguir diseñando, rescatando otra técnica tradicional, diseñando nuevos productos, o rediseñando los productos de la asociación. La siguiente colección “ANIMALES DEL BOSQUE”, que se presenta a continuación, está inspirada en los animales que abundan en La Campiña.

4.1.2. Colección “ANIMALES DEL BOSQUE”

Esta colección se inspiró en la fauna que abunda en el centro poblado La Campiña, específicamente en dos aves: el choqueco y el chilalo. Ambos animales tiene una característica en común, su colorido plumaje. Asimismo, esta colección tomó en consideración la tendencia Animal Print 2019, debido a su gran apogeo en 2019, viéndose en prendas textiles y accesorios como: bolsos, cartera, botas, botines, pañuelos, anteojos, cinturones, pendientes, etcétera.

¿Cómo nace y ha evolucionado la tendencia Animal Print? La diseñadora Tana Rendón (2019) señala que el Animal Print, es el patrón más antiguo de la historia, indicando lo siguiente:

“Lo que nos conecta a este patrón es la Prehistoria, las pieles de animales eran utilizadas para satisfacer necesidades básicas como cubrirnos del frío. Más adelante las pieles de animales fueron utilizadas como símbolo de poder y fuerza, con el objetivo de transmitir respeto y admiración. Después de un largo tiempo, en el siglo XX, exactamente en los años 20s con la recordada Gloria Swanson, que fue reconocida por agregar pieles exóticas en sus estilismos. Ella fue una de las primeras en recuperar este patrón y convertirlo en un icono del estatus de la moda. En los años 50s, la modelo Bettie Page empezó a lucir los diseños de Christian Dior en los que la tela adoptaba patrones de piel de leopardo, lo que dio apertura a infinitas posibilidades de elaborar trajes de baño, casacas, etc. En los años 60s el patrón animal print terminó de consolidarse en celebridades como Sofía Loren, Elizabeth Taylor y Marilyn Monroe como símbolo de elegancia, glamour y estatus social. En los 70s fue un cambio de concepto para este patrón, centrándose en la ferocidad y en algo de sensualidad pero esta vez dentro del rock and roll, donde personalidades como los Rolling Stone e Iggy Pop lo portaron a lo grande. En los 90s, se vivió el animal print mucho más pop explorando la rebeldía de la época, utilizada en prendas ajustadas. En los 2000, el animal print perseguía el concepto de conquista y sensualidad. Posteriormente evolucionó a “Jungla-Safari Animal Print” a fines de 2010. En 2014 cambió a “Tropical Animal Print”. En la actualidad se sigue utilizando el Animal Print pero en su versión más tribal, y no solo enfocado en tonos tierra, sino en otras pieles además del leopardo.”

Figura 38*Evolución del animal print*

Fuente: Elaboración propia.

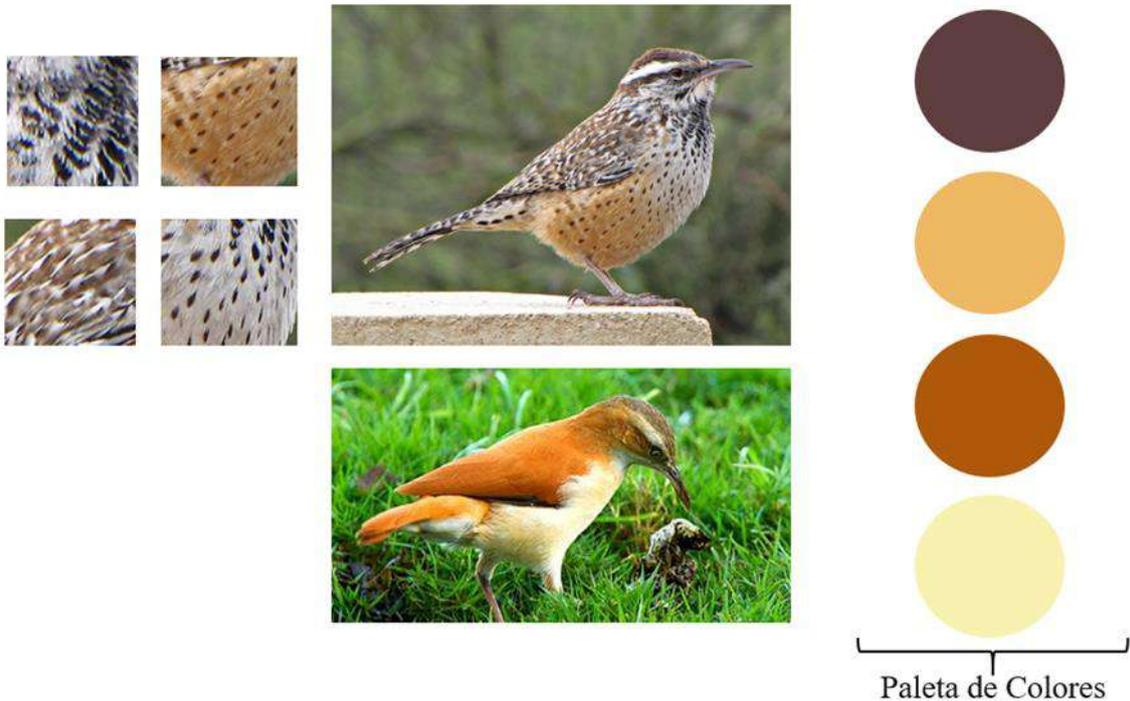
En resumen, esta tendencia ha evolucionado en patrones, texturas, aplicaciones, conceptos, objetos, colores, etc. En 2019 ha tenido muchas versiones no solo tomando como inspiración la piel de felinos, sino también otras pieles como la de serpiente y de vaca, convirtiéndose en la actualidad en un básico como las rayas o lunares.

Figura 39*Patrones básicos*

Fuente: Elaboración propia.

Volviendo con la colección “Animales del Bosque” de paja toquilla, se realizó el proceso de obtención de la paleta de colores a través de cada imagen, además se obtuvo patrones con los cuales trabajar durante la conceptualización de los productos. En el caso del chilalo solo se obtuvo una paleta de colores, mientras que el plumaje del choqueco se prestó tanto a la obtención de patrones y colores.

