



FACULTAD DE HUMANIDADES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

TESIS

EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA

DESDE EL DISEÑO GRÁFICO

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADOS EN ARTES & DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

Autor(es):

Bach. Barrera Verona Anthony Joaquín.

Bach. Niño De La Cruz Astrid Bettina.

Asesor(a):

Mg. Linares Purisaca Geovana Elizabeth

Línea de investigación:

Arte y comunicación

Pimentel, Perú

2018

**EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA
DESDE EL DISEÑO GRÁFICO**

Aprobación de la tesis

Barrera Verona Anthony Joaquín

Autor de la tesis

Niño De La Cruz Astrid Bettina

Autor de la tesis

Mg. Linares Purisaca Geovana Elizabeth

Asesor de la Investigación

Dra. Peláez Caveró Julia Beatriz

Presidente del Jurado de tesis

Mg. More Peña Joaquín Edgar.

Secretario del jurado de tesis

Lic. Paredes Garboza Rayme Giancarlo.

Vocal del jurado de tesis

DEDICATORIA

Dedicamos nuestra tesis a nuestra familia, por el apoyo incondicional que se nos ha brindado durante nuestra carrera profesional.

Los autores.

AGRADECIMIENTO

Primero empezar agradeciendo a Dios por permitirnos llegar hasta donde estamos, a nuestros docentes por los conocimientos brindados a lo largo de los 5 años que duró nuestra carrera profesional y a nuestro querido asesor por ser un gran amigo que nos transmitió grandes conocimientos durante la investigación y estuvo hasta culminar con el desarrollo de la tesis.

Los autores.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo explicar de manera abreviada los procedimientos realizados desde el inicio, desarrollo hasta el resultado final.

Durante el estudio realizado, se halló como resultado que existe poca valoración de la artesanía por parte de sus mismos pobladores, debido a la falta de una Línea gráfica definida.

Como estudiantes de diseño gráfico surge la necesidad de acudir a estrategias para revalorizar de la artesanía ferreñafana con herramientas basadas en el diseño gráfico que nos permitan lograr los objetivos de la investigación. Se comenzó investigando las causas principales sobre la desvalorización de la artesanía ferreñafana, a través de una ficha de observación.

Para resolver la problemática se aplicó entrevistas en las que participaron: La Asociación de Artesanos Ferreñafanos (ASARFE), turistas y pobladores; el instrumento mencionado se aplicó durante el desarrollo de la presente investigación. De acuerdo a los resultados obtenidos, se determinó que la desvalorización es causada por su desconocimiento. La tienda donde se llevó a cabo la investigación fue “Artesanías Peruanas”, que carecía de una marca establecida, por lo cual generaba desconocimiento y poco valor hacia la artesanía en Ferreñafe.

Ante lo encontrado, se aplicó estrategias gráficas que permitirán la valorización de la artesanía Ferreñafana, lo que conllevó a que se elaborara una Propuesta de Línea Gráfica de la marca “Artesanías Peruanas”; empezando por su nueva imagen, creando un isologotipo fundamentado y aceptado por los artesanos de ASARFE, sugiriendo colores, los cuales los representan y generando una marca con valor ferreñafano.

Fue necesario validar la propuesta planteada en la investigación, finalmente la aplicación de la misma se ejecutó en una reunión en conjunto con la Asociación de Artesanos Ferreñafanos (ASARFE), en donde se les presentó la propuesta, la cual representa la imagen gráfica de fácil recordación y asociación con la empresa; así mismo le brinda un valor agregado.

Palabras claves: Valor, Identidad, Artesanía y Diseño gráfico.

ABSTRACT

The present investigation has as objective to explain in an abbreviated way the procedures that were made from the beginning and development to the final result.

During the study, it was found as result that there is a meaningless appreciation of the crafts made by their own inhabitants, due to the lack of a Graphic line.

As students of graphic design, there is a need to think about strategies to revalue of the Ferreñafe Crafts, with graphic design's tools that allow us to accomplish the objectives of this research. It began by looking for the main causes of the devaluation of the Ferreñafe crafts, through an observation sheet.

In order to solve the problem, interviews were made in which the following participated: The Association of Artesanos Ferreñafanos (ASARFE), tourists and residents, the mentioned instrument was applied during the development of this research. According to the results obtained, it was determined that its devaluation is caused by their ignorance. The shop where the research was made was "Artesanías Peruanas", the same one that had a lack of an established brand, which generated the ignorance of the store existence and poor value of the crafts in Ferreñafe.

With the results, graphic strategies were developed for allowing the Ferreñafe crafts the valorization they are looking for, which lead to the elaboration of a Graphic Line Proposal of "Artesanías Peruanas" brand. Starting with its new image, creating an isologotype based and advised by the artisans of ASARFE, suggesting colors which represent them and generating a brand with the value of their town.

It was necessary to apply a pilot to validate the proposal made in the research. Finally the application of the proposal was executed in a meeting with the Association of Artesanos Ferreñafanos (ASARFE) where the proposal was presented to them, representing the images and graphics that are easy to remember and associat with the company, likewise contributing an added value.

Keywords: Value, Identity, Crafts and Graphic Design.

INDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
I. INTRODUCCIÓN	8
1.1. Planteamiento del Problema	8
1.2. Antecedentes de Estudio	10
1.3. Abordaje teórico	13
1.4. Formulación del problema.	24
1.5. Justificación e importancia del estudio	24
1.6. Objetivos.	25
1.7. Limitaciones.	25
II. MATERIAL Y MÉTODOS	26
2.1. Tipo de estudio y diseño de investigación	26
2.2. Escenario de estudio.	26
2.3. Caracterización de sujetos.	26
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	27
2.5. Procedimientos para la recolección de datos.	27
2.6. Procedimiento de análisis de datos.	28
2.7. Criterios éticos.	28
2.8. Criterios de rigor científico.	28
III. REPORTE DE RESULTADOS	31
3.1. Análisis y discusión de resultados.	31
3.2. Consideraciones finales.	56
3.3. Aporte práctico.	60
REFERENCIAS	87
ANEXOS	

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

A lo largo de la historia de la humanidad se han encontrado manifestaciones de la vida cotidiana de nuestros antepasados que fueron plasmadas en objetos, ya sean utensilios, textiles, artilugios o joyas, fabricados manualmente sin la intervención de maquinarias, por lo que se considera a la artesanía como objetos fabricados para fines decorativos o de uso común.

Antiguamente la confección de artículos artesanales respondía a la satisfacción de necesidades de carácter individual o colectivo, los mismos que tenían funciones de uso doméstico, decorativo y hasta para rituales ceremoniales.

Hoy en día se enriquecen las técnicas adquiridas a lo largo del tiempo, que se ajustan a las necesidades de una nueva era, en la que el artesano tiene poco contacto con el consumidor final y es donde el diseñador cumple el rol de mediador entre la tradición y la modernidad.

La particularidad de cada producto elaborado yace en la fabricación manual lo que significa que cada vez más resulta un producto único o personalizado y es justamente uno de los principales valores.

Existe una diversidad de culturas a nivel mundial y si hablamos de las que representan a Perú, existen culturas muy reconocidas y algunas inspiradas en otras.

La artesanía en el Perú se encuentra entre las más variadas en el mundo, ya que cuenta con una gran diversidad de contenido (culturas prehispánicas, coloniales, etc.), en comparación al resto de países sudamericanos, como prueba tenemos las grandes exportaciones realizadas cada año en la que se muestra el gran ingenio de los peruanos en los mercados europeos, asiáticos y norteamericanos.

Su gran diversidad, colorido, creatividad y múltiple funcionalidad, hace de ella una actividad fundamental, no solo para la configuración de la identidad peruana, sino también en beneficio de miles de familias y pueblos enteros. Todo lo que se plasma en las piezas representan siglos de historia y símbolos prehispánicos, lo que hace la identidad múltiple y compleja.

La excelencia de los oficios artesanales en el Perú, se manifiesta en distintos diseños minuciosos en su representación de la vida campesina o mestizaje cultural.

Si hablamos de la artesanía ferreñafana, proporciona ese atractivo, que hace que cada elemento sea único y novedoso para el consumidor. El proceso de concepción y el modo de producción están relacionados directamente con tradiciones o con técnicas aprendidas por el artesano de manera empírica o en menor escala técnica.

La artesanía, es un modo de vida y forma parte de la economía, guarda además conexión social y cultural con la persona que se dedica a esta actividad. En el ambiente del artesano se maneja constantemente el término “diseño”. En ocasiones, el artesano se vuelve diseñador, así se puede hablar de la incorporación del mismo a la artesanía como parte del proceso del artesano, que va desde la creación hasta la venta de su artículo. El diseño gráfico se incorpora en la estrategia comunicacional y comercial, al utilizar los medios para llegar al público al que se dirige el artesano (Cisneros & Gabriel, 2013).

En la actualidad existe una tienda en la provincia de Ferreñafe llamada “Artesanías Peruanas”, la cual es el punto de venta donde ASARFE (Asociación de Artesanos Ferreñafanos) exhibe sus productos artesanales. Dicha asociación alberga a 14 miembros artesanos, los cuales dedican su tiempo e inversión, en materias primas para elaborar productos artesanales tomando como referencia su cultura (Sicán).

La asociación tiene como líder a la Sra. Betty De La Cruz Suysuy que desde hace más de 35 años se dedica a la artesanía y lleva 6 años como presidenta de la asociación, quien, a lo largo de su trayectoria y experiencia, afirma que existe poca valoración de la artesanía en la provincia de Ferreñafe.

Ante esta situación se ha creído conveniente llevar a cabo este estudio, puesto que en esta actividad se ven involucrados muchos artesanos que encontraron en este oficio una gran oportunidad, pero que, al competir con productos elaborados con procesos industriales de bajo costo y calidad, aumenta la brecha de poca valoración de productos hechos a mano.

Cabe mencionar que ASARFE fue el centro de esta investigación, analizando no solo el comportamiento de los consumidores, sino también del proveedor; en este caso, los artesanos de la provincia de Ferreñafe. El resultado generó datos reales que aportaron y fundamentaron esta investigación.

1.2. Antecedentes de Estudio

(Cisneros & Gabriel, 2013), **en su tesis: Los Aportes del Diseño Gráfico a la comunicación comercial de la Artesanía urbana en el Distrito Metropolitano de Quito, para optar el grado de Maestría en Diseño, de la Universidad de Palermo facultad de Diseño y Comunicación, Argentina, Concluye que:**

“La riqueza estética de los artículos artesanales sirve como partida de recursos estéticos para las aplicaciones de diseño gráfico, las formas, los colores y las texturas, se traducen en íconos o imágenes nuevas. El diseñador se inspira de los valores estéticos y la gran fuente de recursos gráficos que le ofrece la artesanía para proponer nuevas alternativas gráficas, el diseñador – comunicador visual requiere analizar estos elementos para re significarlos de tal manera que no compitan estéticamente con el producto artesanal, sino que se creen complementos eficaces como: logotipos, marcas, empaques, que permiten que el objeto artesanal sea más competitivo y valorado en el mercado”

Concretamente “el diseño gráfico articula estrategias de comunicación visual para los emprendimientos de artesanía. Se ha podido ver cómo el uso adecuado del diseño gráfico y la preocupación por dar valor marcario al producto artesanal permite que las artesanías se re valoricen y sean comercializadas sin convertirlas en objetos industrializados”

Es decir los diseñadores están encontrando en los procesos artesanales tradicionales nuevas formas de diseño gráfico al re configurar técnicas tradicionales, las hacen vigentes con propuestas innovadoras desde la forma, desde el diseño, es el caso de Bitácora que nació con la idea de promocionar la técnica de serigrafía como alternativa de impresión artesanal y no como una técnica gráfica caduca. Este mismo emprendimiento cuida del entorno con la propuesta de bajo impacto ambiental lo que genera un valor agregado a la marca.

(Martínez Enciso, 2012), **en su tesis: La necesidad de re significar las Artesanías para su supervivencia en el Mercado, para optar el grado de Comunicadora Social, Pontificia Universidad Javeriana facultad de Comunicación y Lenguaje, Bogotá, Concluye que:**

La colaboración entre diseñadores de modas, y prestigiosas marcas del gremio con artesanos tradicionales es algo que va en aumento, y que ayuda tanto a unos como a otros, la constante aparición del desinterés por parte de la nuevas generaciones de las comunidades indígenas

para aprender los oficios artesanales propios de sus comunidades, por ser mal remunerados y dispendiosos en tiempo, hace que sea más probable la desaparición de dichos saberes ancestrales, es necesaria la relación entre diseñadores y artesanos para que la demanda del mercado por estos productos y por lo mismo la elaboración de los mismos aumente y con ello la subsistencia económica de dichas comunidades.

En cuanto al favorecimiento que recibe la moda por parte de la artesanía, es un valor agregado que no se puede negar, en un mundo en donde el poder de consumismo es absoluto y las cosas cada día están más exequibles (si no las piezas originales, si las imitaciones) que estandarizan nuestra forma de vestir y por qué no, con ella la de comportarnos, la gente está buscando la diferencia, la exclusividad y que mejor que con prendas únicas hechas a mano que además estén llenas de toda una carga simbólica de culturas ancestrales. Este tipo de mano de obra y de asociación con artesanos juega muy bien con las tendencias, que van en aumento, sobre moda ética, ecológica y social a la que cada día más diseñadores se están uniendo. Y quien mejor que Enrique Loewe, presidente de la Fundación Loewe. Para afirmar que —la moda, necesita más verdad, más autenticidad destacando a importancia de la artesanía como forma de sabiduría popular y ha afirmado que "no hay moda sin artesanía".

La cuestión no está en dar caridad o ayudar de manera fraternal a los miembros de las comunidades indígenas, pues si bien es cierto que son grupos minoritarios y en su mayoría marginados, nosotros nos hemos encargado de darles esa posición en la sociedad, ahora es tiempo de darles el lugar que se merecen por ser los poseedores de nuestra cultura ancestral y los dueños de los saberes artesanales, que hoy por hoy están reconocidos a nivel mundial y son parte de nuestra identidad nacional.

(García Hernández, 2015), **en su tesis: "La Artesanía Oaxaqueña como producto creativo: Una evaluación de creatividad en productos de alfarería hechos en Oaxaca, México", para optar el grado de Ingeniero en Diseño, Universidad Tecnológica de la Mixteca, Oaxaca, Concluye que:**

Los productos creativos como perspectivas de estudio de la realidad presentan una gran ventaja tangible. Al ser un producto creativo donde se manifiestan actitudes y destrezas requeridas para la creación. Dicha ventaja aún no se refleja en abundante literatura dedicada a la creatividad desde el producto creativo. Ya que en campos como la Artesanía y el diseño

la actividad creadora es la tarea principal. Entonces la escasez de información sobre el producto creativo es un problema que ambos campos comparten.

Actualmente existe diversidad de iniciativas de trabajo entre artesanos y diseñadores, lo importante es resaltar el balance entre conservar y renovar en lo que ambas partes se vean beneficiados.

Es un poco preocupante que en el campo de la Artesanía local aún no se alcance un claro entendimiento sobre como apreciar si ésta es creativa por los objetos, los creadores, sus procesos o el ambiente en donde se genera. El problema principal de esta investigación es conocer los parámetros que valorarían a la Artesanía como un producto de creatividad.

Para el desarrollo de esta tesis se ha optado por atender la perspectiva del producto creativo. Por lo cual la presente investigación se centra en el estudio de los parámetros que auxilian para evaluar el producto y determinar un valor creativo. Ya que, desde la perspectiva social y sistémica, no hay manera de saber si un producto creativo es nuevo y valioso si no es por referencia a algunos criterios y a la evaluación social. Objetivo que se persigue mediante las tres acciones que resultan necesarias en una evaluación social.

(Morón Donayre, 2012) **en su tesis: Signos de Identidad: De la Gráfica popular limeña a la identidad gráfica peruana, para optar el grado de Licenciado en Arte con mención en Diseño Gráfico, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú, Concluye que:**

La identidad cultural es como la huella dactilar que distingue a un pueblo de otro, se construye en base a memoria colectiva, el pasado histórico, la geografía y la biología, en un contexto marcado por las relaciones de poder que determinan el sentido de su construcción.

Las identidades son portadoras de símbolos que forman parte de las manifestaciones materiales e inmateriales de cada cultura; ayudan a construir, difundir y consolidar la identidad de un grupo humano. Dentro de estas manifestaciones se encuentra la producción gráfica de los pueblos, la cual se convierte en elemento identitario transmisor de identidad, que queda como un registro de la evolución de nuestra identidad a través de los diversos fenómenos sociales y choques culturales experimentados a lo largo de nuestra historia como grupo humano.

Los choques interculturales significaron no sólo un cambio en la identidad cultural nacional y local, sino también la evolución y transformación de nuestros signos identitarios. A través

del fenómeno de apropiación se produce el sincretismo de los artefactos culturales y las representaciones visuales entre lo Occidental y lo Indígena. Sin embargo, esta transformación de las manifestaciones gráficas pasa también por el sincretismo entre lo africano y lo asiático. Este proceso de sincretismo y transformación no se detiene hoy en día, sino que, por el contrario, vemos como nuestras manifestaciones culturales continúan transformándose.

1.3. Abordaje teórico

1.3.1. La Artesanía Peruana

La artesanía peruana se encuentra entre las más variadas del mundo. Para iniciar hablando de artesanía definiremos términos relacionados junto con la práctica artesanal en el Perú y en el contexto del artesano norteño en el distrito de Ferreñafe, para conocer un poco de cómo se desenvuelve actualmente la actividad artesanal, así como también destacar el interés y valoración por lo hecho a mano.

Según (Twemlow, 2007).

“Existe un resurgimiento actual del interés por la artesanía, que es evidente en la producción del diseño, arquitectura y moda, al igual que en el diseño gráfico, está estrechamente vinculado con la nueva atención que reciben la decoración, los ornamentos y las tramas”

Se entiende que la artesanía está surgiendo por sus técnicas, acabados, y sobre todo en su proceso artesanal generando así un producto con gran valor.

Actualmente la Artesanía es poco difundida por la nación esto hace un desconocimiento y por lo tanto una falta de valorización, aun así, teniendo a MINCETUR entidad del gobierno que no se hace presente en los poblados más alejados, olvidando que esos pueblos son la raíz de nuestra riqueza cultural. Hoy en día se cuenta con un apoyo mínimo del centro CITE – SIPAN capacitando artesanos y aportándole nuevos conocimientos para su desenvolvimiento en su labor, este centro se localiza en Lambayeque y es promovido por Mincetur.

1.3.1.1. La Artesanía

Las artesanías, que en su mayor parte nacieron en las culturas indígenas por tradición y función hoy son incorporadas a la vida urbana por su significado cultural. A diferencia de los objetos funcionales que tienen una vida corta, los objetos artesanales hablan de un proceso, de un contexto atemporal. En una época en la que los objetos industrializados se deterioran velozmente en su uso y presencia, los productos elaborados a mano testimonian su figura en la vida diaria sin perder vigencia o significación, hablan del transcurso y de su procedencia. Los objetos artesanales son incorporados a la vida moderna, entonces, por su significado más que por su utilidad. Tradicionalmente, se ha prestado escasa atención a las ferias artesanales, argumentando que, por su carácter informal, carecen de importancia económica y social. Sin embargo, estos esquemas se van rompiendo para dar paso a expresiones populares con las que el ciudadano convive, especialmente los fines de semana cuando hay mayor presencia de ferias y conglomerados artesanales. El surgimiento de las ferias a fines de los años 60, originó además la visibilidad a la producción artesanal urbana, y apoyó a la constitución de criterios colectivos a partir de sentidos de pertenencia por parte de los artesanos en su contexto urbano

Esto se hace evidente en el crecimiento de emprendimientos en los que encuentran artesanías de todo tipo, compartiendo espacio con objetos de diseño y arte.

El concepto artesanía ha adoptado distintas facetas a lo largo de la historia, como cita (Cardalliaguet, 2003),

“La artesanía actual tiene algunas características específicas:

Tecnológico: Su definición es de carácter fundamentalmente manual y con cierto sentido artístico.

Antropológico: La tradición es la que asigna a estos productos una función dentro de la comunidad. Desde esta perspectiva, cabe entender por artesanía toda actividad, remunerada o no, que no haya sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo.

Cultural: El concepto artesanía se funde con el de arte popular, entendido como aquel conjunto de actividades productoras, de carácter esencialmente manual, realizadas por un solo individuo o una unidad familiar, transmitidas por tradición de padres a hijos y cuyos

productos, generalmente de carácter anónimo, están destinados a la cobertura de necesidades concretas.

Nuevas expresiones: Pretende unir no sólo las manifestaciones artesanales vinculadas con las tradiciones populares, sino también todas aquellas actividades que, incorporando nuevos procesos productivos, materiales y diseños, conservan un carácter diferencial respecto a la producción industrial seriada.