La siguiente figura muestra el Moodboard que se realizó para la obtención de patrones y la paleta de colores. Se pudo obtener cuatro patrones del plumaje del choqueco, mientras que de ambos animales se consiguió una paleta de tonalidades tierra.

Figura 40*Moodboard de la colección Animales del Bosque***ANIMAL PRINT** Fauna de la Campiña: Choqueco, Chilalo

Fuente: Elaboración propia

El resultado del Moodboard de la colección “Animales del Bosque” fue cuatro patrones y cuatro colores, los cuales fueron de gran ayuda durante el proceso de conceptualización de los tres productos de paja toquilla, estos son: una correa de cámara fotográfica y pendientes o aretes.

El primer producto de esta colección, es una correa de cámara fotográfica, inspirado en el plumaje del Choqueco. Este producto está pensado tanto para hombres como mujeres, utilizando la técnica de tejido del sombrero. En esta oportunidad se ha optado por el rescate de una técnica a través del desarrollo de un nuevo producto.

Figura 41*Conceptualización de correa de cámara fotográfica***CONCEPTUALIZACIÓN: CORREA DE CÁMARA FOTGRÁFICA****INFORMACIÓN****Choqueco**

La Correa de Cámara Fotográfica esta inspirada en el patrón del ave, llamado Choqueco. Es una ave tradicional del paisaje de La Campiña y Piura.

**ABSTRACCIÓN**

Se partirá por establecer las dimensiones de la correa de cámara fotográfica (mismas medidas de un modelo estándar).

En cuanto al color, este es de acuerdo al patrón inspirado en el Choqueco.

**RESIGNIFICACIÓN
INTERPRETACIÓN – COMPOSICIÓN**

Medidas: 3,5cm x 54cm

Apliques: Sin apliques

Técnica: Tejido de sombrero

**CONCEPTO**

El resultado es una correa de cámara fotográfica inspirada en el Choqueco. Se ha tomado la técnica del sombrero. Este producto esta enfocado al público en general.

Fuente: Tomado de Ferro, 2017a. Elaboración propia.

El segundo producto, los pendientes o aretes, comprende una estructura inspirada en la tendencia de productos de rafia de 2018. En este producto se tomó el color naranja – coco del plumaje del Chilalo. La intervención del diseño en la artesanía se hizo presente por desarrollar un nuevo producto y utilizar una de las técnicas nuevas, la técnica de tejido a crochet, además se realizó un flecado (así se le conoce entre las artesanas).

Figura 42

Conceptualización de pendientes

CONCEPTUALIZACIÓN: PENDIENTES

INFORMACIÓN

Chilalo

Se parte por elaborar pendientes diferentes de los que ya se venían tejiendo. La estructura del los pendientes fueron inspirados en las tendencias actuales. Se inspiró también en el color del ave llamado “Chilalo”.



ABSTRACCIÓN

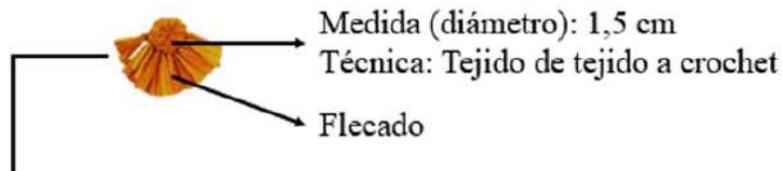
Se elaborará pendientes, tomando como referencia la imagen presentada.

Asimismo, la técnica que se utilizará es la técnica crochet y el color de estos pendientes serán naranja terroso.



RESIGNIFICACIÓN

INTERPRETACIÓN – COMPOSICIÓN



CONCEPTO

El resultado son unos pendientes inspirada en el color de una de las aves características de La Campiña y Piura. Se ha tomado la técnica de tejido a crochet (recientemente nueva). Este producto esta enfocado al público femenino.

Fuente: Tomado de Ferro, 2017a. Elaboración propia.

Los productos que se conceptualizaron en esta colección, son tres: un individual de mesa, una cesta, ambos utilitarios para la decoración del hogar; y una cartera. Como ya se ha señalado, la Asociación Virgen del Pilar también elabora productos funcionales para el hogar, por ello se decidió mostrar que otra cara de la innovación en el diseño de la artesanía de paja toquilla.

El primer producto de esta colección, es un individual de color negro, inspirado en la cerámica Tallán. Se jugó con la estructura de la cerámica, dando como resultado una base circular acompañada de círculos pequeños a su alrededor. Tanto la medida del círculo base como los círculos pequeños son proporcionales.

Durante la elaboración de este producto surgieron algunas complicaciones. En primer lugar, el grosor del tejido que de ambos tipos de círculos debían ser el mismo, grueso, medio, fino o entrefino; ya que al unirlos debía verse uniforme y orgánico.

En segundo lugar, el proceso de tinturación duró más de lo previsto, pues al tinturar la paja de color negro se puede obtener diferentes tonalidades de negro. En otras palabras, la paja que se utilice para este producto debe ser tinturada al mismo tiempo para que así exista armonía en el producto.

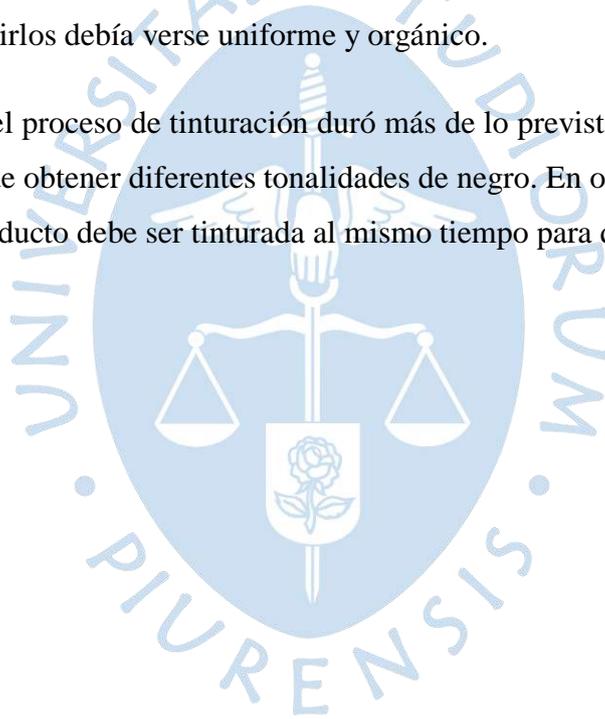


Figura 44

Conceptualización de individual

CONCEPTUALIZACIÓN: INDIVIDUAL

INFORMACIÓN

Cerámica Tallán

El producto a diseñar, está inspirado en la cerámica de la cultura Tallán. En la actualidad se parte de la cerámica y otros vestigios se encuentra en el Museo de Sitio de Narihualá. Se tomó como referencia una pieza, la cual concentraba círculos, con los cuales se jugaron.