La artesanía entonces es el resultado de un proceso creativo que adquiere múltiples formas y se destinan a diversos usos. Las tradiciones populares se reflejan en la elaboración de objetos para uso doméstico, decorativo o como accesorios personales. Las artesanías tradicionales y sus fases de elaboración se caracterizan por ser parte de una herencia cultural que se manifiesta a través del aprendizaje de técnicas y procesos de comercialización de generación en generación, evidenciado en familias de artesanos de todo el país que mantienen su negocio artesanal familiar. En la artesanía ecuatoriana comercializada en Quito se notan, además, las distintas características que las hacen reconocibles dependiendo de cada región de donde provienen.

1.3.1.2. ¿Cómo se valora la artesanía?

Los productos artesanales requieren de un cambio de imagen, es decir se requiere de nuevas estrategias visuales que permitan a los consumidores percibir objetos artesanales únicos en su línea de producción.

En colaboración con el diseñador a fin de desarrollar productos con diseños modernos y competitivos, tomando en cuenta las necesidades del consumidor final, con el compromiso de fomentar la evolución de la cultura material.

1.3.2. Importancia cultural e identidad de la artesanía y el diseño gráfico.

Según (Espejel Leguizamo, 1972)

“Los objetos artesanales, como expresiones culturales, se consideran representaciones físicas de una colectividad, grupo humano, que, a la vez, incorpora elementos ancestrales de su cultura y componentes externos como influencia de un entorno globalizado. La artesanía es un elemento esencial para manifestar rasgos del ser humano, su realidad, su pasado, su vida actual. Las artesanías son un mensaje auténtico de las tradiciones populares, que se

reflejan en sencillos objetos elaborados por el pueblo, con un carácter de simpleza al satisfacer una necesidad inmediata, pero siempre con una intención artística consciente, utilizando para tal fin materiales que se tienen a la mano y con dichos materiales el pueblo no sólo produce objetos en formas tradicionales sino también artículos sensibles a las nuevas necesidades”

Se analiza la importancia de la artesanía como fuente cultural en el contexto global, el modo de vida del artesano que se ha debido adaptar a los cambios sociales, las nuevas dinámicas del artesano no se centran en lo tradicional, sino que es capaz de adaptarse a un nuevo entorno social manteniendo la identidad de país, estas características deben estar plasmadas en los productos artesanales manteniendo un diseño bajo una línea gráfica.

La artesanía, como forma de expresión cultural, ayuda a comprender el entorno en el que se desenvuelve el artesano, su ambiente, su forma de vida y sus actividades económicas. Existen artesanos que son la generación más joven de una larga tradición familiar que desarrollan productos hechos a mano de forma tradicional y características típicas, así como nuevos artesanos que generan productos innovadores en materiales, funcionalidad y forma. El potencial creativo de los productos manufacturados es el resultado de mezclar con éxito la tradición y la innovación, creando artículos nuevos que serán atractivos en mercados saturados de objetos de uso y producción masiva.

Además según

(Espejel Leguizamo, 1972) señala que “ los productos son fabricados por los seres humanos para otros seres humanos, por cuanto es importante entender que los individuos son seres con identidad y cultura y así cada objeto elaborado por un artesano trae en sí, una carga cultural que se manifiesta a través de formas, colores, materiales, técnicas, funcionalidad o estética. No se puede desprender totalmente a un ser humano del entorno globalizado en el que vive actualmente, dadas las constantes influencias a las que está sujeto actualmente.

(Colombres, 2004) Sostiene

“En la actualidad, se banaliza y estereotipa al arte, así también se estereotipan las necesidades del usuario, generalizando estas necesidades, volviéndolas globalizadas, perdiendo identidad y riqueza histórica. La artesanía se puede volver genérica o verse desde

una óptica globalizada determinada por los factores de consumo en masa y la influencia de los medios de comunicación.”

La artesanía como forma de expresión cultural no se verá forzada a convertirse en una manifestación de consumo de la sociedad en la que vivimos, sino que tiene la misión de mantener herencias propias de la región en donde nace, características de la gente que los produce-comercializa, estas cualidades mantienen a la artesanía como referente local y marca identidad de su lugar de origen.

Muchos de los cambios sociales y la influencia de la globalización cultural han hecho que la identidad y la cultura locales del artesano vayan desapareciendo o volviéndose genéricas. En cuanto a las comunidades que aún conservan sus tradiciones y las aplican a sus actividades diarias o a sus objetos artesanales, han visto que su estilo de vida puede ser de gran interés para determinados mercados de consumo, donde turistas se ven atraídos por determinada vestimenta, alimento u objeto decorativo poco convencionales para su visión del mundo, los ven como algo folklórico. Algunos artesanos aprovechan de buena manera estas características culturales y las transforman en modo de vida.

1.3.2.1. Artesanía e Identidad.

(Martínez Acosta, 2010) Señala que:

“La identidad conlleva un cambio y una continuidad, señala que es un proceso situacional que se establece y refuerza con cada identificación individual, con cada objeto producido y comercializado. La identidad ya no se percibe con algo fijo, sino que se manifiesta como actividad colectiva, plural, compuesta por factores como la clase social, el género o la etnia de los individuos en su contexto de transformación social y cultural al pertenecer a una sociedad globalizada.”

Si bien la artesanía es una actividad primordial para la subsistencia de distintos sectores que tienen a la artesanía como opción laboral y forma de vida. La tarea del diseñador artesanal no se limita en el hecho de elaborar objetos con sus manos, se orienta también en el aprendizaje y descubrimiento que le aporta el entorno social en que desarrolla su actividad, la gente que le rodea, le permite descubrir verdaderas necesidades para el público al cual quiere atender con sus objetos. La artesanía no es sólo una forma de subsistencia material, sino un aspecto estructural de las sociedades, contiene aspectos ligados al orden simbólico,

estético, y de presencia cultural. Los diseñadores que participan en procesos de confección artesanal contribuyen en la conformación de sistemas sociales económicos y políticos, a partir de procesos de recuperación de memoria social que fundamentan la identidad de los objetos.

Los productos de tipo artesanal compiten con todo tipo de productos seriados y se menciona que la calidad de los objetos elaborados bajo aspectos técnicos – industrializados no podrá superar los valores intangibles de un producto de tipo artesanal, dichos objetos pueden alcanzar un alto nivel de innovación, creatividad y valor agregado fundamentado el trabajo con identidad nacional, que aporte significativamente a los aspectos culturales y sociales, destacándose así competitivamente.

El diseño gráfico orientado a rescatar y revalorar la cultura implica el respeto por las personas, por los entornos y sus costumbres, por las tradiciones y los materiales, que sirven de base para articular elementos en un proceso de comunicación.

En cuanto a la relación del diseño y la identidad y en concordancia con lo expuesto, el diseño tiene una importante participación en la proyección comercial de un producto artesanal pues ayuda a establecer los valores diferenciales que lo identifican como elementos del entorno cultural de la comunidad a la que pertenece. Si se analiza que las técnicas artesanales o los materiales no siempre son exclusivos de una única comunidad, se entiende que en el proceso de diseño intervienen otros elementos culturales de tipo gráfico tales como marcas, logotipos, empaques, entre otros elementos gráficos que reflejan una identidad visual y que ayudan a definir estos objetos como propios de un contexto socio – cultural y facilitan a la vez un posicionamiento destacado con valores diferenciadores en el mercado.

En la actualidad en general, hay un mayor interés y conciencia social sobre el rol que tienen los artesanos al combinar las técnicas tradicionales con objetos contemporáneos, existe también un reconocimiento creciente por parte de los consumidores por las características únicas de lo artesanal sobre lo industrializado. La intermediación del diseñador en la artesanía puede verse reflejada en proyectos innovadores y exitosos pero que guardan y potencian características primordiales de la cultura artesanal.

El artesano no siempre está en contacto directo con sus clientes y en esos casos el diseñador gráfico actúa como un intermediario entre el artesano y el usuario. El diseñador puede ayudar al artesano haciendo comercializable el producto, respondiendo a las necesidades del

consumidor y preferencias de uso, aunque las intervenciones excesivas pueden dañar las prácticas artesanales tradicionales, el diseño sí podría actuar como plataforma de lanzamiento y promoción sin interferir en la labor artesanal. Consideramos que la intervención del diseño es una interface entre la tradición y la modernidad que demanda ajustar la producción de la artesanía con las necesidades de la vida actual.”

En la intervención del diseñador en la artesanía éste aprende sobre valores culturales y simbólicos de la artesanía, sabiendo que tradicionalmente la transmisión de estos valores suele ser más bien de tipo oral. Para que la artesanía pueda competir con los objetos industrializados a nivel comercial en el mercado urbano, el diseñador buscará destacar el valor agregado de la riqueza visual artesanal para poder diferenciarse de los objetos realizados de forma industrial. El diseño en la artesanía busca poner en un lenguaje comercial más atractivo para el consumidor urbano.

(Ledesma, 2003), sostiene que “el diseño gráfico, como toda práctica cultural, es una actividad que tiene, entre otras características, la voluntad de comunicar. El diseño gráfico cubre todas las necesidades de la comunicación visual y, al estar dentro de las actividades sociales, el diseñador vive de su profesión, esta conexión se basa a su vez, en relaciones comunicacionales con todo su entorno social.”

1.3.3. La Teoría de la Comunicación Gráfica.

La Teoría de la comunicación gráfica es una extensión más del amplio campo de la comunicación en el ámbito gráfico. La palabra comunicación proviene del latín “comunis” que significa “común” por lo tanto comunicar significa transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos “en común” con otro, utilizando un código de comunicación gráfica. A este proceso se le denomina interacción gráfica y está conformada por los mismos elementos que forman parte de la teoría de la comunicación, los cuales son: Emisor, receptor, mensaje, canal y código.

La comunicación gráfica lleva estos elementos porque tiene una amplia ventaja para el proceso de comunicar de manera eficaz porque nos introduce y nos especializa con mayor profundidad y no solo en aquello que finalmente se transformara en una comunicación gráfica, sino en el cómo, que, quién, porqué, dónde, cuál, cuándo, cuánto, para qué y muchas otras preguntas acerca de lo que queremos comunicar. Nos logra ubicar en el contexto y un

tiempo determinado y nos conduce a resolver los problemas gráficos de nuestro entorno (Noriega torres, 2013).

En Conclusión: ¿Qué es comunicación Gráfica?

Es la transmisión y transferencia de cualquier representación gráfica. Su objetivo es informar gráficamente algo y su misión es lograr una interacción grafica entre un emisor y un receptor por medio de diversos canales.

1.3.3.1. Los tres elementos del Lenguaje Gráfico.

(Costa, Diseño, 2011). “El lenguaje gráfico consta de tres elementos básicos y otro elemento complementario. Todo mensaje es una combinación de dichos elementos, lo que supone la creatividad. Al mismo tiempo, todo mensaje es una superposición de dos mensajes: el connotativo y el denotativo, o el semántico y el estético”.

La Imagen, el Signo y el Esquema son los fundadores paradigmáticos del lenguaje gráfico. Ellos proceden, antropológicamente, del trazo manual, la línea y, con ellos, la elaboración de “formas”. Por eso, el Color -que es ausencia de forma- no es elemento del lenguaje gráfico. (Para serlo debe convertirse en signo; entonces ya es “forma” y pasa a ser parte de un código).

1.3.4. La Semiótica en la Comunicación.

La Semiótica es una ciencia, la cual se encarga del estudio de los signos, la interacción que tienen ellos con la sociedad, es necesario aclarar que esto gira en torno a un espacio en específico. Esta teoría es la que explica como los seres humanos interpretan textos, imágenes y sonidos. A través de la semiótica el comunicador o diseñador realiza su trabajo transmitiendo información que puede ser directa o indirecta según el caso. Tiene como característica la arbitrariedad, mutabilidad y linealidad.

(López Iglesias, 2014) Sostiene que:

“Para comunicarse los Diseñadores usan imágenes y, si las imágenes se basan en la aplicación de los principios de la semiótica, un elemento grafico puede transmitir más de lo que aparenta a primera vista.”

La semiótica se convierte entonces en una herramienta muy útil para quienes buscamos como manera de expresión las imágenes ayudándonos a continuar en el proceso de producción iconográfica.

1.3.5. Teoría del color.

Esta teoría se remota a los años 1665 donde Isaac Newton descubrió que la luz atravesando un prisma se descompone, este fenómeno lo llamo espectro de colores donde están presentes el rojo, naranja, amarillo, verde, azul, añil y violeta.

Fraser, Banks. Isaac Newton los organizo en torno a una rueda, muy parecida a la que utilizan hoy día los artistas para describir las relaciones entre colores.

¿Por qué la rueda de colores supone una herramienta útil de diseño?

Ahora llamado círculo cromático, los próximos como máximo 5 en secuencia son análogos, obteniendo un contraste cromático mínimo y una armonía. Los colores análogos también tienen una temperatura cromática relacionada. Dos colores situados frente a frente al círculo cromático son complementarios, no comparten ningún elemento y tiene temperaturas cromáticas opuestas: cálido contra frío.

Fraser, Banks. La decisión de utilizar colores análogos o que contrasten afecta a la energía visual y al tono general de toda composición. El color en sí no existe, no es una característica del objeto, es más bien una apreciación subjetiva nuestra. (p.72)

1.3.5.1. Interacción con el color.

La interacción del color en el ojo humano es un fenómeno natural que puede causar diferentes sensaciones, la yuxtaposición en el campo del diseño se emplea para referirse a la relación que se establece entre dos o más objetos cuando estos se tocan, pero no interfieren para nada unos en los otros. Dentro de la teoría del color esta técnica es la que inicia una diferencia entre marcas o también podríamos llamar empresas, esto le genera identidad y reconocimiento por tener colores definidos y fundamentados en base a teorías que definen sensaciones para el espectador o público.

La combinación de colores genera una cantidad de variaciones en tonos los cuales son seleccionados dependiendo su fin, pueden ser cálidos o fríos. Se debe tener en cuenta que el color no se percibe igual en lo digital como en la impresión (RGB/CMYK), por lo tanto,

debemos manejar patrones cromáticos (PANTONE). Albers, Los diseñadores yuxtaponen los colores para crear climas y cualidades específicos y utilizan un color de terminado para neutralizar o intensificar otro (p.78).

1.3.6. Los Elementos del Diseño.

El diseño gráfico hace uso de varios elementos en su composición que son utilizados de manera denotativa y cognitiva para la eficacia del proyecto, pieza grafica o diseño en general para la mejora en la estética, estilo y significado visual, en el caso de una línea grafica visual se tiene que tener como base los antecedentes, para así lograr un recorrido visual que oriente de manera clara el mensaje o la composición en sí. En la Artesanía el espacio visual seria cualquier tipo de sustrato en donde el artesano desarrollaría una composición que podría ser iconografía, color, tipografía y por último la técnica que debido a la práctica de manera empírica los caracteriza. (López Iglesias, 2014), afirma que el escenario sobre el que se organiza las partes que componen un diseño se denomina espacio visual, y el valor y eficacia de la comunicación del mensaje está en manos de lo adecuadamente combinado que estén (p.97)

1.3.7. Artesanía desde el Diseño Gráfico.

El Diseño Gráfico y la Artesanía están ligados desde su creación como idea, desde el proceso de elaboración hasta sus acabados. Pero los fundamentos son importantes en la primera etapa de este desarrollo artesanal, teniendo como base fundamental el gran material iconográfico recopilado de la cultura Sicán, la cual representa a la provincia de Ferreñafe generando una línea gráfica con identidad. La relación directa entre estos dos términos es la comunicación visual.

Según (Fernández Tito, 2004),

“La artesanía se percibe directamente con los sentidos y proyecta belleza que va más allá de las percepciones estéticas de los objetos estandarizados y del diseño industrial, además la artesanía tiene componentes conceptuales más ricos.”

El diseñador es ajeno a la actividad artesanal por lo que el artesano tiene una experiencia empírica con la práctica diaria buscando y satisfaciendo necesidades, creando e innovando nuevos productos de acuerdo a sus conocimientos como artesano y experimentando

apostando por productos nuevos, pero siempre manteniendo sus raíces, la cual forma parte de su identidad local.

(Fernández Tito, 2004) Además afirma que

“El artesano no se define por su nacionalidad ni por su religión (...) Leal a una práctica: su oficio. Su jornada no está dividida por un horario rígido sino por un ritmo que tiene más que ver con el del cuerpo y la sensibilidad” (p.103).

A diferencia el diseñador tiene los conocimientos para identificar, desarrollar y manejar una línea gráfica, logrando así una fácil identificación aportando un valor agregado para la artesanía Ferreñafana. Con ayuda de estrategias y la comunicación visual se llega a una mejor difusión y conocimiento de la misma.

1.3.7.1. El nuevo diseño gráfico y el problema de la identidad.

La sociedad hoy en día tiene en mente que los diseñadores no pueden involucrarse con la artesanía por el motivo que tienen un pensamiento erróneo y antiguo de que cambiaría en su totalidad, pero en realidad el diseño gráfico aporta nuevos conocimientos con fundamentos establecidos a través de la historia. Actualmente existen nuevas tecnologías, medios digitales donde el diseño gráfico abre nuevas puertas a estrategias de comunicación visual, estética, estilo y sobre todo identidad a una empresa. Guzmán. “Esto creo un lenguaje en la comunicación visual, todo se volvió más dinámico y ágil, lo cual se reflejó principalmente en el color, las formas y la tipografía, pues cobraron una dimensión que hizo de la información algo agradable a los sentidos”.

Así, se rompieron esquemas anteriores y quedó claro que a nivel impreso y digital muchas cosas nuevas, antes ni siquiera pensadas, se pueden hacer. Esta nueva generación de productos gráficos creo otra tendencia ya que todo empezó a producirse a velocidades insólitas.

1.3.7.2. Diseñar e Implantar una Cultura.

Al diseñar involucramos contextos llenos de características generadas a través de su trayectoria o los motivos por la cual se origina, esto influye mucho la sociedad en la que se encuentra, el espacio donde se muestra en su totalidad, esto nos conlleva a una observación desde el inicio para luego dar paso a una investigación más profunda que podría ser sus

antecedentes, y si hablamos de una empresa seria de apoyo indispensable un Brief. La cultura es un factor importante en la identidad de una empresa, es lo que lo hace diferente ante las demás un símbolo de diferenciación de manera interna y externa entre la empresa, mercado y sociedad. (Costa, Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía (2 edición)., 2012), "La empresa es una micro sociedad que posee una cultura", y a menudo ponen el acento en las "sub culturas" como factor de resistencias o de conflictos internos a los cambios culturales" (p.134).

La cultura influye en tener un cliente satisfecho para una fidelidad con las misma, dentro de la experiencia hacia el cliente que tiene que ver con la ética que se practica, la calidad que se evalúa, la personalidad y el estilo que se maneja, todo esto en conjunto genera un valor agregado. (Costa, Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía (2 edición)., 2012), En los años 80 cuando la práctica de los cambios culturales se empezó a difundir pero esta vez por medio de los consultores o de los investigadores muy orientados hacia la intervención (Peter & Watermann, Deal & Kennedy, Shein, Kilmann, etc.)(p.134)

1.4. Formulación del problema.

De acuerdo a dicha investigación se formuló la interrogante de como el diseño gráfico interviene en la revalorización de la artesanía, ¿Cómo puede el diseño gráfico revalorizar la artesanía ferreñafana?

1.5. Justificación e importancia del estudio

La Justificación de la investigación apostó por la valorización de la artesanía ferreñafana, no solamente a nivel provincial, sino también a nivel regional, nacional e internacional.

A través de la presente investigación se plantearán estrategias, para que la artesanía ferreñafana sea valorada.

La intervención del diseñador para el rubro artesanal ha sido indispensable para el buen manejo de la creación de productos con identidad y si hablamos de artesanía, nos referimos a la expresión cultural de un pueblo.

El diseñador realizó su labor brindando aportes sobre el diseño gráfico y la experiencia obtenida a lo largo de la carrera.

Desde el punto de vista de la comunicación gráfica, de manera conjunta con el diseño gráfico, cumplen un papel muy importante en esta investigación porque a través de sus

aportes en el tema de la artesanía, se logrará establecer un medio visual, valiéndose de sus múltiples recursos técnicos y artísticos en el cual su único objetivo es comunicar.

La línea gráfica, es lo que determina a seguir procesos, teniendo parámetros establecidos, identificando como tal a una marca para su fácil reconocimiento hacia el público en general; esto será de gran ayuda tanto para la artesanía ferreñafana como para los artesanos de dicha provincia, de tal manera que tengan una mejor calidad en la producción y que además sea reconocido y valorado, (Chaves, 2001).

Esta investigación sirve de aporte a otras investigaciones acerca del valor de la artesanía ferreñafana.

Así como se puso en evidencia el nivel sociocultural del público nacional y extranjero, se fortaleció e incentivó a la creación de nuevas técnicas de diseño para lograr que el producto sea visualmente agradable y que cumpla con los estándares de calidad.

1.6. Objetivos.

1.6.1. Objetivo general.

Proponer una línea gráfica que valore la identidad de la artesanía Ferreñafana.

1.6.2. Objetivos específicos.

Determinar las causas principales sobre la desvalorización de la artesanía Ferreñafana.

Desarrollar una línea gráfica que proporcione identidad a la artesanía Ferreñafana.

Validar la propuesta planteada en la investigación.

1.7. Limitaciones.

La principal restricción para el diseño de la investigación es el poco fluido de turistas tanto como la poca valoración de los pobladores, es por ello la razón de dicho estudio. Respecto a los artesanos activos en la asociación ASARFE brindaron su tiempo de manera generosa contribuyendo con la recolección de datos.

En el segundo periodo del año 2017 teniendo las bases y los objetivos ya planteados se inició el proceso para la recolección de datos, para lo que fue necesario visitar el establecimiento ubicado en la provincia de Ferreñafe a 25 minutos aproximadamente de la ciudad de Chiclayo, exclusivamente en la única tienda de artesanías, el tiempo nos limitó contactarnos

con personas más influenciadas en el tema, pero si fue suficiente para plantear una propuesta como solución a la problemática. Los recursos que utilizamos fueron básicos y accesibles teniendo a favor el vivir en la misma provincia de Ferreñafe.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo de estudio y diseño de investigación

La investigación fue de tipo cualitativa, tomando como fuente principal la observación de las actitudes de los consumidores o target, tanto locales como extranjeros. También analizamos las experiencias de los artesanos a lo largo de su trayectoria teniendo en cuenta su punto de vista hacia la Artesanía Ferreñafana, para esto realizamos entrevistas.

Al mismo tiempo el diseño de la investigación es Fenomenológico que estuvo basada en experiencias intersubjetivas, se observaron de manera minuciosa las señales, la diversidad de símbolos y fenómenos que ocurrieron en una determinada situación, se obtuvieron características del mundo real que generaron un análisis descriptivo.

2.2. Escenario de estudio.

Para la observación y recopilación de los datos se determinó por conveniente tomar como escenario la única tienda de artesanía en la provincia de Ferreñafe, para el desarrollo de la investigación, la misma que es abastecida por los miembros de ASARFE, la tienda tiene como nombre “Artesanías Peruanas” ubicada en el centro de Ferreñafe como referencia a dos cuadras del parque principal de la provincia en la calle Simón Bolívar #708. Fue el escenario perfecto para haberse realizado el estudio de cerca, y determinarse la problemática de la investigación.

Esta investigación estuvo basada en la observación, de cómo se producía hasta el día de hoy productos artesanales, junto con el análisis minucioso de sus labores cotidianas para que se pudiera determinar el porqué de la poca valorización, también se entrevistó a los artesanos, turistas y pobladores para que con su experiencia nos brindaran un enfoque claro sobre la artesanía ferreñafana.

2.3. Caracterización de sujetos.

Se ha considerado que los sujetos de investigación hayan sido los Artesanos miembros de ASARFE, así como también a los conocedores y expertos en el tema, de la Provincia de

Ferreñafe, porque son los que más están ligados con la Artesanía dentro del escenario. Por otro lado, también tuvieron lugar los consumidores de Artesanía Ferreñafana. A los que se observó y entrevistó para obtener datos y respuestas generadas por los instrumentos.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La técnica que se utilizó fue la Observación, con la que se realizó interrogantes acerca de la artesanía Ferreñafana, visitando la tienda en 3 oportunidades durante la investigación a los Artesanos y consumidores de Artesanía, con la finalidad de conocer un poco más.

Se utilizó dos tipos de instrumentos, el primero fue la Entrevista donde se realizaron entrevistas tanto artesanos, turistas y pobladores, el proceso de entrevista se dio a cabo en la tienda de Artesanías Peruanas en el caso de turistas; los pobladores fueron personas que se captaron en el distrito como el parque principal y los artesanos se entrevistaron en 3 reuniones que asistimos para poder coincidir con ellos.

Durante el desarrollo de la investigación, se tuvo como finalidad saber el porqué de la poca valoración de la artesanía Ferreñafana. Los especialistas a entrevistar fueron personas cuyo conocimiento era Artesanal y cultural. Así como también a los consumidores artesanales y pobladores. Para así llevar a cabo la triangulación y contrastar datos.

Otro de los instrumentos que se empleó fue la ficha de observación donde se cuestionó dudas acerca de la artesanía Ferreñafana, también sirvió de aporte para recopilar datos que fueron de gran ayuda para la investigación.

2.5. Procedimientos para la recolección de datos.

Para el proceso de recolección de datos se inició con la observación en la tienda de Artesanías Peruanas durante 3 oportunidades donde se pudo observar parte de la problemática y la poca valoración de la artesanía en dicho distrito.

Fue necesario realizar una ficha de observación con una guía de 12 interrogantes las cuales no fueron suficientes para determinar el problema, se elaboró un informe detallado donde se describió la experiencia en la tienda de Artesanías Peruanas.

Luego de este proceso pasamos a realizar las entrevistas correspondientes a cada muestra necesaria, considerando que es una triangulación, se entrevistó a artesanos, turistas y pobladores con diferentes ítems los cuales nos dieran resultados de las interrogantes a resolver sobre el valor de la artesanía en Ferreñafe.

2.6. Procedimiento de análisis de datos.

Para el análisis y tabulación de datos se hizo una triangulación de datos donde se codificó y sub agrupó respuestas y se analizó la coincidencia entre artesanos, turistas y pobladores, para luego haber llegado a una interpretación de datos. Dentro del criterio ético se aclaró y constó que esta investigación fue original, la información presentada fue recopilada por los autores, y los datos generados por los instrumentos son legítimos, utilizados únicamente para la presente investigación. Todo dato recopilado será con consentimiento de cada participante.

2.7. Criterios éticos.

Para llevar a cabo esta investigación, se tomó como escenario el Establecimiento Comercial “Artesanías Peruanas”, donde previamente se hizo llegar un documento a su propietaria - la cual fue aceptada y firmada - para que se nos conceda el permiso de poder realizar los estudios correspondientes, tales como la observación, la misma que se dio en repetidas ocasiones.

Las artesanas de la asociación de ASARFE fueron parte de la muestra, a las que se les entregó un documento de consentimiento informado en donde corroboraban la aceptación de que toda la información que se nos proporcionara iba a ser objeto de estudio para la presente investigación.

Tanto los pobladores como turistas extranjeros, fueron informados acerca de la investigación y de la intencionalidad de la recolección de datos; y que era necesario dar respuestas aceptables que aporten al estudio.

Para esto, se utilizó como seguridad y protección para aquellas personas, un sistema de codificación, de manera que su identidad quede en el anonimato y donde nosotros como investigadores diferenciáramos las respuestas de la muestra.

Los investigadores cumplen con la responsabilidad y obligación de minimizar los riesgos del manejo de datos proporcionados.

2.8. Criterios de rigor científico.

Para definir los criterios éticos, es necesario definir el valor de la verdad, en lo que se refiere a cómo se estableció la confianza en la validez de aquellos descubrimientos, lo cual responde a la creencia o interpretación de nosotros los investigadores mediante las fuentes.

El aspecto más importante en esta investigación, ha sido la participación de los entrevistados, quienes en su condición de artesanos, pobladores y turistas; nos permitieron mediante el

contacto, observación, triangulación de datos, recopilación y comprobación, concluir con la corroboración de resultados de los hallazgos de los participantes.

La transferibilidad de los resultados para la descripción detallada de los contextos que generaron ciertos resultados en la investigación cualitativa de los datos que estos generan, es factor clave para una interpretación adecuada.

La confiabilidad que representa esta investigación, está basada en una serie de elementos utilizados que comprueban el estudio minucioso y que ha contribuido a una verdadera aproximación sobre lo que como investigadores afirmamos.

2.9. Variables y operalización

Las variables que se establecieron en la investigación fueron: La variable independiente que es el diseño gráfico, la cual se necesita para aplicar las diferentes herramientas para optimizar la comunicación gráfica y la variable dependiente que es la artesanía, que en este caso necesita del diseño para lograr ser identificado por su público.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICOS E INSTRUMENTOS
VARIABLE X : DISEÑO GRÁFICO.	COLOR	Selección de colores adecuados a la industria.	Fichas de observación y entrevistas.
		Equilibrio cromático.	
	TIPOGRAFÍA	Texto óptimamente legible.	
		Uso coherente de la tipografía.	
		Tipografía como signo de identidad.	
	FORMA	Comunica su función y es visualmente atractiva.	

		Estético y simbólico	
VARIABLE Y: ARTESANÍA FERREÑAFANA.	IDENTIDAD	Determina lo cultural.	Fichas de observación y entrevistas.
		Rasgos y características que diferencian de los demás.	
	ESTÉTICA	Visualmente agradable.	
		Elementos con identidad.	
	SIMPLICIDAD	Fácil de recordar.	
		Jerarquía visual.	

III. REPORTE DE RESULTADOS

3.1. Análisis y discusión de resultados.

Al iniciar la investigación fue necesario emplear como instrumento de la investigación de campo, la lista de observación, que nos conllevó a dar con datos que aporten a la problemática que se estuvo estudiando, fue muy importante porque evitó que olvidemos datos relevantes y trabajar directamente con el ambiente o realidades.

Se empleó como instrumento de investigación: La Entrevista. Ésta, estuvo dirigida a 09 Artesanos (ASARFE), 06 Turistas (nacionales y extranjeros) y 10 Pobladores, quienes expresaron sus opiniones respecto a la información solicitada.

Cabe resaltar que la muestra fue un tanto reducida, debido a que no muchas personas se dedican a la actividad de la Artesanía, hay una muy baja afluencia de Turistas a nuestros principales atractivos turísticos y nuestros pobladores no están muy enfocados en el tema.

Los ARTESANOS, fueron muy enfáticos al decir que la actividad que ellos realizan no está siendo promovida y mucho menos difundida por las autoridades municipales. Además, que su trabajo no es reconocido, ni valorado, incluso por sus mismos pobladores.

Sobre la existencia de una Tienda de Venta de Artesanía, sostienen que no está muy difundida por falta de publicidad y conocimiento en el uso del Internet y las redes sociales.

Los TURISTAS, reconocen y valoran el trabajo hecho a mano por los artesanos Ferreñafanos. Asimismo, manifiestan que algunos de ellos llegan a adquirir productos artesanales, por su variada iconografía, la calidad de los mismos y para llevar un recuerdo de su visita a sus familiares y amigos.

Los POBLADORES, en su mayoría si conocen la existencia de la única Tienda de Artesanía que existen en nuestro medio, pero no saben exactamente el nombre y tampoco tienen mucho interés en adquirir los productos que allí se venden. Esto hace que haya una constante aparición del desinterés por parte de los pobladores que se interesen en seguir este oficio

artesanal, por ser mal remunerado, entonces a partir de esta situación es probable la desaparición de dichos saberes artesanales.

La gente busca la diferencia y lo exclusivo en los productos, que mejor opción que productos simbólicos de su misma cultura.

Entre artesanos y diseñadores es muy importante que se recalque el balance de conservar y renovar en donde ambas partes se vean beneficiados, teniendo en cuenta la importancia los parámetros que valorarían a la Artesanía como un producto creativo, original y hecho por los mismos artesanos de Ferreñafe.

Se ha evidenciado cómo el uso adecuado del diseño gráfico y la preocupación por dar valor marcario al producto artesanal permite que las artesanías se revaloricen y sean comercializadas sin convertirlas en objetos industrializados.

La riqueza estética de los objetos artesanales sirve como punto de partida para la aplicación de formas y colores que se traducen en íconos o imágenes nuevas propias del diseño gráfico contemporáneo cuyo único objetivo es preservar los aspectos importantes de la cultura.

Es necesario que se emplee en el proceso técnicas tradicionales para poder seguir con una línea donde no se pierda la identidad.

Una vez realizada la propuesta con todos los datos recopilados en la investigación, se hizo presente ante los artesanos de ASARFE para que dieran su opinión acerca del trabajo realizado en colaboración de los resultados más las sugerencias respectivas de las artesanas que la conforman, sugirieron lo que se requería para acoplarse a sus necesidades, con los datos reflejados, pudimos darnos cuenta acerca de la desvalorización de la artesanía, el objetivo era crear una guía que permita el buen manejo de la identidad visual de Artesanías Peruanas.

Por último, al haber ya aplicado la propuesta, se volvió a realizar una entrevista donde participaron nuevamente, artesanos, turistas y pobladores, como resultado tuvimos buenos comentarios acerca de la nueva imagen de Artesanías Peruanas.

FICHA DE OBSERVACIÓN: Tomamos como escenario la tienda de “Artesanías Peruanas” para de manera cualitativa recolectar datos una lista de cotejo.

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA		
ASPECTOS A OBSERVAR	SI	NO
1) La venta es fluida.		X
2) Existen temporadas de ventas.	X	
3) Su público objetivo es variado.	X	
4) Los mismos pobladores adquieren artesanía.		X
5) Hay productos que son destinados solo para turistas.		X
6) Hay productos específicos que se venden más.	X	
7) Se maneja una línea gráfica en la artesanía.		X
8) El cliente observo el producto y lo compró.	X	
9) Son productos con identidad.		X
10) Hay aceptación de los iconos.	X	
11) El cliente se fija más en el diseño o material.	X	
12) La calidad de los productos artesanales son óptimos	X	

13) El cliente se interesa por saber el proceso de elaboración.		X
14) Los productos son funcionales.	X	
15) La artesanía Ferreñafana es fácil de reconocer por un 50% de los clientes.		X

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA

Los días que se observó la tienda, fue muy notoria la escasa visita de clientes, pasaban las horas y no había movimiento por parte de visitantes. Dialogando con la presidenta y propietaria de la tienda Artesanías Peruanas, nos comentaba que pocas veces hay ventas de gran cantidad, raras veces compran artesanía los pobladores del mismo Ferreñafe, pero más se comercializa en temporadas altas de turismo, pero si se vende. En el segundo día que visitamos la tienda, llegaron personas a comprar productos. En el tercer día, en la mañana no hubo ninguna transacción, solo personas que pasaron y observaron los productos. La Señora Betty, preocupada, comentó que era un poco difícil que en las visitas que veníamos haciendo, nosotros estemos justamente donde las ventas se hacen más seguidas, aún vayamos en distintos horarios.

Teniendo en cuenta las temporadas de mayor comercio, decidimos conocer un poco más acerca de qué temporadas nos habla, entonces fue ahí donde nos mencionó que las fechas donde más se expenden y se valora más la artesanía es en el día de la Madre, 28 de julio y fiestas navideñas (diciembre); podríamos hablar que sus ventas se dividen con mayor fuerza 3 veces al año.

Según la visita que se hizo, en estas fechas la venta es muy baja. De 5 personas que visitaron la tienda, solo 2 compraron productos, el resto solo observó y preguntó. Estamos en temporada baja para los artesanos, así que no pudimos observar tantas compras en el día. Y si exactamente, en las veces que fueron las visitas, no observamos tantas ventas solo una que otra, podríamos dar fe de que solo son temporadas.

Su público es muy variado, en los productos que observamos es para todo tipo de público incluyendo niños desde los 3 años, se pudo observar productos como juguetes,

Polos estampados para niños y adultos, productos variados para ser ofrecidos para diferentes ocasiones.

Los pobladores son los que más visitan la tienda de artesanía, pero son pocos los que la adquieren, al ser un lugar céntrico en donde se ubica la tienda las personas que pasan por aquí se toman el tiempo de entrar a observar los productos de la tienda Artesanías Peruanas.

También hubo casos de personas que viven aquí mismo en Ferreñafe, pero en una zona retirada, y tenía desconocimiento de la tienda así que por casualidad paso por aquí se tomó el tiempo de entrar a observar e interesarse por los productos.

Existe el caso en donde los turistas valora más la artesanía, es por eso que es el mayor consumista de artesanía ferreñafana, según la preferencia de los turistas son los productos que tienen iconos de la cultura (Sicán) lo llevan porque representa el sitio que visitaron, es por eso su preferencia, como por ejemplo los cuadros hechos con la técnica de repujado en aluminio, cuadros pintados, polos estampados, repujado en cuero, cuero pintado, etc.

Las líneas más vendidas en la artesanía ferreñafana son el repujado en cuero y aluminio, y de los productos los cuadros con iconografía.

Tiene una línea gráfica un poco desordenada, hacen uso de la iconografía Sicán, tocado ceremonial, ave de picada, huaco rey, caballito de mar etc. Son los iconos que los artesanos emplean en la elaboración de sus productos. Como se pudo observar la mayoría de los productos artesanales que llevan representaciones gráficas.

Las personas que visitaron la tienda para adquirir productos, compraron lo que más le gustó, y las personas que entraron a observar ven los productos interesantes según sus buenos comentarios que han hecho.

Hubo personas que preguntaron y se vieron admiradas por el precio del producto ya sea alto o bajo, para algunas personas que no tienen conocimiento del tiempo invertido y los materiales que se utilizaron, se les explica el proceso de elaboración y esto compensa el precio.

Sí, la mayor parte de los productos tienen que ver con iconos principales de la cultura que los representa como es la cultura Sicán, los iconos más importantes que son de la preferencia del público y tienen bastante aceptación. Sobre todo, lo que se ofrece es exclusividad así que

no salen del contexto de producir productos con identidad. Los productos llevan consigo un escrito “Ferreñafe – Perú”, pero no llevan consigo una marca, como debería llevar la marca de Artesanías Peruanas.

El cliente en el momento de observar el producto se fija en el material, ósea en la calidad y en el diseño, al momento de interesarse por un producto se le hace conocimiento del proceso de elaboración, el tiempo en que se realiza el tipo de materiales y eso hace que aún más se interese el comprador.

Al momento de observar no se imaginan el arduo trabajo que existe para la elaboración del producto artesanal, se asombran del tiempo de producción que toma, es en el momento que se atreven a preguntar por personalizar sus productos para así poder obsequiarlos.

Los productos son funcionales en su totalidad, para uso personal, aunque hay productos que sirven para adornar áreas, pero siempre cumpliendo una función.

La artesanía ferreñafana tiene como dificultad desvalorización, no tiene unos colores planteados, y sus diseños no tienen una guía, es un estilo improvisado a los cual le faltaría una estructura mejor planteada.

CUADRO DE TRIANGULACIÓN – ARTESANOS

CRITERIO	SUBAGRUPACIÓN
¿Ud. Como artesano sabe qué tipo de público es el que compra más artesanía Ferreñafana?	Si, turistas nacionales y extranjeros son los que visitan nuestra tienda y adquieren más de nuestros productos.
	Si hablamos en escala, primero es el turista extranjero, segundo el turista nacional y en tercer lugar en menos escala el mismo poblador.
	Generalmente los que vienen de otros lugares son los que más la adquieren, los Ferreñafanos compran muy poco, no conocen lo que se produce.
¿Existen más tiendas de artesanía a parte de la que ustedes proveen?	No, Ferreñafe solo cuenta con una sola tienda de artesanías, existen personas que realizan también artesanía pero son talleres, más no tiendas.
	Aquí en Ferreñafe solo existe esta tienda de artesanías, conocida como "artesanías peruanas".
	No, la tienda tiene ya 15 en el mercado y hasta la fecha es la única tienda que existe aquí en Ferreñafe.
¿La mayoría de los turistas que han visitado Ferreñafe conocen la tienda?	Un 25% de turistas habrá visitado la tienda, los demás que vienen con guías no tienen conocimiento porque estamos dentro de su tours de visita.
	No, siempre se observó un desconocimiento y será por parte de que no manejamos piezas publicitarias.
	Nos gustaría que así fuera pero no, en su recorrido no tienden a llegar hasta la tienda pero son pocos los que preguntan en donde pueden encontrar productos Ferreñafanos y es así como llegan a nosotros.
¿De qué manera atraen a sus clientes?	Nosotros no utilizamos publicidad, pero en las ferias que nos hemos presentado, conocimos personas las cuales adquirieron productos y nos recomendaros a familiares y amigos.
	Por la buena calidad en los productos que ofrecemos, son exclusivos, netamente hecho a mano por Ferreñafanos y representan nuestra cultura.
	Porque nuestros amigos y familiares que han adquirido nuestros productos son nuestra voz al recomendarnos por la experiencia que tuvieron de adquirir nuestros productos.
¿Cuáles son las fechas en las que más se vende?	Mayormente nuestras ventas son buenas en fechas festivas, como: semana santa, fiestas patrias, ferias artesanales, festi causa, aniversario de Ferreñafe y navidad.