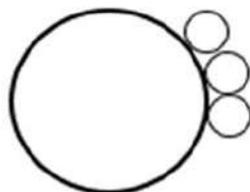
ABSTRACCIÓN

Se tomo como punto de partida una base circular, y alrededor de ella otros círculos mucho mas. El color que tomará este producto es negro.



RESIGNIFICACIÓN

INTERPRETACIÓN – COMPOSICIÓN



Medidas: Círculo grande (20 cm), círculos pequeños (3 cm) .
Aplicques: Sin aplicques
Técnica: Tejido plano

CONCEPTO

El resultado en un individual de color negro, inspirado en la cerámica Tallán. Se ha tomado la técnica de tejido plano, el cual otorga rigidez al producto. Este producto esta enfocado al público en general, pues su uso es en hogar.

El segundo productos, es una cesta, inspirada en los jarrones de almacenaje de chicha de jora, también se tomó como referencia la tendencia de cestería y decoración de ambientes de la casa en 2020. El color de este producto es natural de la paja toquilla. En este producto se utilizó la técnica del tejido plano, para otorgarle rigidez, ya que en él se guardarán objetos o puede funcionar como simple decoración, como dato final, para la elaboración de la cesta se necesitó de dos moldes de sombreros, se juntaron las bases y así se logró elaborar este producto.

Figura 45

Conceptualización de cesta

CONCEPTUALIZACIÓN: CESTA

INFORMACIÓN

Jarrones de Chicha de Jora

La chicha de jora, es una bebida tradicional prehispánica. En la siguiente imagen se muestra los jarrones donde se almacenaba la Chicha.

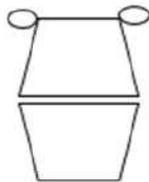


ABSTRACCIÓN

Se elaborará una cesta, inspirada en los jarrones donde se almacenaba la chicha. Se modificará la forma, y tomando dos bases justas unidas. Asimismo, el color de la cesta es natural.

RESIGNIFICACIÓN

INTERPRETACIÓN – COMPOSICIÓN



Medidas: círculo base (14 cm), altura (20 cm), círculo medio (16 cm).

Aplicques: Sin aplicques

Técnica: Tejido plano

CONCEPTO

El resultado es una cesta, inspirada en los jarrones de chicha. Se ha tomado la técnica del tejido plano. Este producto esta enfocado al público en general. Se puede utilizar de decoración y/o guardar objetos en él.

El último producto de esta colección, es una cartera o bolso. Se rediseñó una cartera que ya habían elaborado, asimismo se utilizó la técnica de tejido plano, utilizada en cofres, cestas y carteras. Esta cartera es el único producto que reúne todos los colores de la paleta de colores, el color base es natural, al cual se añadió una simulación de degradación de tonalidades: el primero es negro, el segundo marrón anaranjado y la tercera mostaza; además se le añadió pequeños flecos al final de la cartera y dos azas.

Figura 46

Conceptualización de cartera

CONCEPTUALIZACIÓN: CARTERA

INFORMACIÓN

Diseño de cartera previo

A partir de un diseño de cartera previo se emprendió a realizar algunas modificaciones. Los colores que posee pertenecen a la paleta que se obtuvo del Mood board de la Colección Tallán.



ABSTRACCIÓN

Se elaborará una cesta y se modificará el patrón de diseño. Se le añadirá "Flecos" en la parte final (paja sobrante y deshilachada). Asimismo, esta cartera tendrá los siguientes colores: natural, marrón, oscuro, marrón claro naranja y natural.



RESIGNIFICACIÓN

INTERPRETACIÓN – COMPOSICIÓN



Medidas: Base circular (12,5 cm), altura (15 cm)
 Apliques: Sin apliques
 Técnica: Tejido de plano

CONCEPTO

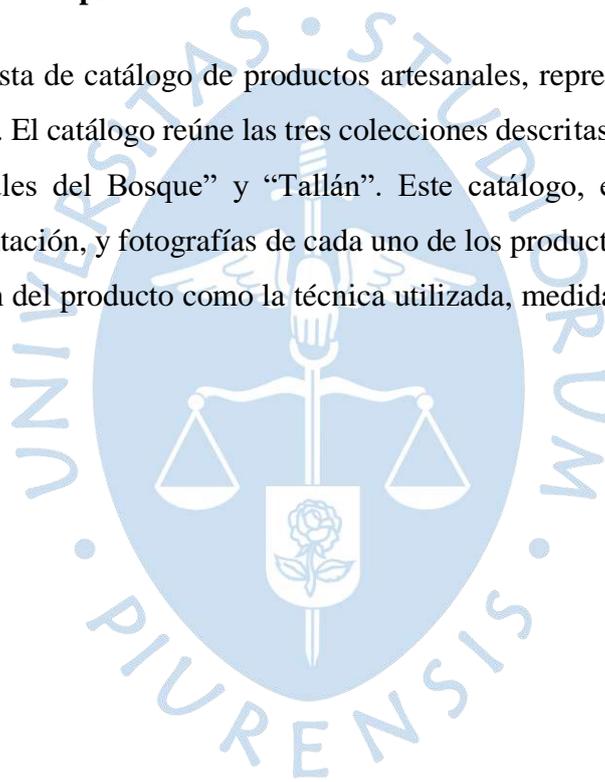
El resultado es una cartera inspirada en la paleta de color obtenida del Mood board de la colección Tallán, tomando en cuenta un diseño de cartera previo. Se ha tomado la técnica de tejido plano. Este producto está enfocado al público en general.