	<p>Ferias organizadas para artesanos de la región y en las festividades que se realizan en Ferreñafe cuando se hace una pequeña feria y nos invitan a participar</p> <p>Festividades mayormente, luego en ferias que es regular la venta pero asistimos por motivo que queremos hacernos conocer.</p>
¿Está satisfecho con lo que vende?	<p>No, es muy poco lo que se vende y no siempre el cliente está satisfecho con los precios que tratamos de adecuarnos a ellos.</p> <p>No estaría satisfecho si las ventas son bajar, la producción se queda.</p> <p>No, quisiéramos tener un mercado mejor sostenido en donde se venda todo el año, no solamente en fechas festivas.</p>
¿Siente que hay un desvalorización hacia la artesanía que se realiza en Ferreñafe?	<p>Si, una de las razones es porque nosotros no recibimos apoyo de nuestras autoridades, somos la única tienda y asociación que produce artesanía Ferreñafana.</p> <p>Si, por la falta de difusión en los diferentes medios, autoridades Ferreñafanos y falta de publicidad para llegar a los diferentes sectores.</p> <p>No manejamos ningún medio publicitario que nos favorezca en el tema de hacernos conocer por los demás y se nos valore por lo que realizamos y aportamos a nuestro distrito, como la difusión de la cultura.</p>
¿Cuál es el ícono que más se utiliza en la artesanía Ferreñafana?	<p>El icono principal que representa la cultura Sicán / la máscara de los ojos alados</p> <p>Utilizamos también iconos variados para personas que también buscan productos personalizados.</p> <p>La máscara de Sicán, tocado ceremonial, ave de picada, entre otros. Son utilizados mayormente por ser iconos representativos de nuestra cultura.</p>
¿Cuáles son los colores que predominan en la artesanía Ferreñafana?	<p>Tierra</p> <p>LÚCUMA</p> <p>ROJO INDIO</p> <p>MARRÓN</p> <p>CREMA</p> <p>OCRES</p>
¿Piensa Ud. Que generando una identidad (podría ser una marca), incrementaría el valor de la artesanía Ferreñafana?	<p>Si, serviría de gran aporte utilizar medios donde difundamos nuestra marca, sobre todo nos daría más oportunidades de llegar a otro tipo de público.</p> <p>Deberíamos por optar por cambios favorables, como incrementar el valor de los productos se podría decir que nos diferenciaríamos aún más ya con un concepto más claro.</p>

	<p>Sería un plus para nuestra marca generar identidad si queremos predominar en la artesanía y así se le dé el valor esperado.</p>
<p>¿Alguna vez ha pensado en la publicidad por medios impresos y digitales? ¿han acudido a un profesional para incrementar sus ventas?</p>	<p>Si se pensó en utilizar medios impresos pero no se hizo, no acudimos a ningún profesional pero solicitaremos de su apoyo por la mejora de la marca.</p>
	<p>Debimos tenerlo siempre en cuenta si es que nos queremos hacer conocidos, el acudir a profesionales lo vimos como gasto más que ahora no podríamos cubrir.</p>
	<p>Como toda empresa, al principio pensamos que era un gasto innecesario y debido a las pocas ventas no podíamos cubrir los gastos porque los ingresos no son seguros.</p>
<p>¿Le gustaría hacer nuevos cambios para elevar el valor de la artesanía Ferreñafana a través del diseño?</p>	<p>El proceso de innovar es indispensable hoy en día, si nos quedamos en la zona de confort como lo hemos hecho siempre, no vamos a crecer como empresa.</p>
	<p>Estamos abiertos a todo tipo de opinión que nos sea de ayuda, no nos negamos a realizar nuevos cambios y si es necesario empezar a utilizar nuevas herramientas que se requieran.</p>
	<p>Es la oportunidad de nuevos cambios, no queremos quedarnos en lo tradicional si queremos elevar el valor de la artesanía y de la marca.</p>

Fuente: Barrera Verona Anthony Joaquin.

Niño de la Cruz Astrid Bettina.

CUADRO DE TRIANGULACIÓN – TURISTAS

CRITERIO	SUBAGRUPACIÓN
¿Cada cuánto tiempo realiza viajes al norte del Perú?	Regresé al norte después de muchos años de visita a amigos y familiares.
	Mis padres son peruanos, yo nací en otro país y visité el norte a los 18 años, después de 5 años regresé 3 veces más.
	Mi viaje lo realicé por motivo de vacaciones, decidí ir al norte a visitar a familiares.
¿Le gusta la artesanía?	Sí, me gusta lo especial que tiene en su elaboración y porque los productos son hechos a mano, ya que en otros países los productos son más industriales.
	Me gustan los productos artesanales peruanos.
	Lo especial de su elaboración que son realizados a mano, ya que estoy acostumbrado adquirir productos.
¿Ud. Compra artesanía de los lugares que visita?	Compré algunos regalos para mi madre y para mi abuela que le gusta mucho los productos artesanales.
	Siempre compro artesanía para tener recuerdo cultural del sitio que visito.
	Una que otra vez he comprado artesanía pero no de todos los lugares que visito, solo de los que me atraen más.
¿Qué es lo que le atrae de la artesanía?	Lo que nos atrae a muchos, los diseños poco comunes y los colores que empleen en los productos.
	Que son productos que no se producen en mayor escala como los productos chinos, a diferencia estos son realizados a mano y vale mucho más.
	Que no se encuentra en cualquier lugar, cada sitio tiene cultura y costumbres distintas.
¿Cuándo visitó Ferreñafe supo de alguna tienda de artesanía?	En mi segunda visita al norte fue que me enteré de la tienda, estuve preguntando sobre algún lugar donde pudiese yo comprar algún regalo.

	<p>Si, una donde un familiar me llevó, es la que está ubicada en el centro.</p>
	<p>Tránsito por esa calle a diario porque vivo cerca y es el camino para llegar a los paraderos.</p>
<p>¿Acudió a alguna tienda en otro lugar donde le proporcionaron artesanía netamente de Ferreñafe?</p>	<p>No he encontrado productos iguales en algún otro lugar que visité.</p>
	<p>No, en ninguna de los lugares que visité, tienen algo como lo que se ofrece en la tienda de Ferreñafe.</p>
	<p>Es la única tienda que visite en Ferreñafe, desconozco si es que existe alguna otra.</p>
<p>¿Tiene conocimiento de que si existe una tienda de artesanía Ferreñafana?</p>	<p>Es la que visité alguna vez.</p>
	<p>Está en el centro de la provincia de Ferreñafe.</p>
	<p>Si no es por alguien que conoce, yo no sabría cómo encontrarla.</p>
<p>¿Alguien le sugirió ir por la tienda?</p>	<p>Familiares y amigos que ya han tenido la experiencia de adquirir productos de la tienda.</p>
	<p>Personas que conocen donde queda la tienda.</p>
	<p>Ferreñafanos que saben dónde se puede adquirir lo que desea.</p>
<p>¿Le gustaría adquirir productos de artesanía hecha a mano por Ferreñafanos?</p>	<p>Ya he tenido la oportunidad de adquirir productos artesanales, espero poder volver hacerlo.</p>
	<p>Tal vez si en mi próxima visita.</p>
	<p>Me gusta contemplar el arte de las personas, es algo que no todos lo tenemos y adquirir productos que sean únicos es una experiencia única para mí.</p>

¿Encontró artesanía Ferreñafana en otros lugares que visitó?	No encontré productos artesanales de Ferreñafe en otro lugar que se visitó.
	Son pocos los lugares que he visitado, pero no he encontrado lo mismo, cosas diferentes incluso en los colores y forma.
	Igual a la que he visto aquí, no. Aquí trabajan iconos de su cultura.

Fuente: Barrera Verona Anthony Joaquin.

Niño de la Cruz Astrid Bettina.

CUADRO DE TRIANGULACIÓN – POBLADORES

CRITERIO	SUBAGRUPACIÓN
¿Existe alguna tienda de artesanía en Ferreñafe?	Si, según mi conocimiento existe una empresa de artesanía en nuestra querida tierra de Ferreñafe.
	Nuestra provincia cuenta con una sola tienda de artesanías que se llama "artesanías peruanas" y está ubicada a dos cuadras de la plaza de armas de Ferreñafe.
	Si, la que se encuentra ubicada en el centro de Ferreñafe y sé que es la única que ofrece productos hechos a mano y de nuestra tierra.
¿Cómo te enteraste de esta tienda en Ferreñafe?	Tuvo acceso a una publicidad que se le hizo llegar en una visita al museo al museo, exactamente en una feria por 28 de julio hace 5 años.
	Porque fue recomendada por personas que ya la conocen y han tenido la experiencia de adquirir productos
	Algunas personas que se encargaron de hacer publicidad boca a boca por haber adquirido productos en la única tienda de artesanía en Ferreñafe
¿Has ido alguna vez?	Solo pase y observé para poder saber si los comentarios que alguna vez escuché eran ciertos.
	Compré productos de la tienda para hacer obsequios a familiares y también para uso personal.
	Fui acompañando a un familiar que quiso adquirir algunos productos artesanales.
¿Te la recomendaron alguna vez?	Fue recomendada porque allí venden productos elaborados manualmente y que tienen como sello Ferreñafe - Perú.
	Familiares y amigos me la recomendaron porque ya la conocen.
	Directamente a mí no, pero a mi familiar que necesitaba llegar a la tienda si le dieron referencias.
¿La recomendarías?	Claro, por la diversidad de productos en las diferentes líneas artesanales.

	De todas maneras como Ferreñafano que soy, la recomendaría para que así se haga conocido el arte que se realiza aquí.
	La recomendaría por ser la única tienda de artesanías en Ferreñafe, por los productos únicos con identidad y sobre todo porque nos representa.
¿Has adquirido productos de artesanía netamente Ferreñafana?	Adquirieron productos para uso personal y para obsequios.
	Yo no adquirí los productos pero mi familia con quienes fui si pero de todas maneras me parecen buenos productos.
	Adquirí productos para mi uso personal ya que son productos que no se encuentran en otro lugar y nada mejor que esa sensación.
¿Prefieres comprar artesanía Ferreñafana o productos chinos para obsequiar a un familiar del extranjero?	Prefiero productos hechos a mano para hacer un obsequio por lo mismo que representa a Ferreñafe.
	Preferiría regalar artesanía Ferreñafana porque aparte que es buena, estoy haciendo conocimiento de productos netamente hecho por Ferreñafanos y es una manera de promover mi cultura.
	Preferiría regalar artesanía ya que es algo simbólico de mi país y no productos chinos, con la finalidad de que extranjeros conozcan a cerca de nuestra cultura.
¿Alguna vez viste medios gráficos de la tienda de artesanía Ferreñafana?	No, puede ser uno de los factores que aún no todos conozcamos por ese medio la marca, y de todas maneras los visitantes que por primera vez visitan Ferreñafe.
	Es la parte negativa del negocio porque hasta ahora no he visto algún medio publicitario, y soy uno de la gran parte que se enteró por comentarios de su existencia.
	Hace unos años llego a mis manos un boletín donde tenía información acerca de artesanías peruanas, pero hablo de hace muchos años, pero actualmente no he visto ningún medio gráfico a cerca de la tienda.
¿Consideras que debería hacerse conocida? ¿Qué sugieres?	Utilizar material gráfico para que se haga conocida en todos los sectores, utilizar redes sociales que es indispensable y medios impresos como apoyo.
	Definitivamente, no teneos nada que envidiar a otros lugares que también ofrecen artesanía. Sugiero que se deberían comprometer con la marca y generar publicidad.
	Es muy importante que se haga conocida, sugiero que se difunda a través de los diferentes medios (radio, televisión, páginas y redes sociales)

<p>¿Crees que si utilizara factores de apoyo gráficos se incrementarían las ventas?</p>	<p>En total acuerdo porque es el medio más efectivo para llegar al público, así hubiera sido más rápido enterarme de su existencia.</p>
	<p>Actualmente es indispensable estar al día en el medio, ayuda a incrementar el público mediante la publicidad efectiva que se haga.</p>
	<p>Sería más efectiva si se usan apoyos gráficos que hoy en día son imprescindibles para cualquier empresa.</p>

Fuente: Barrera Verona Anthony Joaquin.

Niño de la Cruz Astrid Bettina.

CUADRO DE INTERPRETACIÓN DE DATOS – ARTESANOS

CRITERIO	SUBAGRUPACIÓN	INTERPRETACIÓN DE DATOS
¿Ud. Como artesano sabe qué tipo de público es el que compra más artesanía Ferreñafana?	Si, turistas nacionales y extranjeros son los que visitan nuestra tienda y adquieren más de nuestros productos.	Existe un público mucho más marcado por así decirlo, los artesanos Ferreñafanos concluyen con que el público que más consume es el turista que visita en temporada de vacaciones o festividades, el mismo poblador es consumidor pero en realidad no es el que valora tanto la artesanía porque según los datos que nos brindaron son los que ven los productos caros o devalúan el trabajo.
	Si hablamos en escala, primero es el turista extranjero, segundo el turista nacional y en tercer lugar en menos escala el mismo poblador.	
	Generalmente los que vienen de otros lugares son los que más la adquieren, los Ferreñafanos compran muy poco, no conocen lo que se produce.	
¿Existen más tiendas de artesanía a parte de la que ustedes proveen?	No, Ferreñafe solo cuenta con una sola tienda de artesanías, existen personas que realizan también artesanía pero son talleres, más no tiendas.	En Ferreñafe existe una sola tienda en donde se ofrece productos artesanales hace más de 15 años, existen algunas personas que también han vendido productos hechos a mano pero son pequeños talleres, no es una empresa conformada como artesanías peruanas.
	Aquí en Ferreñafe solo existe esta tienda de artesanías, conocida como "artesanías peruanas".	
	No, la tienda tiene ya 15 años en el mercado y hasta la fecha es la única tienda que existe aquí en Ferreñafe.	
¿La mayoría de los turistas que han visitado Ferreñafe conocen la tienda?	Un 25% de turistas habrá visitado la tienda, los demás que vienen con guías no tienen conocimiento porque estamos dentro de su tours de visita.	Las visitas de los turistas son mayormente porque visitan a familiares, o porque vienen a conocer el museo nacional de Sicán, las visitas independientes las que son a familiares son las que mayormente han llegado a visitarnos, en cambio las que vienen al museo son visitas con guía turística en este caso ellos ya tienen un cronograma de lugares a visitar y lamentablemente no estamos dentro, una que otra vez ha sido solicitado ir a esta tienda pero los demás la desconocen.
	No, siempre se observó un desconocimiento y será por parte de que no manejamos piezas publicitarias	
	Nos gustaría que así fuera pero no, en su recorrido no tienden a llegar hasta la tienda pero son pocos los que preguntan en donde pueden encontrar productos Ferreñafanos y es así como llegan a nosotros.	
¿De qué manera atraen a sus clientes?	Nosotros no utilizamos publicidad, pero en las ferias que nos hemos presentado, conocimos personas las cuales adquirieron productos y nos recomendaros a familiares y amigos.	Familiares, amigos y público que tuvieron la experiencia de adquirir productos de artesanías peruanas hicieron buenas recomendaciones a personas cercanas que necesitaban productos como estos para hacer obsequios, cabe rescatar que en la tienda se ofrecen productos de buena calidad, buenos precios accesibles para todo el públicos y sobre todo con identidad resaltando la cultura que los representa sumándole a la buena atención.
	Por la buena calidad en los productos que ofrecemos, son exclusivos, netamente hecho a mano por Ferreñafanos y representan nuestra cultura.	

	<p>Porque nuestros amigos y familiares que han adquirido nuestros productos son nuestra voz al recomendarnos por la experiencia que tuvieron de adquirir nuestros productos.</p>	
<p>¿Cuáles son las fechas en las que más se vende?</p>	<p>Mayormente nuestras ventas son buenas en fechas festivas, como: semana santa, fiestas patrias, ferias artesanales, festi causa, aniversario de Ferreñafe y navidad.</p> <p>Ferias organizadas para artesanos de la región y en las festividades que se realizan en Ferreñafe cuando se hace una pequeña feria y nos invitan a participar</p> <p>Festividades mayormente, luego en ferias que es regular la venta, pero asistimos por motivo que queremos hacernos conocer.</p>	<p>Los artesanos muestran su descontento con relación a las ventas que se dan en la tienda, que no es lo que esperan por la baja demanda ahora por la poca visita y demanda de los turistas, ya que solo son temporadas en las que venden más, la venta es baja lo que resta de las fechas.</p>
<p>¿Está satisfecho con lo que vende?</p>	<p>No, es muy poco lo que se vende y no siempre el cliente está satisfecho con los precios que tratamos de adecuarnos a ellos.</p> <p>No estaría satisfecho si las ventas son bajar, la producción se queda.</p> <p>No, quisiéramos tener un mercado mejor sostenido en donde se venda todo el año, no solamente en fechas festivas.</p>	<p>Realmente es lo que esperan ya que sus producciones son mensuales, se quiere lograr un mercado más sostenido que rinda todo el año, pero la baja demanda de turistas es lo que afecta, los pobladores que son consumidores son pocas las veces que visitan la tienda.</p>
<p>¿Siente que hay una desvalorización hacia la artesanía que se realiza en Ferreñafe?</p>	<p>Si, una de las razones es porque nosotros no recibimos apoyo de nuestras autoridades, somos la única tienda y asociación que produce artesanía Ferreñafana.</p> <p>Si, por la falta de difusión en los diferentes medios, autoridades Ferreñafanos y falta de publicidad para llegar a los diferentes sectores.</p> <p>No manejamos ningún medio publicitario que nos favorezca en el tema de hacernos conocer por los demás y se nos valore por lo que realizamos y aportamos a nuestro distrito, como la difusión de la cultura.</p>	<p>Los artesanos no reciben apoyo de las autoridades al difundir información para que ellos crezcan como empresa, se sabe que el que no conoce no valora... en este caso como se valora una marca que poco se conoce. Al ser única la empresa de este rubro debería ser difundida para que se haga conocida por ser la única que representa el distrito.</p>
<p>¿Cuál es el ícono que más se utiliza en la artesanía Ferreñafana?</p>	<p>El icono principal que representa la cultura Sicán / la máscara de los ojos alados</p> <p>Utilizamos también iconos variados para personas que también buscan productos personalizados.</p> <p>La máscara de Sicán, tocado ceremonial, ave de picada, entre</p>	<p>La cultura Sicán es la que representa Ferreñafe, si alguna vez llega a visitar este distrito puede notar que desde su entrada le da la bienvenida la máscara de Sicán que es un ícono principal de la cultura, el público es el que también la prefiere y es la producción que más sobre sale.</p>

	<p>otros. Son utilizados mayormente por ser iconos representativos de nuestra cultura.</p>	
<p>¿Cuáles son los colores que predominan en la artesanía Ferreñafana?</p>	TIERRA	<p>Los colores tierra y ocre son los colores más representativos en la artesanía Ferreñafana, los tonos son tomados de objetos que utilizaban nuestros ancestros.</p>
	LÚCUMA	
	ROJO INDIO	
	MARRÓN	
	CREMA	
	VERDE OLIVO	
<p>¿Piensa Ud. Que generando una identidad (podría ser una marca), se revalorice la artesanía Ferreñafana?</p>	<p>Si, serviría de gran aporte utilizar medios donde difundamos nuestra marca, sobre todo nos daría más oportunidades de llegar a otro tipo de público.</p>	<p>Lo primordial en una empresa es generar una identidad para así hacerse reconocer fácilmente, por ejemplo con tan solo ver un icono que lo represente lleve a la recordación de la marca, utilizar la manera más, como artesanos que buscan mejoras e innovar cada que sea necesario están dispuestos a someterse a cambios que sean factibles para artesanías peruanas.</p>
	<p>Deberíamos por optar por cambios favorables, como revalorizar los productos se podría decir que nos diferenciaríamos aún más ya con un concepto más claro.</p>	
	<p>Sería un plus para nuestra marca generar identidad si queremos predominar en la artesanía y así se le dé el valor esperado.</p>	
<p>¿Alguna vez ha pensado en la publicidad por medios impresos y digitales? ¿han acudido a un profesional para incrementar sus ventas</p>	<p>Si se pensó en utilizar medios impresos pero no se hizo, no acudimos a ningún profesional pero solicitaremos de su apoyo por la mejora de la marca.</p>	<p>Se ha pensado en hacerlo pero por motivos de bajos recursos no se pudo hacer real la propuesta, acudir a un profesional es costoso y más aún ejecutar la estrategia, pero a todo esto se harán los mayores esfuerzos posibles para que se dé acabo si es que se quiere lograr mejoras.</p>
	<p>Debimos tenerlo siempre en cuenta si es que nos queremos hacer conocidos, el acudir a profesionales lo vimos como gasto más que ahora no podríamos cubrir.</p>	
	<p>Como toda empresa, al principio pensamos que era un gasto innecesario y debido a las pocas ventas no podíamos cubrir los gastos porque los ingresos no son seguros.</p>	
<p>¿Le gustaría hacer nuevos cambios para elevar el valor de la artesanía Ferreñafana a través del diseño?</p>	<p>El proceso de innovar es indispensable hoy en día, si nos quedamos en la zona de confort como lo hemos hecho siempre, no vamos a crecer como empresa.</p>	<p>El proceso de innovar es indispensable y como artesanos si ven la realidad de que se requiere cambios para mejorar y elevar el valor de la marca, están dispuestos a someterse a los cambios que se requiera.</p>
	<p>Estamos abiertos a todo tipo de opinión que nos sea de ayuda, no nos negamos a realizar nuevos cambios y si es necesario empezar a utilizar nuevas herramientas que se requieran.</p>	
	<p>Es la oportunidad de nuevos cambios, no queremos quedarnos</p>	

	en lo tradicional si queremos elevar el valor de la artesanía y de la marca.
--	--

Fuente:

Barrera Verona Anthony Joaquin.

Niño de la Cruz Astrid Bettina.

Desde hace 15 años, en Ferreñafe existe un solo establecimiento comercial que ofrece diversidad de productos artesanales, siendo los turistas los que mayormente adquieren estas artesanías, pero solo en fechas específicas.

Artesanías Peruanas es la única tienda existente en la ciudad de Ferreñafe, pero si existen pequeños talleres que son dirigidos por personas que trabajan individualmente, más no poseen un local donde puedan ofrecer al público la variedad de sus productos.

La manera de cómo han logrado llegar a su público, ha sido mediante recomendaciones de algunos clientes por su experiencia en la compra de artesanía con precios muy accesibles, y sobre todo, porque resaltan la identidad de la cultura local.

En todo este tiempo, los artesanos muestran disconformidad respecto a las ventas, siendo así que la producción de artesanía de quienes conforman la Asociación de Artesanos Ferreñafanos (ASARFE) se limita a que esta sea solamente mensual, debido a que su venta es por “temporadas”; por tanto, se espera que estas ventas mejoren y se den no por “temporadas”, sino todos los meses del año.

La desatención de las autoridades para promover y difundir las actividades que realiza esta empresa, limita grandemente su desarrollo, donde no se tiene en cuenta que es la única empresa en este rubro que existe y representa el refinado trabajo de los artesanos del pueblo de Ferreñafe.

El punto de partida de esta investigación es identificar factores por los cuales Artesanías Peruanas no es conocida y por lo consiguiente la desvalorización del pequeño porcentaje de personas que la conocen, empezando por lo que representa (identidad de la marca), estudiar en su totalidad todo lo que compete a la marca y generando un propuesta de línea gráfica, por ello se les pregunto si estaban de acuerdo a someterse a nuevos cambios que eleven el valor de la artesanía ferreñafana.

CUADRO DE INTERPRETACIÓN DE DATOS – TURISTAS

CRITERIO	SUBAGRUPACIÓN	INTERPRETACIÓN DE DATOS
¿Cada cuánto tiempo realiza viajes al norte del Perú?	Regresé al norte después de muchos años de visita a amigos y familiares.	Se han realizado viajes constantes o después de muchos años al norte del Perú, ya sea por vacaciones, turismo o visitas a familiares.
	Mis padres son peruanos, yo nací en otro país y visité el norte a los 18 años, después de 5 años regresé 3 veces más.	
	Mi viaje lo realice por motivo de vacaciones, decidí ir al norte a visitar a familiares.	
¿Le gusta la artesanía?	Sí, me gusta lo especial que tiene en su elaboración y porque los productos son hechos a mano, ya que en otros países los productos son más industriales.	Los turistas ven en la artesanía productos especiales por su elaboración a mano, se ven mayor atraídos por el arte y la representación de sus iconos, sobre todo por los materiales, forma y colores que son utilizados en la producción lo hace único y más atractivo a ellos.
	Me gustan los productos artesanales peruanos.	
	Lo especial de su elaboración que son realizados a mano, ya que estoy acostumbrado adquirir productos.	
¿Ud. Compra artesanía de los lugares que visita?	Compré algunos regalos para mi madre y para mi abuela que le gusta mucho los productos artesanales.	Los consumidores afirman su experiencia al haber adquirido productos que han sido para obsequios para familiares o amigos, el llevar un recuerdo del lugar que han visitado, o de algún lugar que le llame la atención los productos, dice mucho como el que se ha logrado impactar al cliente.
	Siempre compro artesanía para tener recuerdo cultural del sitio que visito.	
	Una que otra vez he comprado artesanía pero no de todos los lugares que visito, solo de los que me atraen más.	
¿Qué es lo que le atrae de la artesanía?	Lo que nos atrae a muchos, los diseños poco comunes y los colores que empleen en los productos.	Que al ser artesanía es producto único, son realizados a mano y por lo general no son trabajados por grandes cantidades esto significa que son pocas las personas que lo pueden adquirir y no lo podrás encontrar en cualquier lugar que visites mucho menos si son trabajados con la identidad de una cultura.
	Que son productos que no se producen en mayor escala como los productos chinos, a diferencia estos son realizados a mano y vale mucho más.	
	Que no se encuentra en cualquier lugar, cada sitio tiene cultura y costumbres distintas.	
¿Cuándo visitó Ferreñafe supo de	En mi segunda visita al norte fue que me enteré de la tienda, estuve preguntando sobre algún lugar donde pudiese yo comprar algún regalo.	Los turistas interesadas en adquirir productos han preguntado donde pueden comprar productos artesanales hechos en Ferreñafe y se les hizo la recomendación de donde podrían encontrarlos.

alguna tienda de artesanía?	Si, una donde un familiar me llevó, es la que está ubicada en el centro.	
	Tránsito por esa calle a diario porque vivo cerca y es el camino para llegar a los paraderos.	
¿Acudió a alguna tienda en otro lugar donde le proporcionaron artesanía netamente de Ferreñafe?	No he encontrado productos iguales en algún otro lugar que visité.	Por el tipo de artesanía que realizan, los clientes han opinado que la artesanía que ofrece artesanías peruanas no se ha encontrado en otros lugares, por lo que la tienda solo está en Ferreñafe y no tiene sucursales en otros lugares.
	No, en ninguna de los lugares que visité, tienen algo como lo que se ofrece en la tienda de Ferreñafe.	
	Es la única tienda que visite en Ferreñafe, desconozco si es que existe alguna otra.	
¿Tiene conocimiento de que si existe una tienda de artesanía Ferreñafana?	Es la que visité alguna vez.	Mediante sugerencias es como turistas llegaron a artesanías peruanas, una que otro turista fue porque paso por el lugar y decidió visitarla.
	Está en el centro de la provincia de Ferreñafe.	
	Si no es por alguien que conoce, yo no sabría cómo encontrarla.	
¿Alguien le sugirió ir por la tienda?	Familiares y amigos que ya han tenido la experiencia de adquirir productos de la tienda.	Amigos y familiares que han visitado o que conocen donde está ubicada artesanías peruanas la sugieren como una buena tienda, que tiene una gran variedad de productos de buena calidad y encuentras cosas novedosas.
	Personas que conocen donde queda la tienda.	
	Ferreñafanos que saben dónde se puede adquirir lo que desees.	
¿Le gustaría adquirir productos de artesanía hecha a mano por Ferreñafanos?	Ya he tenido la oportunidad de adquirir productos artesanales, espero poder volver hacerlo.	Los productos artesanales hechos a mano son los que más atraen al cliente, es valorado y muy bien aceptado por cubrir la necesidad de lo que se requiere.
	Tal vez si en mi próxima visita.	
	Me gusta contemplar el arte de las personas, es algo que no todos lo tenemos y adquirir productos que sean únicos es una experiencia única para mí.	
		En muchos o pocos lugares que los turistas han visitado no han encontrado productos como los que ofrece

¿Encontró artesanía Ferreñafana en otros lugares que visitó?	No encontré productos artesanales de Ferreñafe en otro lugar que se visitó.	artesanías peruanas, se podría decir que si quieres adquirir algo igual o parecido tienes que visitar la tienda en Ferreñafe.
	Son pocos los lugares que he visitado, pero no he encontrado lo mismo, cosas diferentes incluso en los colores y forma.	
	Igual a la que he visto aquí, no. Aquí trabajan iconos de su cultura.	

Fuente:

Barrera Verona Anthony Joaquín.

Niño de la Cruz Astrid Bettina.

Según los datos recogidos por las entrevistas con turistas, éstos visitan el norte por vacaciones, turismo o por visita a familiares después de muchos años.

Algunos turistas manifiestan que al momento de haber visitado Ferreñafe acudieron a lugares turísticos recomendados por personas que conocían la Provincia, entre estas, algunas personas ya conocían Artesanías Peruanas, la cual también fue parte de recomendaciones por parte familiares, amigos y también por algunos Ferreñafanos a los que se les habría preguntado donde podrían encontrar artesanía.

Los turistas expresan el gusto por la artesanía ferreñafana porque es algo que solo se puede adquirir en la Tienda Artesanías Peruanas, por el tipo de trabajo que ofrecen, hechos a mano y con iconos representativos de su cultura, lo cual lo hace único, atractivo y de valor; y es lo que quisieran llevar como obsequio perfecto que representa el lugar que visitan y que solamente se puede adquirir allí.

CUADRO DE INTERPRETACIÓN DE DATOS – POBLADOR

CRITERIO	SUBAGRUPACIÓN	INTERPRETACIÓN DE DATOS
¿Existe alguna tienda de artesanía en Ferreñafe?	Si, según mi conocimiento existe una empresa de artesanía en nuestra querida tierra de Ferreñafe.	Pobladores de Ferreñafe tienen conocimiento acerca de la tienda de artesanías peruanas de donde se encuentra y sobre todo aseguran que solo hay una que ofrece productos artesanales.
	Nuestra provincia cuenta con una sola tienda de artesanías que se llama "artesanías peruanas" y está ubicada a dos cuadras de la plaza de armas de Ferreñafe.	
	Si, la que se encuentra ubicada en el centro de Ferreñafe y sé que es la única que ofrece productos hechos a mano y de nuestra tierra.	
¿Cómo te enteraste de esta tienda en Ferreñafe?	Tuvo acceso a una publicidad que se le hizo llegar en una visita al museo al museo, exactamente en una feria por 28 de julio hace 5 años.	Hace muchos años se realizó un evento donde algunas personas recibieron un pequeño volante sobre artesanías peruanas, estamos hablando de hace más de 5 años, pero actualmente no se hace uso de ningún tipo de publicidad, lo único que se ha utilizado es la publicidad de boca a boca.
	Porque fue recomendada por personas que ya la conocen y han tenido la experiencia de adquirir productos	
	Algunas personas que se encargaron de hacer publicidad boca a boca por haber adquirido productos en la única tienda de artesanía en Ferreñafe	
¿Has ido alguna vez?	Solo pase y observé para poder saber si los comentarios que alguna vez escuché eran ciertos.	Pobladores transitaron por la misma calle donde está ubicada, entraron a observar, otros fueron a comprar productos y algunos fueron acompañantes de clientes de artesanías peruanas.
	Compré productos de la tienda para hacer obsequios a familiares y también para uso personal.	
	Fui acompañando a un familiar que quiso adquirir algunos productos artesanales.	
Te la recomendaron alguna vez	Fue recomendada porque allí venden productos elaborados manualmente y que tienen como sello Ferreñafe - Perú.	Personas que conocen artesanías peruanas la recomiendan, sobre todo por los buenos comentarios que tiene por lo que ofrece, el sello de Ferreñafe - Perú es imprescindible en cada producto.
	Familiares y amigos me la recomendaron porque ya la conocen.	
	Directamente a mí no, pero a mi familiar que necesitaba llegar a la tienda si le dieron referencias.	
		Como todo Ferreñafano que quiere hacer sobre salir y que se reconozca su distrito, difunde la información, es

¿La recomendarías?	Claro, por la diversidad de productos en las diferentes líneas artesanales.	la única tienda, por eso debe de ser conocida por todo Ferreñafano o visitante.
	De todas maneras como Ferreñafano que soy, la recomendaría para que así se haga conocido el arte que se realiza aquí.	
	La recomendaría por ser la única tienda de artesanías en Ferreñafe, por los productos únicos con identidad y sobre todo porque nos representa.	
¿Has adquirido productos de artesanía netamente Ferreñafana?	Adquirí productos para uso personal y para obsequios para amigos del extranjero.	Pobladores compran productor artesanal para su uso personal como también para hacer obsequios a familiares o amigos, lo prefieren porque son productos manuales y únicos hechos en Ferreñafe.
	Yo no adquirí los productos pero mi familia con quienes fui si pero de todas maneras me parecen buenos productos.	
	Adquirí productos para mi uso personal ya que son productos que no se encuentran en otro lugar y nada mejor que esa sensación.	
¿Prefieres comprar artesanía Ferreñafana o productos chinos para obsequiar a un familiar del extranjero?	Prefiero productos hechos a mano para hacer un obsequio por lo mismo que representa a Ferreñafe.	Los productos artesanales son mucho más valioso cuando se quiere hacer un obsequio que marque la diferencia si es que se desea dar un buen recuerdo de Ferreñafe, son productos trabajados a mano y demanda horas en su producción, son personalizados y sobre todo difunden la cultura.
	Preferiría regalar artesanía Ferreñafana porque aparte que es buena, estoy haciendo conocimiento de productos netamente hecho por Ferreñafanos y es una manera de promover mi cultura.	
	Preferiría regalar artesanía ya que es algo simbólico de mi país y no productos chinos, con la finalidad de que extranjeros conozcan a cerca de nuestra cultura.	
¿Alguna vez viste medios gráficos de la tienda de artesanía Ferreñafana?	No, puede ser uno de los factores que aún no todos conozcamos por ese medio la marca, y de todas maneras los visitantes que por primera vez visitan Ferreñafe.	Artesanías peruanas no brinda ningún tipo de publicidad, por ese lado es un poco deficiente, no logra llegar a ser conocido por todo Ferreñafe y mucho menos si es que llegan turistas, no saben de su existencia mucho menos donde encontrarlos si no es porque alguien les sugiere.
	Es la parte negativa del negocio porque hasta ahora no he visto algún medio publicitario, y soy uno de la gran parte que se enteró por comentarios de su existencia.	
	Hace unos años llego a mis manos un boletín donde tenía información acerca de artesanías peruanas, pero hablo de hace muchos años, pero actualmente no he visto ningún medio gráfico a cerca de la tienda.	
¿Consideras que debería hacerse conocida? ¿Qué sugieres?	Utilizar material gráfico para que se haga conocida en todos los sectores, utilizar redes sociales que es indispensable y medios impresos como apoyo.	Es importante que se utilice medios gráficos que ayuden a posicionar a la marca, sea lo necesario que se tenga que hacer, mejorar ese aspecto se sugiere que utilicen medios impresos o redes sociales para hacerse conocidos a nivel nacional para empezar.

	Definitivamente, no teneos nada que envidiar a otros lugares que también ofrecen artesanía. Sugiero que se deberían comprometer con la marca y generar publicidad.	
	Es muy importante que se haga conocida, sugiero que se difunda a través de los diferentes medios (radio, televisión, páginas y redes sociales)	
¿Crees que si utilizara factores de apoyo gráficos se incrementarían las ventas?	En total acuerdo porque es el medio más efectivo para llegar al público, así hubiera sido más rápido enterarme de su existencia.	De acuerdo con lo sugerido es necesario que se haga llegar información importante de donde se puede ubicar, que tipo de productos ofrece, etc. Lo necesario para llegar al público Ferreñafano.
	Actualmente es indispensable estar al día en el medio, ayuda a incrementar el público mediante la publicidad efectiva que se haga.	
	Sería más efectiva si se usan apoyos gráficos que hoy en día son imprescindibles para cualquier empresa.	

Fuente:

Barrera Verona Anthony Joaquin.

Niño de la Cruz Astrid Bettina.

En la entrevista con pobladores ferreñafanos, consta que existe una sola tienda de artesanía ferreñafana, algunas personas supieron de su existencia porque hace 5 años aproximadamente hubo un evento en el que llegó a sus manos un pequeño volante informativo acerca de Artesanías Peruanas y también por publicidad boca a boca, esto se refiere por aquellas personas que tuvieron la experiencia de haber adquirido productos en la tienda y recomiendan los productos por la calidad, por lo que representa la artesanía a su cultura y por los precios accesibles.

Es rescatable señalar que pobladores sugieren que los productos artesanales son más valiosos en cuanto se quiere ofrecer un obsequio a familiares o amigos del extranjero y es mucho mejor que productos chinos, pero para ello debería tener una presentación que los distinga y se aprecie.

En una de las interrogantes acerca de publicidad o algo que se pueda distinguir del resto, los pobladores manifiestan que Artesanías Peruanas no cuenta con publicidad ni algo definido que podríamos llamar una línea gráfica, si la conocen, es porque transitaron por la calle donde se encuentra ubicada la tienda, un volante que obtuvieron en una feria y por recomendaciones. Pero se sugiere que es necesario, que por ser la única tienda, tenga una línea gráfica definida para que se reconozca rápido, y por lo tanto se valore.

3.2. Consideraciones finales.

Discusión

La Artesanía ferreñafana guarda una importante riqueza estética si consideramos la forma, los colores y texturas. Esto inspira al diseñador siendo una gran fuente de recursos gráficos que ofrece la artesanía para proponer nuevas alternativas gráficas. Tomando estos elementos requiere analizarlos para revalorizar de tal manera que compitan estéticamente, es un complemento eficaz como: logotipos, marcas, empaques, que permiten que el objeto artesanal sea más competitivo y valorado en el mercado.

En la actualidad la línea gráfica es considerada como una de las variables más importantes, en el rubro publicitario como la estrategia competitiva y diferenciador. Se enfoca en las empresas que a través de ella busca posicionamiento en un mercado copado de productos y servicios, mediante su identidad abre una variedad de oportunidades como causar una estimulación sensorial al consumidor para ubicarse en su mente y lograr fidelizar al cliente.

Por lo tanto, la identidad visual es la traducción simbólica de la identidad de una organización, plasmado en un sistema conformado por una serie de normas para su correcta aplicación. Asimismo, se hacen presente opciones de preferencia para la identidad por parte de la organización; identidad única o diversa. Cada una de ellas se basa en crear una identidad a partir de la propia entidad o del producto que propone, finalizando con la estrategia de visualización y de ejecución. (Pintado y Sánchez)

Hoy por hoy la identidad se torna importante para las organizaciones que están pendiente por mantener una diferencia y posicionamiento en un rubro donde abundan variedad de productos y servicios que se encuentran en constante pelea por mantenerse entre los referentes del mercado. Por lo tanto, una línea gráfica aplicada en una organización permite abrir una serie de oportunidades dentro de un mercado competitivo en el que se encuentra desarrollando (Mut y Breva).

Al iniciar la investigación fue necesario emplear como instrumento de la investigación de campo, la lista de observación, que nos conllevó a dar con datos que aporten a la problemática que se estuvo estudiando, fue muy importante porque evitó que olvidemos datos relevantes y trabajar directamente con el ambiente o realidades.

Se empleó como instrumento de investigación: La Entrevista. Ésta, estuvo dirigida a 09 Artesanos (ASARFE), 06 Turistas (nacionales y extranjeros) y 10 Pobladores, quienes expresaron sus opiniones respecto a la información solicitada.

Cabe resaltar que la muestra fue un tanto reducida, debido a que no muchas personas se dedican a la actividad de la Artesanía, hay una muy baja afluencia de Turistas a nuestros principales atractivos turísticos y nuestros pobladores no están muy enfocados en el tema.

Los ARTESANOS, fueron muy enfáticos al decir que la actividad que ellos realizan no está siendo promovida y mucho menos difundida por las autoridades municipales. Además, que su trabajo no es reconocido, ni valorado, incluso por sus mismos pobladores.

Sobre la existencia de una Tienda de Venta de Artesanía, sostienen que no está muy difundida por falta de una línea gráfica definida y por consiguiente sin publicidad y conocimiento en el uso del Internet y las redes sociales.

Los TURISTAS, reconocen y valoran el trabajo hecho a mano por los artesanos Ferreñafanos. Asimismo, manifiestan que algunos de ellos llegan a adquirir productos artesanales, por su variada iconografía, la calidad de los mismos y para llevar un recuerdo de su visita a sus familiares y amigos.

Los POBLADORES, en su mayoría si conocen la existencia de la única Tienda de Artesanía que existen en nuestro medio, pero no saben exactamente el nombre y tampoco tienen mucho interés en adquirir los productos que allí se venden. Esto hace que haya una constante aparición del desinterés por parte de los pobladores que se interesen en seguir este oficio artesanal, por ser mal remunerado, entonces a partir de esta situación es probable la desaparición de dichos saberes artesanales.

La gente busca la diferencia y lo exclusivo en los productos, que mejor opción que productos simbólicos de su misma cultura.

Entre artesanos y diseñadores es muy importante que se recalque el balance de conservar y renovar en donde ambas partes se vean beneficiados, teniendo en cuenta la importancia los parámetros que valorarían a la Artesanía como un producto creativo, original y hecho por los mismos artesanos de Ferreñafe.

El uso adecuado de las formas y colores en el diseño gráfico demuestran la preocupación que existe por dar valor al producto mediante una óptima presentación del mismo. Las diferentes marcas que existen en el mercado se ven representadas a través del diseño gráfico cada vez más creativos e innovadores.

Es necesario que se emplee en el proceso técnicas tradicionales para poder seguir con una línea donde no se pierda la identidad.

Es importante tener en consideración la línea y diseño gráfico de los contenidos visual, la artesanía ferreñafana está relacionada con el ámbito del diseño gráfico y la comunicación visual. El principal reto es desarrollar una línea gráfica y todos los elementos requeridos, la importancia reside, como lo afirma Castro y Valerio, en que "El diseño gráfico permite comunicar mensajes de forma visual según el medio que se utilice para transmitir dicho mensaje". El desarrollo de la línea gráfica es la clave para tener una imagen corporativa que proporcione identidad a Artesanías Peruanas y así resaltar todo su potencial.