Esta última colección ha pretendido conceptualizar productos para el uso personal y cotidiano, pues la artesanía también se encuentra presente como parte de la decoración de muchos hogares. Por ejemplo, el primer producto desarrollado en esta colección, el individual color negro.

Tras haber culminado el proceso de conceptualización de cada producto de las tres colecciones, se llevó a cabo la elaboración de cada producto en la que participaron la Asociación Virgen del Pilar. Posteriormente, se dio paso a la toma de fotografías, que fueron plasmadas en el catálogo 2020.

4.2. Catálogo de nuevos productos

La presente propuesta de catálogo de productos artesanales, representa la etapa final de la presente investigación. El catálogo reúne las tres colecciones descritas anteriormente: “Colores del entorno”, “Animales del Bosque” y “Tallán”. Este catálogo, está compuesto por una portada, índice, presentación, y fotografías de cada uno de los productos. De la misma manera, se expone información del producto como la técnica utilizada, medidas y la artesana que lo ha tejido.



Catálogo 2020 de productos de paja toquilla



CATÁLOGO
2020

En colaboración con la
Asociación Virgen del
Pilar

Asociación de Artesanas Virgen del Pilar
Asociación Colaboradora

Alicia Castillo Gutiérrez
Dirección Artística, Fotografía y Edición

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	4
COLECCIÓN I: COLORES DEL ENTORNO	5
COLECCIÓN II: ANIMALES DEL BOSQUE	12
COLECCIÓN III: CULTURA TALLÁN	17

PRESENTACIÓN

A continuación se presenta una potencial propuesta de catálogo de productos de paja toquilla, tejidos por las artesanas de la Asociación Virgen del Pilar de La Campiña.

Este catálogo reúne tres colecciones, la primera "Colores del entorno", inspirada en los colores que se pudieron encontrar en La Campiña. La segunda colección "Animales del Bosque" tomó como referencia la fauna que abunda en La Campiña. Por último, la tercera colección "Tallán", se conceptualizó a partir de la Cultura Tallán.

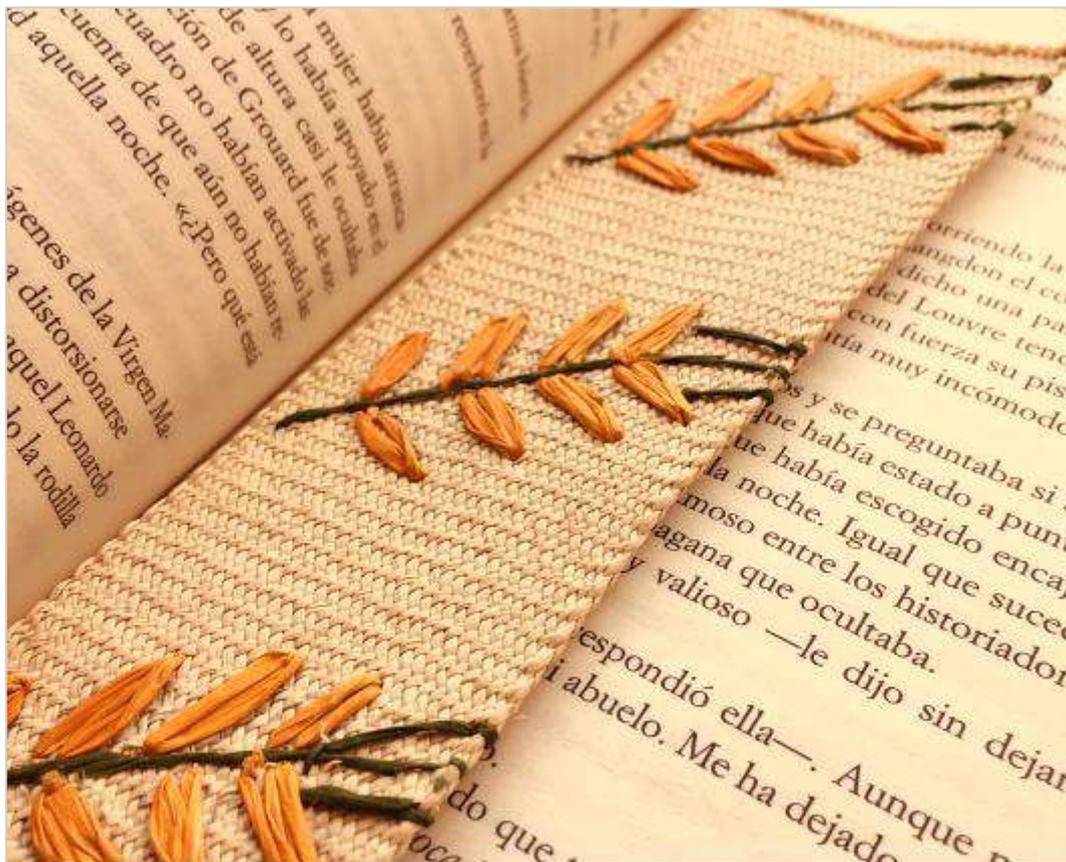
Cada uno de los productos de las tres colecciones se conceptualizaron según la propuesta de Ferro, asimismo se decidió prototipar con el fin de buscar el producto idóneo, y así mostrar el balance entre la tradición y la modernidad.

COLECCIÓN I:

COLORES DEL ENTORNO

SEPRADOR DE LIBRO





Tejido por: Juana Solano
 Medidas: 5,5cm x 18cm
 Técnica de tejido: Tejido de sombrero

LLAVERO





Tejido por: Brijida Juares
Medidas: 2,5cm x 16cm.
Técnica de tejido: Tejido de sombrero.