Una vez realizada la propuesta con todos los datos recopilados en la investigación, se hizo presente ante los artesanos de ASARFE para que dieran su opinión acerca del trabajo realizado en colaboración de los resultados más las sugerencias respectivas de las artesanas que la conforman, sugirieron lo que se requería para acoplarse a sus necesidades, con los datos reflejados, pudimos darnos cuenta acerca de la desvalorización de la artesanía, el

objetivo era proponer una línea gráfica que revalorice la Artesanía Ferreñafana generar una línea gráfica que permita el buen manejo de la identidad visual de Artesanías Peruanas.

Por último la propuesta se presentó, tomando en cuenta la aceptación de los artesanos se validó mediante su representante de ASARFE.

Conclusiones

Al empezar el proyecto, nuestro objetivo era proponer una línea gráfica para la revaloración de la artesanía ferreñafana, durante la investigación pudimos observar las carencias que tenía la empresa donde aplicaríamos nuestra investigación, como por ejemplo lograr que el público valore la artesanía, lo veíamos como un reto, porque lo que no se conoce, ¿cómo se valora? Era nuestra interrogante.

Durante la investigación se pudo determinar que, si no se conocía, menos se valoraría. Eso era porque la única tienda donde encontramos artesanía en Ferreñafe, es la misma que fue escenario para la investigación, la cual no es conocida por carecer de una imagen que la representará.

De esta manera nos tuvimos que involucrar con los participantes de la Asociación de Artesanos Ferreñafanos (ASARFE) en conjunto, para sacar adelante la investigación.

Como objetivo específico era necesario determinar las causas principales sobre la desvalorización de la artesanía en Ferreñafe, para esto nos sirvió la observación y consecutivamente desarrollar estrategias gráficas que permitan la valorización de la artesanía ferreñafana.

En este caso, se desarrolló una propuesta gráfica para la tienda de Artesanías Peruanas que fue el escenario de la investigación, donde se obtuvo información importante desde sus inicios hasta la fecha actual. En colaboración con las artesanas, se dio inicio al desarrollo de la propuesta, tomando como apoyo teorías de lenguaje gráfico, línea gráfica y estudio del diseño con la finalidad de generar una identidad que sea valorada por el público.

Se aplicó una rúbrica que permitió validar la propuesta planteada en la investigación, también se utilizó como instrumento la entrevista, para poder tener mayor conocimiento sobre lo que opinan artesanos, turistas y pobladores; y así tener una visión clara de lo que se requiere revalorizar la artesanía ferreñafana.

Como resultado del instrumento, nos mostró que era necesario mejorar la Marca Artesanías Peruanas, así que pusimos en marcha conocimientos de diseño gráfico, teorías y sugerencias de la asociación para generar una propuesta de línea gráfica.

Por último, la propuesta de línea gráfica fue planteada en una reunión en la que participaron los estudiantes y las artesanas de ASARFE, haciéndose la presentación de su nueva imagen y luego la cual fue validada por la presidenta de la asociación Betty De la Cruz Suysuy, quedando satisfecha con la propuesta.

Recomendaciones.

Se recomienda a los estudiantes de la Escuela de Artes & Diseño Gráfico Empresarial que se perfeccionen en la elaboración de una línea gráfica, ya que existe una gran demanda de empresas queriendo progresar y ese es un gran paso.

Tomar en cuenta que es muy importante incluir el tema de cromática, lenguaje gráfico y línea gráfica, que hace la comprensión del mensaje sea cada vez más fácil a través de las imágenes, habiendo casos inclusive en que las palabras resultan innecesarias.

Si se quiere aportar valor a una marca, es necesario hacer un análisis de la información recogida de la misma empresa, complementando con nuestro enfoque en el diseño, más el aporte creativo, que hacen posible la alta satisfacción del cliente.

A los diseñadores, se les sugiere establecer un vínculo con el cliente o la institución con la que se va a trabajar, de manera que puedan guiar y sugerir acerca de la identidad visual.

Es necesario que, dentro de los puntos estratégicos, se incluya el diseño de identidad visual, ya que es parte importante de la comunicación.

Para fortalecer con gran profundidad en la identidad grafica de una marca se puede propones un manual de marca, que logre ser completo.

El resultado eficaz de la identidad, genera un valor a su público.

3.3. Aporte práctico.

La importancia de una Línea Gráfica corresponde a ¿Quién soy?, ¿Cómo soy?, la identidad que se genera en una empresa o marca es lo que representa su existencia como un posicionamiento, como un proyecto único.

Lo que proporciona: Diferenciación, permanencia, equilibrio, valor y reconocimiento.

Esto quiere decir que un proyecto de Línea Gráfica comprende la realización de la imagen de la marca (Identidad Visual).

Los elementos que concurren en su creación son:

Color: Recurso estratégico que transmite mensajes y genera diferentes reacciones.

Tipografía: Logotipo, cromática y composición.

Iconografía: Representación artística.

Trama: Arte de representar formas.

Creación de la identidad: De una marca.

Lema: O slogan que transmite el mensaje básico.

Marca: Rediseño o creación de la marca de una empresa.

Papelería: Como elemento diferenciador de la imagen de la empresa.

Adaptación: Aplicado en diferentes soportes.

BRIEF DE LA EMPRESA ARTESANÍAS PERUANAS – FERREÑAFE.

➤ **NOMBRE DE LA EMPRESA:**

ARTESANIAS PERUANAS, es una microempresa ubicada en la provincia de Ferreñafe la cual tiene una gran variedad de productos de diferentes líneas artesanales 100% peruanos hechos a mano.

➤ **BREVE HISTORIA:**

El 24 de marzo del año 2004 inicia sus actividades la tienda – taller Artesanías Peruanas, ante la gran demanda de turistas y por la visita constante al Museo Nacional de Sicán, donde se vende Artesanía de todo el Perú, pero el público determinó que prefería artesanía con la iconografía de nuestra cultura.

➤ **MISIÓN Y VISIÓN:**

Misión: Brindar productos artesanales con identidad cultural.

Visión: Que la tienda de artesanía sea reconocida a nivel nacional e internacional.

➤ **NECESIDADES QUE SATISFACE:**

Dentro de las necesidades que satisface encontramos la satisfacción del cliente al adquirir nuestros productos de buena calidad y a precios cómodos.

➤ **BENEFICIOS EXCLUSIVOS QUE BRINDAN AL CONSUMIDOR:**

Presentar un buen trabajo que refleje elegancia y dedicación en sus productos.

Promocionar la cultura Ferreñafana.

➤ **ARGUMENTOS QUE DETERMINAN SU PREFERENCIA:**

¿Por qué preferir ARTESANIAS PERUANAS?

Porque es una microempresa que brinda productos de buena calidad, con identidad cultural y promueve el turismo.

➤ **PERCEPCIÓN DEL NOMBRE Y DE LA IMAGEN:**

El nombre proviene de la idea de vender productos artesanales de todo el Perú, pero el público pedía artesanía de la provincia de Ferreñafe sin embargo el nombre ya se había posicionado de un mercado; y quedó con el nombre de Artesanías Peruanas, siendo su icono representativo la máscara funeraria de la cultura Sicán.

➤ **CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO**

Se viene desarrollando hace 13 años en el mercado Ferreñafano y poco a poco se ha ido posicionando en el ámbito provincial y regional.

➤ **LA COMPETENCIA**

No hay competencia en el rubro artesanal, Artesanías Peruanas es la única tienda de artesanía en Ferreñafe.

Existe solo un taller de tejido a telar en algodón nativo.

➤ **POSICIONAMIENTO DE LA COMPETENCIA**

Cada quien tiene su público objetivo, pero nosotros nos diferenciamos al realizar un trabajo artesanal minucioso aplicando diferentes técnicas y en diferentes líneas artesanales.

➤ **VARIEDAD DE PRODUCTOS**

Ofrece una gran variedad de líneas artesanales hechas a mano.

- Repujado en aluminio.
- Repujado en cuero.
- Bordado a mano.
- Tejido a crochet.
- Pintura en tela.
- Modelado a mano.

➤ **PÚBLICO OBJETIVO**

Va dirigido a:

Turistas nacionales e internacionales.

➤ **MATRIZ FODA**

● **FORTALEZAS:**

- Tenemos una cultura rica en iconografía que se puede explotar.
- La presencia del Museo nacional de Sicán en la provincia.
- Diversidad de lugares turísticos de gran acogida.

● **OPORTUNIDADES:**

- La visita de turistas nacionales e internacionales al museo nacional de Sicán.
- Invitaciones a ferias nacionales y regionales.
- Apoyo de entidades que promueven el desarrollo del artesano - CITE SIPÁN.

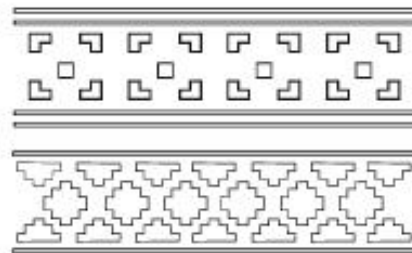
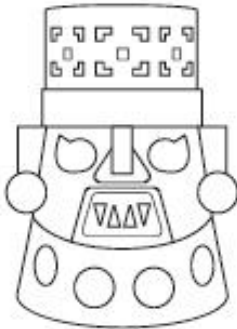
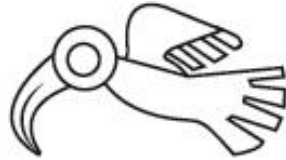
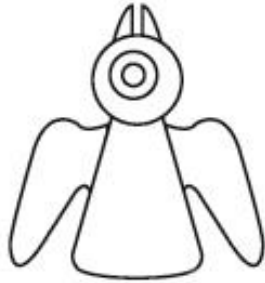
● **DEBILIDADES:**

- Productos chinos en el mercado.
- Poca identidad por parte del público ferreñafano.
- Las autoridades provinciales no promueven el turismo.

- **AMENAZAS**

- La presencia de tiendas que ofrece variedades de productos chinos a bajo costo.
- Ante un desastre natural disminuiría la visita de turistas.
- Inseguridad ciudadana.

ICONOGRAFÍA SICÁN



Fuente: Manual iconográfico tucumano y la cultura Lambayeque.



Artesanías
PERUANAS

FERREÑAFE - PERÚ

LENGUAJE GRÁFICO

IDENTIDAD CORPORATIVA



CULTURA ES IDENTIDAD



Artesanías Peruanas nace el 24 de marzo del año 2014, por la demanda de productos artesanales que los turistas que visitaban el Museo Nacional de Sicán solicitaban y la ahora propietaria de esta tienda de Artesanías lo sabía, pues tenía a cargo el cafetín del Museo y los visitantes preguntaban ¿Dónde habla una tienda de Artesanía de Ferreñafe?. Ante la no rentabilidad del cafetín, es que se toma la decisión de iniciar un negocio de esta naturaleza para brindar productos artesanales no solo a los turistas sino también a los pobladores de nuestro distrito, iniciándose así un trabajo de búsqueda de artesanos que elaboren estos productos e inicialmente la tienda se abastecía de artesanías de otros lugares del departamento, siendo el público el que sugería que los productos sean elaborados en la zona. Pasaron 2 años y la Municipalidad provincial de Ferreñafe nos convocó a participar de un mega proyecto denominado PACA, cuyas siglas significaban Proyecto para la Asociación Competitiva que sería financiado por el gobierno Alemán y del cual decidimos participar, dando como resultado la conformación de la primera Asociación de Artesanos Ferreñaños, siendo elegida presidenta de esta asociación la dueña de la tienda, la Sra. Betty de la Cruz Suysuy.

Esto permitió una convocatoria de artesanos y la respectiva capacitación técnico productiva, iniciando así las actividades de afianzamiento de nuestra identidad cultural con charlas en el museo adhiriéndose otras entidades para apoyarnos como el CITE – SIPAN, IDESI, PROM PERU, ONG FUNDENOR, USS, entre otras.

El trabajo con la asociación nos ha permitido brindar en la tienda diversos productos de diferentes líneas artesanales, siendo los bordados a mano, el repujado en aluminio y cuero, el tejido a crochet y la pintura en tela, las líneas que más productos brindan: los llaveros en cuero, los monederos, bolsos bordados, con aplicaciones de cuero y otros productos utilitarios como porta lapiceros, porta llaves, porta fotos, cofres, mantelería bordada, cuadros texturados, etc.

Cabe señalar que el mercado ha sido afectado por la disminución de afluencia turística, esto se ha visto año tras año, no solo en nuestro distrito, sino a nivel regional por cuanto tenemos distintos puntos de venta, los que se fueron cerrando ante la mínima demanda, actualmente solo ofrecemos nuestros productos en la tienda ubicada en Calle Simón Bolívar #708.

La poca demanda hace que los artesanos se desanimen en la producción, pues elaborar productos en poca cantidad hace que los costos suban y eso se vea reflejado en los precios, que no puedan competir con la oferta de los productos chinos, poniendo en peligro la subsistencia de la única tienda de artesanía de Ferreñafe y la continuidad en el funcionamiento de la Asociación de Artesanos Ferreñaños (ASARFE).



MARCA: ISO/LOGOTIPO



MARCA:ISO/LOGOTIPO



iso

La Máscara de ojos alados de la cultura sicán es la más representativa en la artesanía de ferreñafe, es el motivo por el cual se determinó como el iso de la marca, teniendo en cuenta su forma alargada, aplicando una técnica de síntesis gráfica trabajado con vectores.



04

Artesanías
PERUANAS

Las tipografías utilizadas para el logotipo son serif teniendo unas terminaciones con serifa o remate con gracia, esta compuesta por 2 fuentes que son: Atlantic Bentley / Aliens and cows.

logotipo

MARCA: ISOLOGOTIPO



La unión del Iso junto con el logotipo, Obtenemos como resultado un isologotipo, el iso y el logotipo siempre representarán la marca de manera unida, para una mejor recordación para el receptor.



ALGUNAS ESPECIFICACIONES



Tamaño de reproducciones: Se emplearía dependiendo el caso, en los diferentes sustratos como en la web, no sería una recomendación, es una regla que debemos respetar para el buen manejo de la marca.



49 pixeles
WEB



3 cm
PAPELERÍA



37 pixeles
MÍNIMO WEB



2 cm
OTROS USOS



06

ALGUNAS ESPECIFICACIONES



Area de respiro: Es el margen que obligatoriamente debe rodear a la marca asegurando su independencia visual de otros elementos y facilitar su rápida identificación.

Prohibiciones: Cualquier cambio en los conceptos de artesanías peruanas podría afectar su identificación. A continuación los usos incorrectos, algunos ejemplos.



VARIACIONES CROMATICAS



08

ISOLOGOTIPO SOBRE FONDO



Con respecto al fondo donde podría estar permitido el uso de la Marca Artesanías Peruanas, sería en cualquier fondo, porque dicha marca tiene un contorneado de color blanco el cuál le da un margen a todo el isologo, esto hace que la marca se visualice con facilidad.

TIPOGRAFÍA



Atlantic Bentley

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

ALIENS AND COWS

A B C D E F O H I J K L M N
Ń O P O R S T U V W X Y Z

LilyUPC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
tuvwxyz



EL COLOR



C:25%
M:100%
Y:90%
K:24%

R:155
G:25
B:30
#9B191E



C:14%
M:42%
Y:97%
K:4%

R:215
G:151
B:19
#D79713



C:40%
M:65%
Y:90%
K:35%

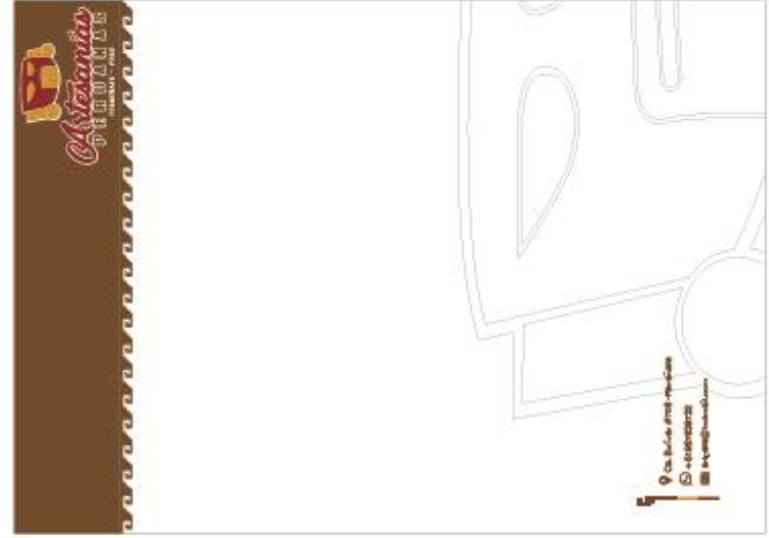
R:125
G:78
B:36
#7D4E24



PAPELERÍA



HOJA MEMBRETADA

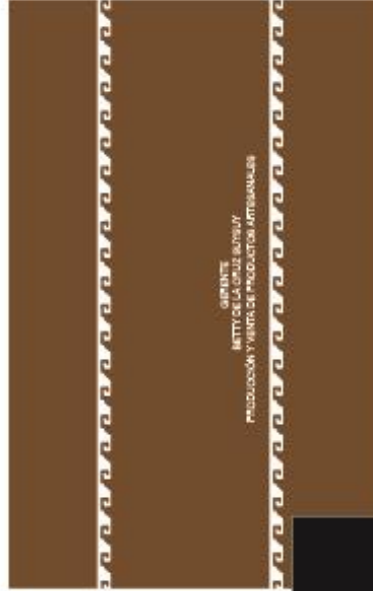


HOJA MEMBRETADA
Formato: 21x29,7 cm
Tipo de papel: Bond 75 gr
Tipo de impresión: OFFSET

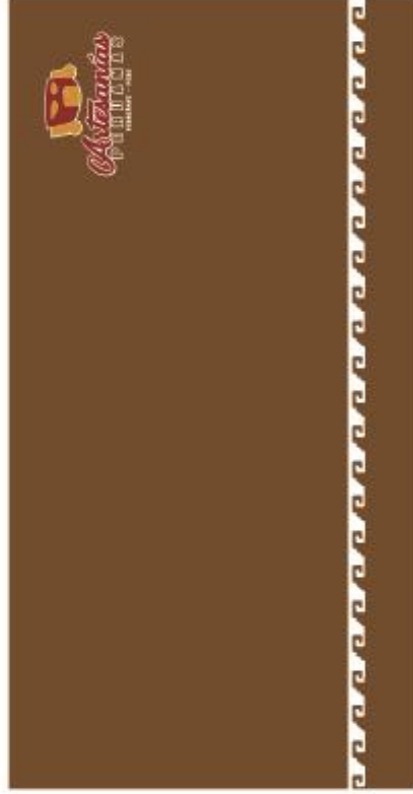
TARJETA



TARJETA
Formato: 5.5X9 cm
Tipo de papel: couché 300 gr
Tipo de impresión: OFFSET
Acabado: plastificado mate
y sectorizado UV



SOBRE



SOBRE
Formato: 23x12 cm
Tipo de papel: Bond 75 gr
Tipo de impresión: OFFSET

FOLDER



FOLDER
Formato: 31x45 cm
Tipo de impresión: OFFSET
Tipo: A4

SOPORTE



ROOLL SCREEN



18

BANNER

Formato: 100x200 cm

Sustrato: Banner

Tipo de impresión: laser

PACKAGING



PACKAGING



PACKAGING
Bolsas
Cajas



REFERENCIAS

- Cardalliaguet, L. M. (2003). *Artedynamico*. Obtenido de https://www.artedynamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=247&categoria=6
- Chaves, N. (2001). *El oficio de diseñar, propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Cisneros, C., & Gabriel, S. (17 de Julio de 2013). *Universidad de Palermo*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc//catalogo_investigacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2459
- Colombres, A. (2004). *América Latina como civilización emergente*. Buenos Aires : Cuadernos del Cel .
- Costa, J. (Enero de 2011). *Diseño*. Obtenido de http://www.disenio.uma.es/i_disenio/i_disenio_4/documento4.htm
- Costa, J. (2012). *Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía (2 edición)*. Barcelona: Costa punto com .
- Espejel Leguizamo, C. (1972). *Las artesanías tradicionales en México*. México: Blume.
- Fernández Tito, H. (7 de mayo de 2004). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/320184894/La-Artesania-Urbana-Como-Patrimonio-Cultural>
- García Hernández, E. A. (2015). *La artesanía Oaxaqueña como producto creativo: Una evolución de creatividad en productos de alfarería hechos en Oaxaca, México*. Universidad Tecnológica de la Mixteca, Oaxaca , Oaxaca, México. Obtenido de http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/13001.pdf
- Ledesma, M. (2003). *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)* . Buenos Aires: Argonauta .
- López Iglesias, M. (2014). *Manual de Diseño Gráfico Nuevos Fundamentos*. . España : Colección Studium.
- Lupton, E., & Cole Phillips, J. (2009). *Diseño gráfico Nuevos Fundamentos* . Barcelona: Gustavo Gili.
- Martínez Acosta, P. (2010). *Diseño, Artesanía e Identidad. Experiencias académicas locales de Diseño Artesanal en Colombia y el Salvador*. Colombia, El salvador: Axis Mundi. Obtenido de https://issuu.com/colmayorcauca/docs/dise_o_artesan__e_identidad_isbn_978-958-98334-8-3

Martínez Enciso, K. (2012). *La necesidad de re significar las artesanías para su supervivencia en el mercado*. Tesis de Licenciatura , Pontificia Universidad Javeriana facultad de comunicaciones y lenguaje, Bogotá. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/5783>

MINCETUR. (2012). *Artesanía Perú Handicrafts*. Perú: Unimundo S.A.C.