ABANICO





Tejido por: Zulyxa Suarez
Medidas: 17cm x 29cm
Técnica de tejido: Tejido de abanico

COLECCIÓN II:

ANIMALES DEL BOSQUE

CORREA DE CÁMARA
FOTOGRAFICA





Tejido por: Maura Ruiz
Medidas: 3,5 cm x 35cm
Técnica de tejido: Tejido de sombrero

PENDIENTES





Tejido por: Karina Vilchez
Medidas: 1,5 cm de diámetro
Técnica de tejido: Tejido a crochet

COLECCIÓN III:
TALLÁN

INDIVIDUAL





Tejido por: Mercedes Nizama
Medidas: 20 cm de diámetro y 3cm (círculos pequeños)
Técnica de tejido: Tejido plano

CESTA





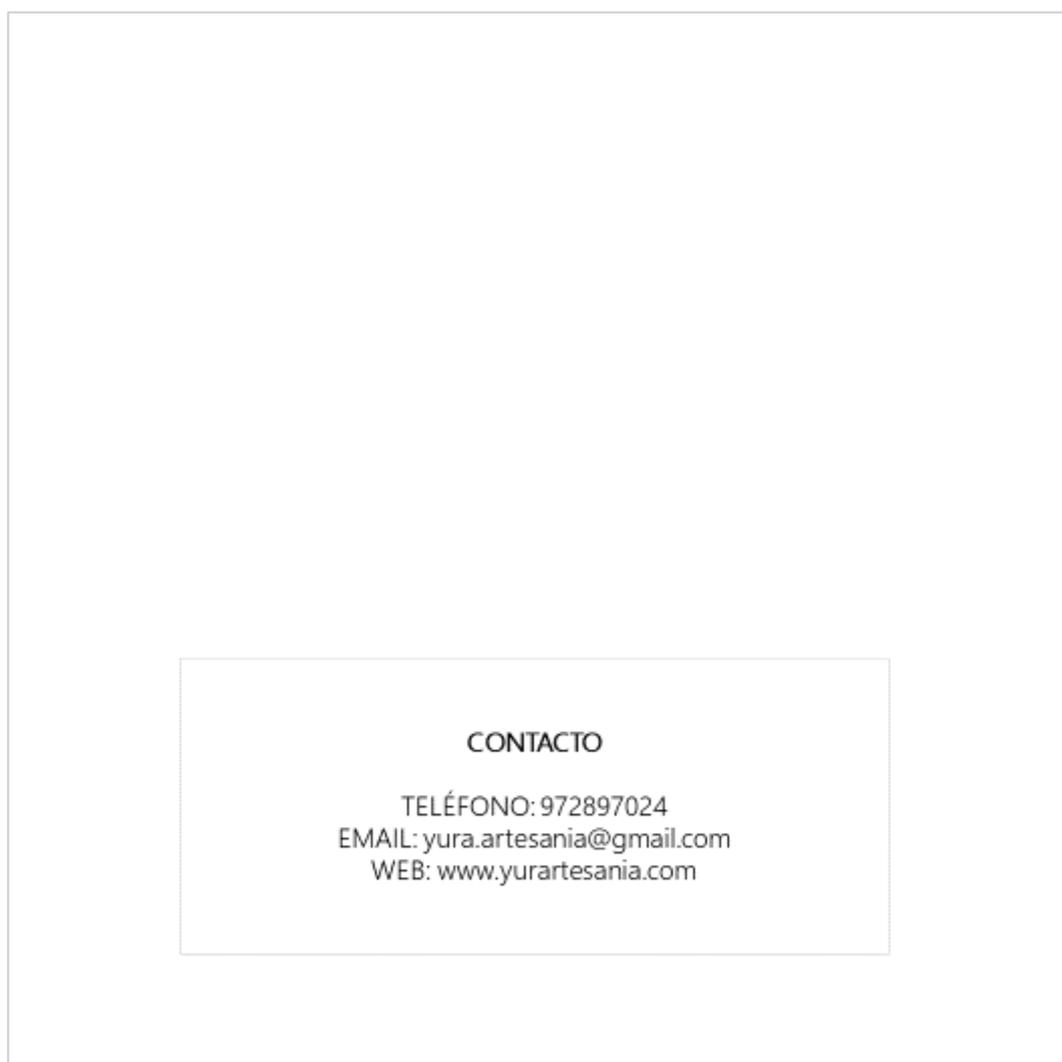
Tejido por: Elvira Pizarro
Medidas: Base (14cm), altura (20cm) y círculo medio (16 cm)
Técnica de tejido: Tejido plano

CARTERA





Tejido por: Juana Rivas
Medidas: Base (12,5cm), altura (15cm)
Técnica de tejido: Tejido plano



Fuente: Elaboración propia



Conclusiones

Primera. Se percibe un buen ambiente de trabajo entre los miembros de la Asociación Virgen del Pilar, pues trabajan en equipo, compartiendo sus conocimientos y ayudándose de manera laboral y personal. Ser vecinas les ha permitido establecer lazos de amistad desarrollando vínculos fuertes. Asimismo cuentan con valores como compromiso, confidencialidad, respeto y gratitud.

Segunda. El empleo de técnicas participativas en la Asociación de artesanas Virgen del Pilar ha otorgado una perspectiva integral a esta investigación. A través de los talleres participativos se pudo saber la razón por la cual continúan utilizando fibra vegetal de paja toquilla para la elaboración de sus productos. Asimismo se logró determinar las necesidades de la asociación y los temas en que debe ser capacitada, como diseño y desarrollo de productos, negociación y derechos de autor de productos artesanales.

Tercera. Las visitas recurrentes a los miembros de la asociación, posibilitó la elaboración de fichas técnicas de cada uno de sus productos. Este estudio ayudó a identificar la gran habilidad de manejo de técnicas de tejido, identificando trece técnicas siendo un aporte al registro de esta práctica cultural.

Cuarta. La innovación en la artesanía en esta investigación es vista desde la perspectiva del diseño y desarrollo de productos. A esta propuesta se le ha añadido incorporar elementos y conceptos del marco geográfico - cultural de la asociación de artesanas. Por lo que, a través de los nuevos productos elaborados no solo permite que perdure esta práctica tradicional, sino también revalorar elementos de la Cultura Tallán, costumbres y el entorno geográfico.

Quinta. El proceso de conceptualización de cada uno de los productos de las tres colecciones fue óptimo para desarrollar productos mediante la técnica del sombrero, siendo esta una de las técnicas tradicionales. Se desarrolló tres productos un separador de libros, un llavero y una correa de cámara. En definitiva, se logró diversificar la utilidad de una técnica utilizada solo para la elaboración de sombreros.

Sexta. La alianza entre la artesanía y el diseño es posible. Esto se ve reflejado a través de la incorporación de elementos de identidad cultural, en el caso de esta investigación el marco geográfico – cultural, en la conceptualización de productos artesanales. Esto quiere decir, que se puede mantener el tejido de productos de paja toquilla, dándole una perspectiva actual.

Séptima. El resultado final de esta investigación se puede visualizar en el catálogo desarrollado en el capítulo cuatro. En él se refleja todo el trabajo que ha conllevado este estudio, desde las horas de vista en La Campiña hasta las horas tras un ordenador. El catálogo también visibiliza lo propuesto por Gómez, Ferro y Mella, que a través de la estimulación de la capacidad creativa el sector artesanal se enriquece.



Lista de referencias

- Aguilar, M. (2009). *Tejiendo la vida... los sombreros de paja toquilla en el Ecuador*. CIDAP.
- Aguirre, D. (2013). *El Sombrero de paja de Catacaos, Tejiendo su Historia*. Piura. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Aparicio, Z. (2015). La huaca Narihualá como medio de educación no formal. *Mercurio Peruano*, 161-177. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7487253>
- Cevallos, H. (1961). *Los tallanes en Piura* (tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo).
- Domínguez, Z. (2007). La conquista Española y el cambio socio-cultural en el Pueblo Tallán. *Contrastes. Revista de Historia*, 13 (93-122). <https://revistas.um.es/contrastes/article/view/84001>
- Dorrego, A. (2017). *Hilando Culturas: La puesta en valor de la tradición textil altoandinas*. <http://artesianiatextil.com/wp-content/uploads/2017/05/hilando-culturas-puesta-valor.pdf>
- Echecopar, T. (2016). VNRO AMRO: La nueva dupla de la moda. <http://asl.pe/moda/vnroamrolanuevadupla/>
- Echecopar, T. (2019, 29 de mayo). ¿Qué está de moda? Tendencias Otoño-Invierno 2019 [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=aBJ1VyI3j1Y>
- Esquivias, M. (2004). Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones. <http://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art4/art4.htm>
- Fernández, O. (1989). *Las Capullanas: Mujeres curacas de Piura siglos XVI-XVIII*. Boletín de Lima n° 66, 43-50.
- Ferro, D. (2017a). Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir. *Estudios de la Gestión*. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5477/6/07-ES-Ferro.pdf>
- Ferro, D. (2017b). Neoartesanía quiteña: Una propuesta sustentable. Identidad cultural e innovación frente al mito del crecimiento. Universidad Andina Simón Bolívar. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6073/1/SM214-Ferro-Neoartesanía.pdf>
- Flores, L. (2013). Proyecto de diseño de un portal web para la promoción y posicionamiento del sombrero de paja toquilla de Catacaos. Universidad de Piura. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2696/HUM-GC_012.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- FONART. (2018). Manual de Diseño y Desarrollo de Productos Artesanales. http://artesianiatextil.com/wp-content/uploads/2018/04/manual_diseno_artesanales.pdf
- Galarza, D. (2017). Paja Toquilla: El diseño como herramienta para el sector artesanal. Universidad del Azuay. <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/7147/1/13094.pdf>
- Gómez, C. (2009). La gestión de diseño entre la innovación y la tradición artesanal. Unesco. http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD_6.pdf

- IAPH. (2018). Alma Tallán: recuperando tradiciones a través de la organización comunitaria. Revista ph 93 [24-26]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6347549>
- INDECOPI. (2013). Guía de derecho de autor para artesanos. <https://repositorio.indecopi.gob.pe/handle/11724/4284>
- INDIS. (2018). Tendencias Artesanía 2017 – 2018. https://issuu.com/tonoayau/docs/tendencias_arterania_indis_ayau
- Ley 29073. (2007). Ley del Artesano y de la Actividad Artesanal. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/24_Ley_del_artesano_y_desarrollo_actividad_artesanal_2012b.pdf
- Mella. J. (2014). *La Innovación en la cerámica artesanal. Gobierno de España*. <http://www.ipyme.org/Publicaciones/InnovacionCeramicaArtesanal.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). Innovación en la Artesanía. <https://www.mincetur.gob.pe/innovacionenartesiania/>
- Municipalidad Distrital de Catacaos. (2018). Plan Anual de Evaluación y Fiscalización Ambiental. <http://municatacaos.gob.pe/limpieza/PLANEFA%202018.pdf>
- Ordenanza Municipal No 192-00-CMPP. Municipalidad Provincial de Piura, Piura, Perú, 19 de abril de 2016.
- Rendón, T. (2019, 8 de mayo). Historia de la tendencia Animal Print [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=S7VPvZW0VZM&t=301s>
- Rostworowski, M. (1988). *Historia del Tahuantinsuyo*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Seltzer, K. et Bentley, T. (1999). *La era de la creatividad. Conocimientos y habilidades para una nueva sociedad*. Editorial Santillana.
- Sen, A. (1998). *Desarrollo y Libertad*. Editorial Planeta.
- Velezmoro, V. (2004). Orígenes y primeros tiempos. En Historia de Piura. Departamento de Humanidades de la Universidad de Piura.