Morón Donayre, J. (2012). *Signos de la identidad: De la gráfica popular Limeña a la identidad gráfica Peruana*. Tesis de Licenciatura , Pontificia Universidad Católica del Perú . Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1710>

Noriega torres, E. (2013). *Teoría y ciencia del Diseño*. Colombia: Limusa. Obtenido de <https://es.slideshare.net/EderNoriega1/fundamentos-del-lenguaje-grfico-parte-5-cienciografia>.

Twemlow, A. (2007). *¿Qué es el diseño gráfico?* Barcelona: Gustavi Gili.

ANEXOS

ANEXO 01 - Ficha de observación de la artesanía ferreñafana

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA		
ASPECTOS A OBSERVAR	SI	NO
1) La venta es fluida.		X
2) Existen temporadas de ventas.	X	
3) Su público objetivo es variado.	X	
4) Los mismos pobladores adquieren artesanía.		X
5) Hay productos son destinados solo para turistas.		X
6) Hay productos específicos que se venden más.	X	
7) Se maneja una línea gráfica en la artesanía.		X
8) El cliente observo el producto y lo compró.	X	
9) Son productos con identidad.		X
10) Hay aceptación de los iconos.	X	
11) El cliente se fija más en el diseño o material.	X	
12) La calidad de los productos artesanales son óptimos	X	

13) El cliente se interesa por saber el proceso de elaboración.		X
14) Los productos son funcionales.	X	
15) La artesanía Ferreñafana es fácil de reconocer por un 50% de los clientes.		X

ANEXO 02 – Formato de validación de la ficha de observación.



FORMATO DE VALIDACIÓN DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. Y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: Lic. JUAN ALBERTO PANTA ARRIETA

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

INDICADORES	DEFINICIÓN	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
CONTENIDO	Los ítems representan claridad en los aspectos a observar.				X	
RELEVANCIA	Los ítems e enfoca en los aspectos más importantes.				X	
COHERENCIA	Los ítems guardan relación con lo que se va a investigar.			X		
CLARIDAD	Los ítems se comprenden fácilmente.			X		
SUFICIENCIA	Los ítems se basan obtener la información requerida.				X	

Observaciones _____

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado

Pimentel, 30 de SETIEMBRE del 2017


 Firma del experto
 DNI 44831776

ANEXO 03 – Formato de validación de la ficha de observación.



FORMATO DE VALIDACIÓN DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. Y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: PROF. JUAN ANTONIO PANTA QUIROZ

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

INDICADORES	DEFINICIÓN	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
CONTENIDO	Los ítems representan claridad en los aspectos a observar.				X	
RELEVANCIA	Los ítems e enfoca en los aspectos más importantes.			X		
COHERENCIA	Los ítems guardan relación con lo que se va a investigar.			X		
CLARIDAD	Los ítems se comprenden fácilmente.			X		
SUFICIENCIA	Los ítems se basan obtener la información requerida.				X	

Observaciones 1) EL DISEÑO ESTÁ SUPERADO AL GUSTO DEL CLIENTE.
2) EL DISEÑADOR JUEGA UN PAPEL PREPONDERANTE EN LA PROPUESTA DEL COMPRADOR.

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado

Pimentel, 30 de SEPTIEMBRE del 2017


 Firma del experto
 DNI 17408074

ANEXO 04 - Formato de validación de la ficha de observación.



FORMATO DE VALIDACIÓN DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: Daniel Oblitas Piñillo

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

INDICADORES	DEFINICIÓN	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
CONTENIDO	Los ítems representan claridad en los aspectos a observar.		X			
RELEVANCIA	Los ítems e enfoca en los aspectos más importantes.		X			
COHERENCIA	Los ítems guardan relación con lo que se va a investigar.		X			
CLARIDAD	Los ítems se comprenden fácilmente.		X			
SUFICIENCIA	Los ítems se basan obtener la información requerida.		X			

Observaciones _____

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado

Pimentel, 28 de Setiembre del 2017

Firma del experto
DNI 18011001

ANEXO 05

ENTREVISTA PARA ARTESANOS (ASARFE)

APELLIDOS Y NOMBRES:

PROFESIÓN/ ESPECIALIDAD:

FECHA:

1. ¿Ud. ¿Cómo Artesano sabe qué tipo de público es el que compra más Artesanía Ferreñafana?
2. ¿Existen más tiendas de Artesanía aparte de la que ustedes proveen?
3. ¿La mayoría de los turistas que han visitado a Ferreñafe conocen la Tienda?
4. ¿De qué manera atraen a sus clientes?
5. ¿Cuáles son las fechas en las que más se vende?
6. ¿Está satisfecho con lo que vende?
7. ¿Siente que hay un desconocimiento hacia la Artesanía que se realiza en Ferreñafe?
8. ¿Cuál es el ícono que más se utiliza en la Artesanía Ferreñafana?
9. ¿Cuáles son los colores que predominan en la Artesanía Ferreñafana?
10. ¿Piensa usted que generando una identidad (podría ser una marca), incrementaría su valorización en la Artesanía Ferreñafana?
11. ¿Alguna vez ha pensado en la publicidad por medios impresos y digitales? ¿Han acudido a un profesional para incrementar ventas?
12. ¿Le gustaría hacer nuevos cambios para elevar el valor de la Artesanía Ferreñafana a través del Diseño?

ANEXO 06

ENTREVISTA A TURISTA

CODIFICACIÓN:

FECHA:

1. ¿Cada cuánto realiza viajes al norte del Perú?
2. ¿Le gusta la Artesanía?
3. ¿Ud. compra Artesanía de los lugares que visita?
4. ¿Qué es lo que le atrae de la Artesanía?
5. ¿Cuándo visito Ferreñafe y supo de alguna tienda de Artesanía?
6. ¿Acudió a alguna tienda donde le proporcionaron Artesanía netamente de Ferreñafe?
7. ¿Tiene conocimiento de que SI existe una tienda de Artesanía Ferreñafana?
8. ¿Alguien le sugirió ir por la tienda?
9. ¿Le gustaría adquirir productos de Artesanía hecha a Mano por Ferreñafanos?
10. ¿Encontró Artesanía Ferreñafana en otros lugares que visitó?

ANEXO 07

ENTREVISTA PARA POBLADORES DE FERREÑAFE

CODIFICACIÓN:

FECHA:

1. ¿Existe alguna tienda de Artesanía en Ferreñafe?
2. ¿Cómo te enteraste que existía esta tienda en Ferreñafe?
3. ¿Has ido alguna vez?
4. ¿Te la recomendaron alguna vez?
5. ¿La recomendarías?
6. ¿Has adquirido productos de Artesanía netamente Ferreñafana?
7. ¿Prefieres comprar Artesanía Ferreñafana o productos chinos para obsequiarle a un familiar del extranjero?
8. ¿Alguna vez viste medios gráficos de la tienda de Artesanía Ferreñafana?
9. ¿Consideras que debería hacerse conocida? ¿qué sugieres?
10. ¿Crees que si se utilizara nuevos factores de apoyo gráficos se incrementarían las ventas?

ANEXO 08 – Formato de validación del instrumento de investigación.



FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. Y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: DR. CARLOS GUSTAVO ELERA AREVALO

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

Nº	Indicadores	Definición	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades.			X		
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.			X		
3	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez del contenido y criterio.			X		
4	Organización	La estructura es adecuada. Comprende la presentación, agradecimiento, datos demográficos, instrucciones.			X		
5	Confiabilidad	El instrumentos es confiable porque se aplica el test-retest (piloto).			X		
6	Control de sesgo	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas.			X		
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular.			X		
8	Marco de referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.			X		
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.		X			
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado.		X			

Observaciones _____

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado

Pimentel,..... de..... del 2017


 Firma del experto
 DNI 08225455

ANEXO 09 - Formato de validación del instrumento de investigación.



FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. Y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: Petronila Brenis Farfán - premio Amarta de la Artesanía-2015

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

Nº	Indicadores	Definición	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades.	X				
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.		X			
3	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez del contenido y criterio.		X			
4	Organización	La estructura es adecuada. Comprende la presentación, agradecimiento, datos demográficos, instrucciones.	X				
5	Confiabilidad	El instrumentos es confiable porque se aplica el test-retest (piloto).		X			
6	Control de sesgo	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas.		X			
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular.		X			
8	Marco de referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.	X				
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.	X				
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado.	X				

Observaciones ninguna

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado

Pimentel,..... de..... del 2017

Firma del experto

DNI 17403290

ANEXO 10 - Formato de validación del instrumento de investigación.



FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. Y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: ARTISTA PLÁSTICO : JORGE ADOLBERTO MORENO MARTINEZ.

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

Nº	Indicadores	Definición	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades.		X			
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.		X			
3	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez del contenido y criterio.	X				
4	Organización	La estructura es adecuada. Comprende la presentación, agradecimiento, datos demográficos, instrucciones.		X			
5	Confiabilidad	El instrumentos es confiable porque se aplica el test-retest (piloto).	X				
6	Control de sesgo	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas.		X			
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular.	X				
8	Marco de referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.	X				
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.		X			
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado.		X			

Observaciones NINGUNA

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado

Pimentel,..... de..... del 2017



Firma del experto
DNI
17413311

ANEXO 11 – Matriz de evaluación del lenguaje gráfico.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL LENGUAJE GRÁFICO

LENGUAJE GRÁFICO (Piezas)	TÉRMINOS / CRITERIO	INDICADORES	PUNTAJE		
			1	2	3
	REPRESENTATIVIDAD Y FORMA	SINTESIS			
		FUNCIONABILIDAD			
	ORDEN	ESTRUCTURA			
		REPETICIÓN			
	LEGIBILIDAD	CLARO			
		DESCIFRABLE			
	COLOR	ARMONÍA EN EL COLOR			
		TEMPERATURA DEL COLOR			

ANEXO 12 – Formato de validación del lenguaje gráfico.



FORMATO DE VALIDACIÓN DE LENGUAJE GRÁFICO

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: Daniel Oblitas Pílllos

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

EVALUACIÓN DE LENGUAJE GRÁFICO					
INDICADORES	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Se reconoce e identifican fácilmente el mensaje.		✓			
Su estructura es organizada		✓			
Se comprende fácilmente a través de mensajes claros.		✓			
Brinda la información necesaria.		✓			
Tienes colores representativos		✓			
Se da el uso adecuados de los elementos del diseño.		✓			
Se utilizó una línea gráfica adecuadamente.		✓			

Observaciones _____

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado

Pimentel, 25 de setiembre del 2017

Firma del experto

DNI 18011601

ANEXO 13 – Formato de validación del lenguaje gráfico.



FORMATO DE VALIDACIÓN DE LENGUAJE GRÁFICO

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. Y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: Johana Castillo Vargas

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

EVALUACIÓN DE LENGUAJE GRÁFICO					
INDICADORES	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Se reconoce e identifican fácilmente el mensaje.			X		
Su estructura es organizada			X		
Se comprende fácilmente a través de mensajes claros.			X		
Brinda la información necesaria.			X		
Tienes colores representativos			X		
Se da el uso adecuados de los elementos del diseño.			X		
Se utilizó una línea gráfica adecuadamente.			X		

Observaciones _____

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado

Pimentel, 6 de 10 del 2017

Firma del experto

DNI 001450333

ANEXO 14 – Formato de validación del lenguaje gráfico.



FORMATO DE VALIDACIÓN DE LENGUAJE GRÁFICO

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. Y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: Jorge Alejandro Salas Salas

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

EVALUACIÓN DE LENGUAJE GRÁFICO					
INDICADORES	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Se reconoce e identifican fácilmente el mensaje.		X			
Su estructura es organizada		X			
Se comprende fácilmente a través de mensajes claros.		X			
Brinda la información necesaria.		X			
Tienes colores representativos			X		
Se da el uso adecuados de los elementos del diseño.		X			
Se utilizó una línea gráfica adecuadamente.		X			

Observaciones _____

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado

Pimentel, 06 de 10 del 2017


Firma del experto
DNI 42880841

ANEXO 15

RÚBRICA DE EVALUACIÓN - LENGUAJE GRÁFICO

	TÉRMINOS / CRITERIO	INDICADORES	PUNTAJE				
			1	2	3	4	5
MIC	REPRESENTATIVIDAD Y FORMA	Fácil de reconocer a simple vista.					
		Correspondencia exacta de dos o más conjuntos de elementos entre sí.					
	ORDEN	Modo de estar organizadas u ordenadas las partes de un todo.					
		Acción de repetir.					
	LEGIBILIDAD	Que puede diferenciarse con facilidad.					
		Se puede descifrar o comprender.					
	COLOR	Logra cierto equilibrio.					
		Sirve como instrumento de identificación.					

ANEXO 16 – Formato de validación de la propuesta.



FORMATO DE VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. Y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: Bravo Adanaqué Cinthya.

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

VALORACIÓN ASPECTOS	MUY DE ACUERDO (MA)	DE ACUERDO (DA)	MEDIAMENTE DE ACUERDO (MDA)	EN DESACUERDO (ED)	OBSERVACIONES
DISEÑO Y ORGANIZACIÓN La propuesta es buena alternativa y es funcional		X			
ESTRUCTURA-ORGANIZACIÓN El contenido es pertinente para el mejoramiento de la problemática.		X			
GRÁFICOS Existe coherencia en su estructuración		X			
CONTENIDO Y PRECISIÓN Su aplicabilidad dará cumplimiento a los objetivos propuestos		X			

Observaciones _____

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado.

Pimentel, 02 de Noviembre del 2017

Firma del experto
DNI 45456934

ANEXO 17 - Formato de validación de la propuesta.



FORMATO DE VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. Y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: William Aguilar Cubas

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

VALORACIÓN ASPECTOS	MUY DE ACUERDO (MA)	DE ACUERDO (DA)	MEDIAMENTE DE ACUERDO (MDA)	EN DESACUERDO (ED)	OBSERVACIONES
DISEÑO Y ORGANIZACIÓN La propuesta es buena alternativa y es funcional		/			
ESTRUCTURA-ORGANIZACIÓN El contenido es pertinente para el mejoramiento de la problemática.		X			
GRÁFICOS Existe coherencia en su estructuración		X			
CONTENIDO Y PRECISIÓN Su aplicabilidad dará cumplimiento a los objetivos propuestos			X		

Observaciones Mejorar redacción y mejorar tamaño de las versiones del logotipo

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado.



 Firma del experto
 DNI

Pimentel, 03 de Nov. del 2017

ANEXO 18 - Formato de validación de la propuesta.



FORMATO DE VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Título del Proyecto: EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Autores: BARRERA VERONA ANTHONY J. Y NIÑO DE LA CRUZ ASTRID B.

Experto: CASTILLO VARGAS LORENA.

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

VALORACIÓN ASPECTOS	MUY DE ACUERDO (MA)	DE ACUERDO (DA)	MEDIAMENTE DE ACUERDO (MDA)	EN DESACUERDO (ED)	OBSERVACIONES
DISEÑO Y ORGANIZACIÓN La propuesta es buena alternativa y es funcional			X		
ESTRUCTURA-ORGANIZACIÓN El contenido es pertinente para el mejoramiento de la problemática.		X			
GRÁFICOS Existe coherencia en su estructuración		X			
CONTENIDO Y PRECISIÓN Su aplicabilidad dará cumplimiento a los objetivos propuestos		X			

Observaciones - modificaciones en color de línea azul
isologo tipo, contraste de color y forma.

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado.

Pimentel, 03 de 11 del 2017



 Firma del experto
 DNI 001450333.

ANEXO 19 – Consentimiento informado para participación en investigación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIONES

Lugar: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FERREÑAFANOS (ASARFE) Fecha: _____

Por medio de la presente yo Maria Magdalena Burga
acepto participar la investigación titulada:

EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

El objetivo del estudio es:

Incrementar el valor de la Artesanía Ferreñafana desde
el Diseño Gráfico.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en:


Aportar la información requerida en la entrevista que se
me realizara, respondiendo a las interrogantes de la Investigación.

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles riesgos, inconvenientes, molestias y beneficios derivados de mi participación en el estudio, que son los siguientes:

El **Investigador Responsable** se ha comprometido a darme información oportuna sobre cualquier procedimiento alternativo adecuado que pudiera ser ventajoso para mí, así como a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que le plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, los riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Entiendo que conservo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento en que lo considere conveniente.

El **Investigador Responsable** me ha dado seguridades de que no se me identificará en las presentaciones o publicaciones que deriven de este estudio y de que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial.


Nombre y apellidos
firma del participante

ANEXO 20 - Consentimiento informado para participación en investigación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIONES

Lugar: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FERREÑAFANOS (ASARFE) Fecha: _____

Por medio de la presente yo Alicia Del Rosario bastillo
acepto participar la investigación titulada:

EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

El objetivo del estudio es:

Incrementar el valor de la Artesanía Ferreñafana desde
el Diseño Gráfico.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en:

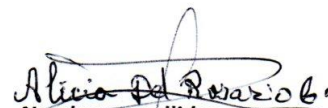
Aportar la información necesaria en la entrevista que se
me realizará, respondiendo a las interrogantes de la Investig.

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles riesgos, inconvenientes, molestias y beneficios derivados de mi participación en el estudio, que son los siguientes:

El **Investigador Responsable** se ha comprometido a darme información oportuna sobre cualquier procedimiento alternativo adecuado que pudiera ser ventajoso para mí, así como a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que le plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, los riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Entiendo que conservo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento en que lo considere conveniente.

El **Investigador Responsable** me ha dado seguridades de que no se me identificará en las presentaciones o publicaciones que deriven de este estudio y de que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial.


Nombre y apellidos
firma del participante

ANEXO 21- Consentimiento informado para participación en investigación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIONES

Lugar: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FERREÑAFANOS (ASARFE) Fecha: 02- octubre - 2017

Por medio de la presente yo VERÓNICA DAMIAN CAJERO
acepto participar la investigación titulada:

EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

El objetivo del estudio es:

Incrementar el valor de la Artesanía Ferreñafana desde el Diseño Gráfico.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en:

Aportar la información requerida en la entrevista que se me realizará, respondiendo a las interrogantes de la investigación.

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles riesgos, inconvenientes, molestias y beneficios derivados de mi participación en el estudio, que son los siguientes:

El **Investigador Responsable** se ha comprometido a darme información oportuna sobre cualquier procedimiento alternativo adecuado que pudiera ser ventajoso para mi, así como a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que le plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, los riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Entiendo que conservo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento en que lo considere conveniente.

El **Investigador Responsable** me ha dado seguridades de que no se me identificará en las presentaciones o publicaciones que deriven de este estudio y de que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial.


Nombre y Apellidos
Firma del Participante

ANEXO 22 - Consentimiento informado para participación en investigación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIONES

Lugar: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FERREÑAFANOS (ASARFE) Fecha: 02 - octubre - 2017

Por medio de la presente yo Betty de la Cruz Suy Suy
acepto participar la investigación titulada:

EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

El objetivo del estudio es:

Incrementar el valor de la Artesanía Ferreñafana desde el diseño gráfico.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en:

Aportar la información requerida en las entrevistas que se me realizará, respondiendo a las interrogantes de la Investigación.

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles riesgos, inconvenientes, molestias y beneficios derivados de mi participación en el estudio, que son los siguientes:

El **Investigador Responsable** se ha comprometido a darme información oportuna sobre cualquier procedimiento alternativo adecuado que pudiera ser ventajoso para mi, así como a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que le plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, los riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Entiendo que conservo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento en que lo considere conveniente.

El **Investigador Responsable** me ha dado seguridades de que no se me identificará en las presentaciones o publicaciones que deriven de este estudio y de que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial.



Nombre y Apellidos
Firma del Participante

ANEXO 23 - Consentimiento informado para participación en investigación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIONES

Lugar: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FERREÑAFANOS (ASARFE) Fecha: 09- octubre - 2017

Por medio de la presente yo Rosa Adriana Garcia Guerra
acepto participar la investigación titulada:

EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

El objetivo del estudio es:

Incrementar el valor de la Artesanía Ferreñafana desde el Diseño Gráfico.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en:

Aportar la información requerida en las entrevistas que se me realizarán, respondiendo a los interrogantes de la Investigación.