Anexos

Anexo 1: Relación de los 38 vocablos recogidos por Richard Spruce

- | | |
|---|----------------------------------|
| 1.- ratich-ma: padrastro o suegro | 20.- lutac: lagartija |
| 2.- namin-ma: madrastra o suegra | 21.- yura: luz |
| 3.- amatios: buenos días | 22.- llumash: maíz |
| 4.- collo: boca | 23.- uchan: adelante |
| 5.- yurirma: camino | 24.- pillacala: olla |
| 6.- tono: perro | 25.- tahlma: mar |
| 7.- ubrun-Cuma: como se porta usted | 26.- chuna: nariz |
| 8.- sono: algodón | 27.- shushca: no |
| 9.- ñash: diablo | 28.- uchi: ojo |
| 10.- xoto: agua | 29.- yé: sí |
| 11.- kilkil: escuchar | 30.- tapa: oído |
| 12.- axanmi recla: donde esta su esposo | 31.- chapru: papa dulce |
| 13.- puesa: estómago | 32.- lava: pie |
| 14.- re: cara | 33.- coyu roro: playa de mar |
| 15.- cucatama: mujer | 34.- xuma: pescado |
| 16.- ños-ma: hija | 35.- ubrun-Cuma: como está usted |
| 17.- ños-ma: hijo | 36.- kon'mpar: serpiente |
| 18.- recla: hombre | 37.- teuma: cabeza |
| 19.- cha: aquí esta | 38.- nesh: estese quieto |



Apéndices

Apéndice 1: Entrevista a Juana Solano, presidenta de la Asociación Virgen del Pilar

Fecha de la entrevista: 04/10/2019

1. ¿La asociación se encuentra registrada en el Registro Nacional de Artesanía (RNA)?
Sí, la asociación se encuentra registrada en el RNA, también contamos con RUC, el cual no permite emitir facturas.
2. ¿Cómo se encuentran organizadas?
Contamos con un comité directivo conformado por: Juana Solano Chávez como presidenta desde 2007; Mercedes Nizama Valverde Vicepresidenta; María Macalupu Suarez como Secretaria; Jesús Silva Aquino como Tesorera; y Pascuala Cielo Juarez como Vocal.
3. ¿Nos puede comentar sobre sus canales de venta?
Contamos con tres canales de venta, el primero es venta directa, en nuestro local, en cite Catacaos y en ferias. También vendemos a pedido a distintas empresas nacionales e internacionales como a Amarena y Benavia. Y por último vendemos en la plataforma online de Ruraq Maki.
4. ¿Cómo son las relaciones laborales con las empresas nacionales e internacionales?
Algunas empresas nos traen sus diseños, otras nos piden nuestros diseños. Los pedidos suelen ser grandes, por ejemplo de un tipo de cartera suelen pedir cincuenta unidades, y así. Desde agosto hasta hoy octubre no acabamos con el pedido de Benavia, ya que la artesanía toma su tiempo y cada producto es único.
5. ¿Quiénes son sus proveedores?
Contamos dos proveedores paja la paja toquilla. La primera proveedora Guadalupe Velarde, se encuentra en Catacaos, ella compra la paja toquilla en la frontera con Ecuador, y la vende a la mayoría de las asociaciones de artesanas. La segunda proveedora Celinda Rojas, la conocí en la Feria Ruraq Maki de 2018, ella es de Moyobamba, y me envía la paja toquilla que le solicito. Esta última paja, la de Moyobamba, es mucho más suave que la de Ecuador.
También contamos con el Señor Luis Chero quien nos provee los moldes de madera. En cuanto a tientes, estos los solemos comprar en Lima, pues son muchos más baratos que en Piura, la marca que utilizamos es Grybor.

6. En cuanto a la diversificación de productos de paja toquilla. ¿Cuándo empezó?

Personalmente creo que comenzó en una feria en Miraflores (Lima), tuvimos la idea de llevar algo más que sombreros. Me surgió la idea de tejer rosas de paja toquilla, llevamos las que pudimos tejer. Con mucha sorpresa, logramos vender todas las rosas.

7. Como última pregunta, ¿En qué creen que les gustaría ser capacitadas?

Nos gustaría ser capacitadas en diseño de productos, pues siempre estamos tejiendo lo mismo que otras asociaciones. También quisiéramos ser asesoradas en la combinación de colores, en el acabado, y aprender nuevas cosas artísticas. Tal vez ahondar en el tejido de aretes, claramente sin dejar de lado el tejido de sombrero.



Apéndice 2: Fichas técnicas de los productos de la Asociación Virgen del Pilar

**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Sombrero clásico fino	
Función: Cubrir del sol	Clasificación del producto: Accesorio
Cromática: Natural	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual y maquina (remate del sombrero)	
Técnica de tejido: Comienzo de abanico y tejido del sombrero	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	
Días de elaboración: 21 días	Costo de producción: S/.30
Precio local: S/.80	Precio nacional: S/. 120
Ganancia: S/.50 -90	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Sombrero tejido fino para mujer	
Función: Cubrir del sol	Clasificación del producto: Accesorio
Cromática: Rojo y marrón	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Comienzo de abanico, tejido de sombrero y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 20 días	Costo de producción: S/.30
Precio local: S/.80	Precio nacional: S/.120
Ganancia: S/.50 - 90	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Cesta	
Función: Contenedor de alimentos	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Varios colores (amarillo, morado, turquesa y fucsia)	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: manual	
Técnica de tejido: Tejido plano y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 2 días	Costo de producción: S/.5
Precio local: S/.15	Precio nacional: S/.17.
Ganancia: S/.10 - 12	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Cofre pequeño	
Función: Contener joyas u objetos.	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Bicromático (morado y natural)	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/.5	Precio nacional: S/.8
Ganancia: S/.3 - 6	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Cofre mediano	
Función: Contener joyas u objetos.	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Verde, morado y mostaza	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano	
Ornamentación: Una pequeña flor	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.4
Precio local: S/.8	Precio nacional: S/.10
Ganancia: S/.4 - 6	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Cofre sin tapa	
Función: Contenedor el objetos	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Natural y naranja	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido 10x10 y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/.10	Precio nacional: S/.12
Ganancia: S/.8 - 10	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Rosa	
Función: Ornamentar	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Rojo y verde	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido del sombrero	
Ornamentación: Ninguna	
Textura:	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/.5	Precio nacional: S/7
Ganancia: S/.3 – 5	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Flores	
Función: Decoración	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Varios colores (rojo, amarillo, morado, naranja, natural)	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 1 días c/u	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/.8	Precio nacional: S/.10
Ganancia: S/.6 - 8	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Girasol	
Función: Ornamentar	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Amarillo, marrón y verde	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/. 2
Precio local: S/.10	Precio nacional: S/.12
Ganancia: S/.8 - 10	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Pétalos de rosa	
Función: Ornamentar	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Rojo	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/. 5	Precio nacional: S/.7
Ganancia: S/. 3 - 5	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Florero	
Función: Incorporar flores, ornamentar.	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Natural, azul marino y coco	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 3 días	Costo de producción: S/.4
Precio local: S/. 15	Precio nacional: S/. 18
Ganancia: S/. 11 - 14	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Portacubiertos	
Función: Contener cubertería	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Varios colores (natural, azul, rojo, amarillo, naranja y verde).	
Acabado: Bajo	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido de 10x10 y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/.10	Precio nacional: S/.12
Ganancia: S/.8 - 10	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Panera	
Función: Contener pan	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Varios colores (natural, azul, rojo, amarillo, naranja y verde).	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido 10x10 y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.3
Precio local: S/.18	Precio nacional: S/.20
Ganancia: S/.15 - 17	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Panera	
Función: Contenedor de alimentos	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Natural y marrón	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 3 días	Costo de producción: S/.4
Precio local: S/.25	Precio nacional: S/.28 - 30
Ganancia: S/.21 - 26	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Individual	
Función: Ornamentar	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Natural y marrón	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido 10x10, plano y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/.8	Precio nacional: S/.10
Ganancia: S/.6 - 8	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Portabotella	
Función: Ornamentar	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Natural	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido de abanico	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/.10	Precio nacional: S/.15
Ganancia: S/.8 - 13	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Portalapiceros	
Función: Contener lápices, lapiceros, etc.	Clasificación del producto: Línea de oficina
Cromática: Varios colores (naranja, amarillo, verde y fucsia)	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido llano y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/.8	Precio nacional: S/.10
Ganancia: S/.6 - 8	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Sonaja	
Función: Entretenimiento	Clasificación del producto: Línea de hogar
Cromática: Varios colores (rojo, verde, morado, naranja, turquesa)	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido:	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.1
Precio local: S/.7	Precio nacional: S/.9
Ganancia: S/.6 - 8	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Billetera	
Función: Porta documentos, billetes y monedas.	Clasificación del producto: Accesorio
Cromática: Bicromática (azul y natural)	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual y máquina de coser	
Técnica de tejido:	
Ornamentación: Una flor de paja en la tapa de la billetera	
Textura: Liso	

Días de elaboración: 2 días	Costo de producción: S/.5
Precio local: S/.25	Precio nacional: S/.30
Ganancia: S/.20 - 25	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Vincha	
Función: Sujetar el cabello	Clasificación del producto: Accesorio femenino
Cromática: Naranja y natural	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano	
Ornamentación: Una flor	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/. 1
Precio local: S/.5	Precio nacional: S/.7
Ganancia: S/.4 - 6	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Abanico	
Función:	Clasificación del producto: Accesorio
Cromática: Varios colores (verde, amarillo, natural y morado)	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido de abanico	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/.5	Precio nacional: S/.8
Ganancia: S/.3 - 6	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Abanico	
Función:	Clasificación del producto: Accesorio
Cromática: Varios colores (Natural, turquesa, azul y naranja)	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 2 día	Costo de producción: S/.4
Precio local: S/.18	Precio nacional: S/.20
Ganancia: S/.14 - 16	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Mochila	
Función: Contenedor de objetos	Clasificación del producto: Accesorio
Cromática: Natural	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 2 días	Costo de producción: S/.4
Precio local: S/.30	Precio nacional: S/. 35
Ganancia: S/.26 - 31	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Mochila grande	
Función: Contenedor de objetos	Clasificación del producto: Accesorio
Cromática: Negro	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 4 días	Costo de producción: S/.6
Precio local: S/.50	Precio nacional: S/.70
Ganancia: S/.44 - 64	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Bolsa	
Función: Contenedor de objetos	Clasificación del producto: Accesorio
Cromática: Varios colores	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido del sombrero	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 3 días	Costo de producción: S/.6
Precio local: S/.45	Precio nacional: S/.50
Ganancia: S/.39 - 44	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Esfera de navidad	
Función: Ornamentar	Clasificación del producto: Línea navideña
Cromática: Rosa	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Ninguna	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.1
Precio local: S/.5	Precio nacional: S/.7
Ganancia: S/.4 - 6	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Estrella de navidad	
Función: Ornamentar	Clasificación del producto: Línea navideña
Cromática: Natural	
Acabado: Bajo	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Ninguna	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.1
Precio local: S/.3	Precio nacional: S/.5
Ganancia: S/.2 - 4	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA POR LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR**

Artesanía: Campana pequeña	
Función: Decoración	Clasificación del producto: Línea navideña
Cromática: Natural	
Acabado: Bajo	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.0.10
Precio local: S/. 1	Precio nacional: S/.2
Ganancia: S/.0.90 – 1.90	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Escoba navideña	
Función: Ornamentar	Clasificación del producto: Línea navideña
Cromática: Rojo y verde	
Acabado: Bajo	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Ninguna	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/0.50
Precio local: S/1.50	Precio nacional: S/2
Ganancia: S/1 – 1.50	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Hombre de nieve	
Función: Decoración	Clasificación del producto: Línea navideña
Cromática: Natural	
Acabado: Medio	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido llano	
Ornamentación: Bufanda y sombrero	
Textura:	

Días de elaboración: 3 días	Costo de producción: S/.8
Precio local: S/. 25	Precio nacional: S/.28
Ganancia: S/.17 -20	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Ángel de navidad grande	
Función: Ornamentar	Clasificación del producto: Línea navideña
Cromática: Natural y fucsia	
Acabado: Alto	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido plano	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Lisa	

Días de elaboración: 3 días	Costo de producción: S/.6
Precio local: S/.25	Precio nacional: S/.28
Ganancia: S/.19 - 22	



**FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS DE PAJA
TOQUILLA EN LA ASOCIACIÓN VIRGEN DEL PILAR LA CAMPIÑA**

Artesanía: Ángel de navidad pequeño	
Función: Ornamentar	Clasificación del producto: Línea navideña
Cromática: Natural y amarillo	
Acabado: Bajo	
Tipo de unión: Manual	
Técnica de tejido: Tejido llano y calado	
Ornamentación: Ninguna	
Textura: Irregular	

Días de elaboración: 1 día	Costo de producción: S/.2
Precio local: S/.5	Precio nacional: S/.8
Ganancia: S/.3 - 6	