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles riesgos, inconvenientes, molestias y beneficios derivados de mi participación en el estudio, que son los siguientes:

El **Investigador Responsable** se ha comprometido a darme información oportuna sobre cualquier procedimiento alternativo adecuado que pudiera ser ventajoso para mi, así como a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que le plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, los riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Entiendo que conservo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento en que lo considere conveniente.

El **Investigador Responsable** me ha dado seguridades de que no se me identificará en las presentaciones o publicaciones que deriven de este estudio y de que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial.


Nombre y Apellidos
Firma del Participante

ANEXO 24 - Consentimiento informado para participación en investigación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIONES

Lugar: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FERREÑAFANOS (ASARFE) Fecha: 09 - octubre - 2017

Por medio de la presente yo Dagmar del Carmen Carrasco Castañeda acepto participar la investigación titulada:

EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

El objetivo del estudio es:

Incrementar el valor de la Artesanía Ferreñafana desde el Diseño Gráfico.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en:

Aportar la información requerida en la entrevista que se me realizará, respondiendo a las interrogantes de la Investigación.

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles riesgos, inconvenientes, molestias y beneficios derivados de mi participación en el estudio, que son los siguientes:

El **Investigador Responsable** se ha comprometido a darme información oportuna sobre cualquier procedimiento alternativo adecuado que pudiera ser ventajoso para mi, así como a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que le plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, los riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Entiendo que conservo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento en que lo considere conveniente.

El **Investigador Responsable** me ha dado seguridades de que no se me identificará en las presentaciones o publicaciones que deriven de este estudio y de que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial.


Nombre y Apellidos
Firma del Participante

ANEXO 25 - Consentimiento informado para participación en investigación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIONES

Lugar: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FERREÑAFANOS (ASARFE) Fecha: 12- octubre - 2017

Por medio de la presente yo ROSARIO CARMEN VICTORIA GARCIA URRUTIA VARGAS acepto participar la investigación titulada:

EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

El objetivo del estudio es:

INCREMENTAR EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en:

APORTAR LA INFORMACIÓN REQUERIDA EN LA ENTREVISTA QUE SE ME REALIZARA, RESPONDIENDO A LAS INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN.

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles riesgos, inconvenientes, molestias y beneficios derivados de mi participación en el estudio, que son los siguientes:

El **Investigador Responsable** se ha comprometido a darme información oportuna sobre cualquier procedimiento alternativo adecuado que pudiera ser ventajoso para mi, así como a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que le plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, los riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Entiendo que conservo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento en que lo considere conveniente.

El **Investigador Responsable** me ha dado seguridades de que no se me identificará en las presentaciones o publicaciones que deriven de este estudio y de que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial.



Nombre y Apellidos
Firma del Participante

ANEXO 26 - Consentimiento informado para participación en investigación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIONES

Lugar: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FERREÑAFANOS (ASARFE) Fecha: 16- octubre - 2017

Por medio de la presente yo Silvia A Barrera Bulnes
acepto participar la investigación titulada:

EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO.

El objetivo del estudio es:

Incrementar el valor de la Artesanía Ferreñafana desde el
Diseño Gráfico.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en:

Aportar la información necesaria en la entrevista que se me realizará
respondiendo a las interrogantes de la investigación.

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles riesgos, inconvenientes, molestias y beneficios derivados de mi participación en el estudio, que son los siguientes:

El **Investigador Responsable** se ha comprometido a darme información oportuna sobre cualquier procedimiento alternativo adecuado que pudiera ser ventajoso para mí, así como a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que le plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, los riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Entiendo que conservo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento en que lo considere conveniente.

El **Investigador Responsable** me ha dado seguridades de que no se me identificará en las presentaciones o publicaciones que deriven de este estudio y de que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial.


Nombre y Apellidos
Firma del Participante

ANEXO 27

Rúbrica – ARTESANÍA

	TÉRMINOS / CRITERIOS	INDICADORES	PUNTAJE				
			1	2	3	4	5
ARTESANÍA	DEFINICIÓN DE LA ARTESANÍA	Expresa con relevancia la cultura local.					
		Cumple con los valores que definen a la marca.					
	IDENTIDAD	Su función principal determina lo cultural.					
		Rasgos y características que se diferencia de las demás.					
	TÉCNICAS TRACIONALES	Uso simbólico e ideológico de la cultura local.					
		Trasmisión de conocimientos del patrimonio cultural inmaterial.					
	ESTÉTICA	Elemento decorativo con identidad.					
		Artesanía que se distingue de lo industrial.					
	JERARQUÍA VISUAL	Establece un orden que facilita la lectura del diseño.					
		Brinda mayor relevancia a ciertos elementos.					
	SIMPLICIDAD	Jerarquía visual.					
		Diseño fácil y agradable.					

ANEXO 28 – Formato de validación del instrumento de investigación.



FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título del Proyecto: "EL VALOR DE LA ARTESANÍA FERREÑAFANA DESDE EL DISEÑO GRÁFICO"

Autores: Barrera Verona Anthony Joaquín y Niño De La Cruz Astrid Bettina.

Experto: Betty De la Cruz suysuy

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

VALORACIÓN ASPECTOS	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	MEDIAMENTE DE ACUERDO (MDA)	EN DESACUERDO (ED)	OBSERVACIONES
DISEÑO Propuesta con fundamento.	X				
SISTEMATIZACIÓN Se selecciono técnicas y herramientas en función al propósito que se persigue	X				
CRITERIO Se realizo la evaluación e investigación necesaria de las piezas.	X				

Observaciones _____

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado

Pimentel, 30 de septiembre del 2017

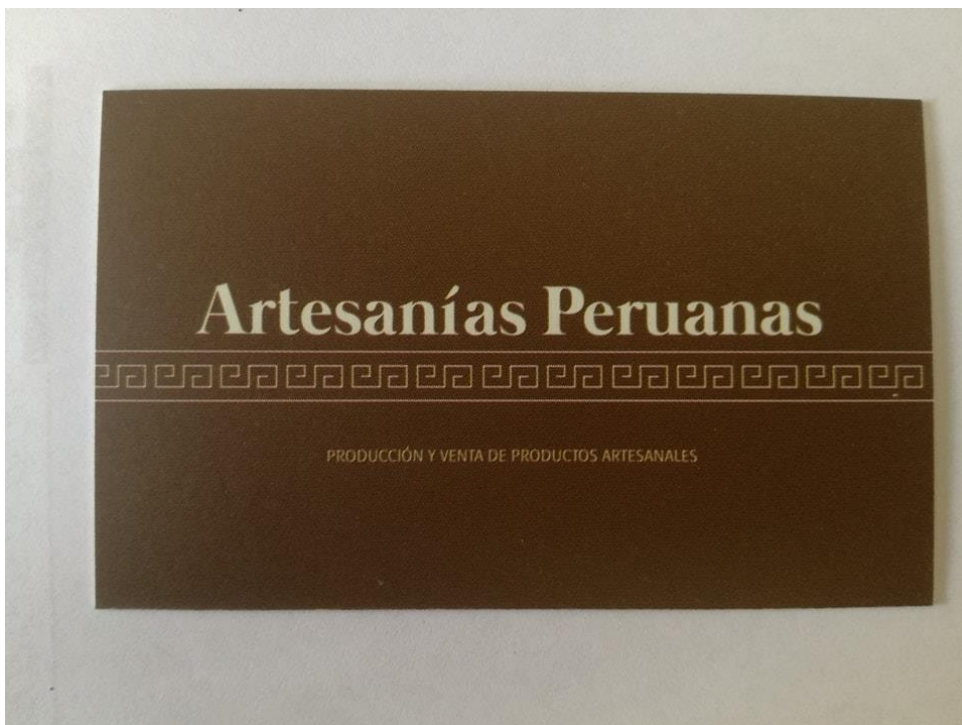
Firma del experto

DNI 14908085

ANEXO 29 – Tarjetas personales antiguas de Artesanías Peruanas.



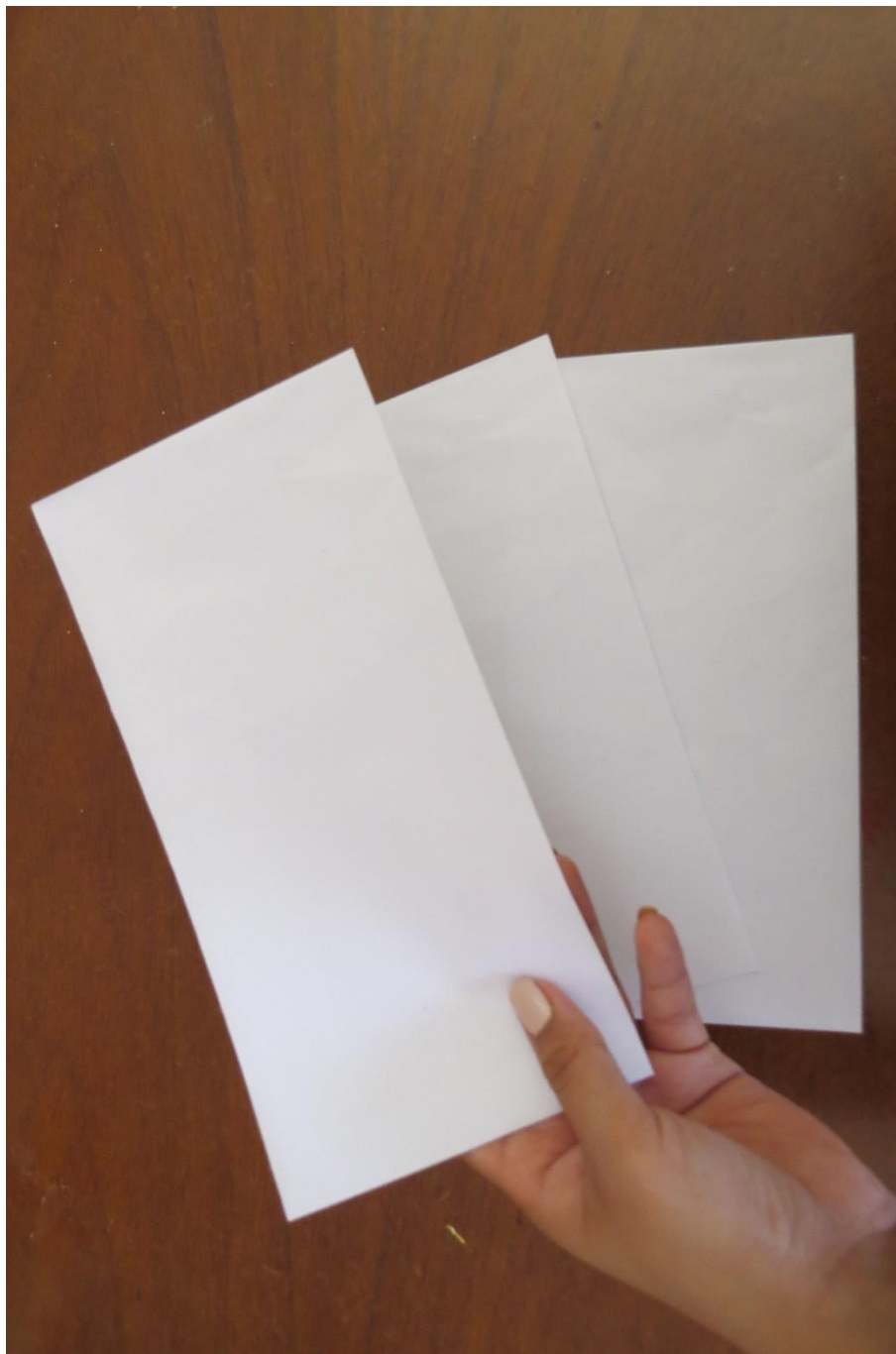
ANEXO 30 – Tarjeta personal de Artesanías Peruanas.



ANEXO 31 - Propuesta de tarjeta personal.



ANEXO 32 – Sobres anteriores de documentación de Artesanías Peruanas.



ANEXO 33 – Propuesta de sobre corporativo.



ANEXO 34 – Packing anterior de Artesanías Peruanas.



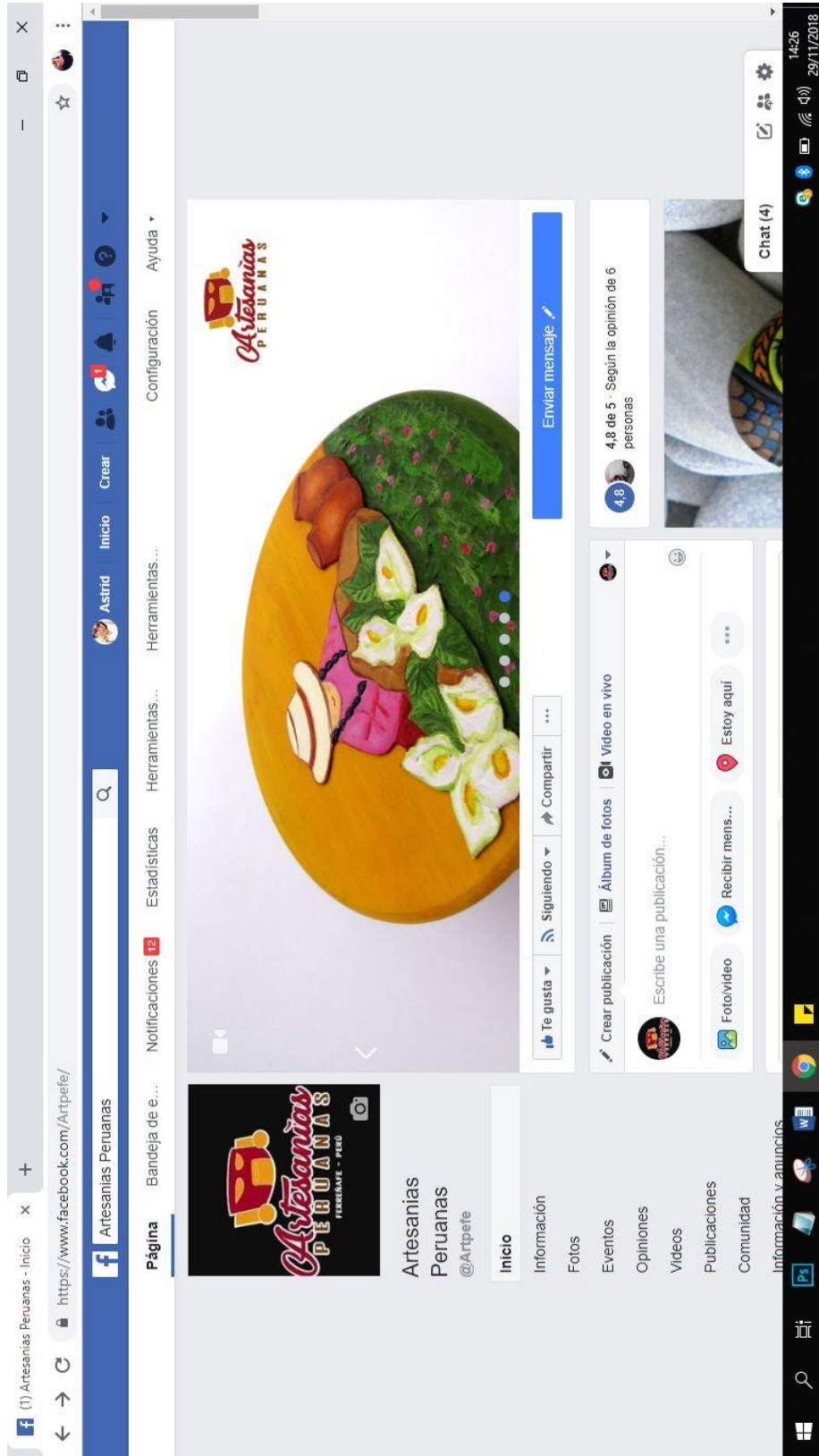
ANEXO 35 – Propuesta de packing para Artesanías Peruanas.



ANEXO 36 – Redes sociales de Artesanías Peruanas.

The screenshot displays the Facebook profile page for 'Artesanías Peruanas'. The browser's address bar shows the URL <https://www.facebook.com/Artpefe/>. The page header includes the Facebook logo, the name 'Artesanías Peruanas', and navigation options: 'Página', 'Bandeja de e...', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas...', 'Herramientas...', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a post with several images of white product boxes, each with a red circular logo that reads 'ARTESANÍAS PERUANAS'. The boxes contain various items, including a woven basket and a piece of fabric. Below the images, there is a blue button labeled 'Enviar mensaje'. To the right of the post, a rating section shows '4,8 de 5 · Según la opinión de 6 personas'. The left sidebar contains a navigation menu with options: 'Inicio', 'Información', 'Fotos', 'Eventos', 'Opiniones', 'Videos', 'Publicaciones', and 'Comunidad'. The bottom of the page shows the Windows taskbar with the date '29/11/2018' and time '14:17'.

ANEXO 37 – Redes sociales de Artesanías Peruanas con su nueva marca.



ANEXO 38 – Redes sociales de Artesanías Peruanas – Instagram.



ANEXO 39 – Fachada de la tienda Artesanías Peruanas.



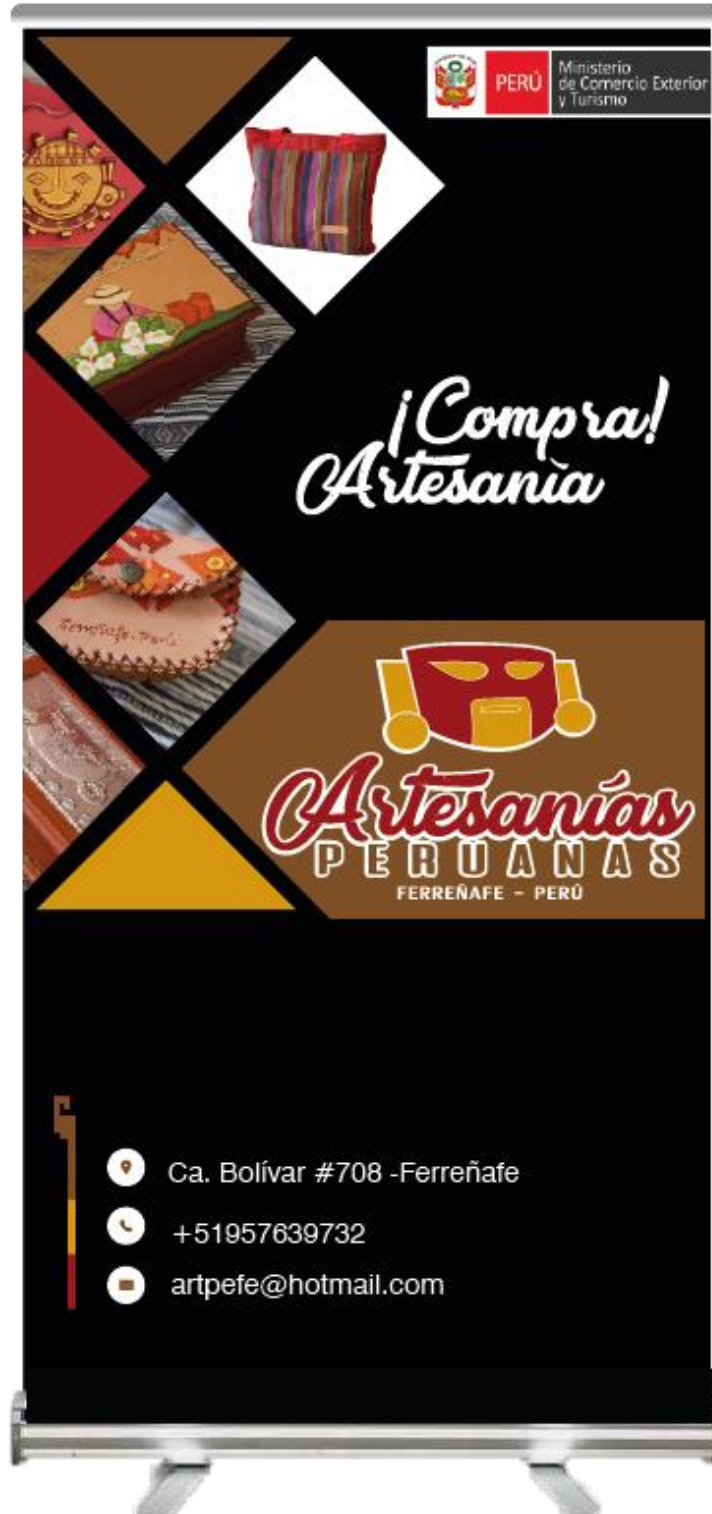
ANEXO 40 – Propuesta de fachada de Artesanías Peruanas.



ANEXO 41 – Propuesta de fachada de Artesanías Peruanas.



ANEXO 42 – Propuesta de banner para Artesanías Peruanas.



ANEXO 43 – Asociación de Artesanos Ferreñafanos (ASARFE).

