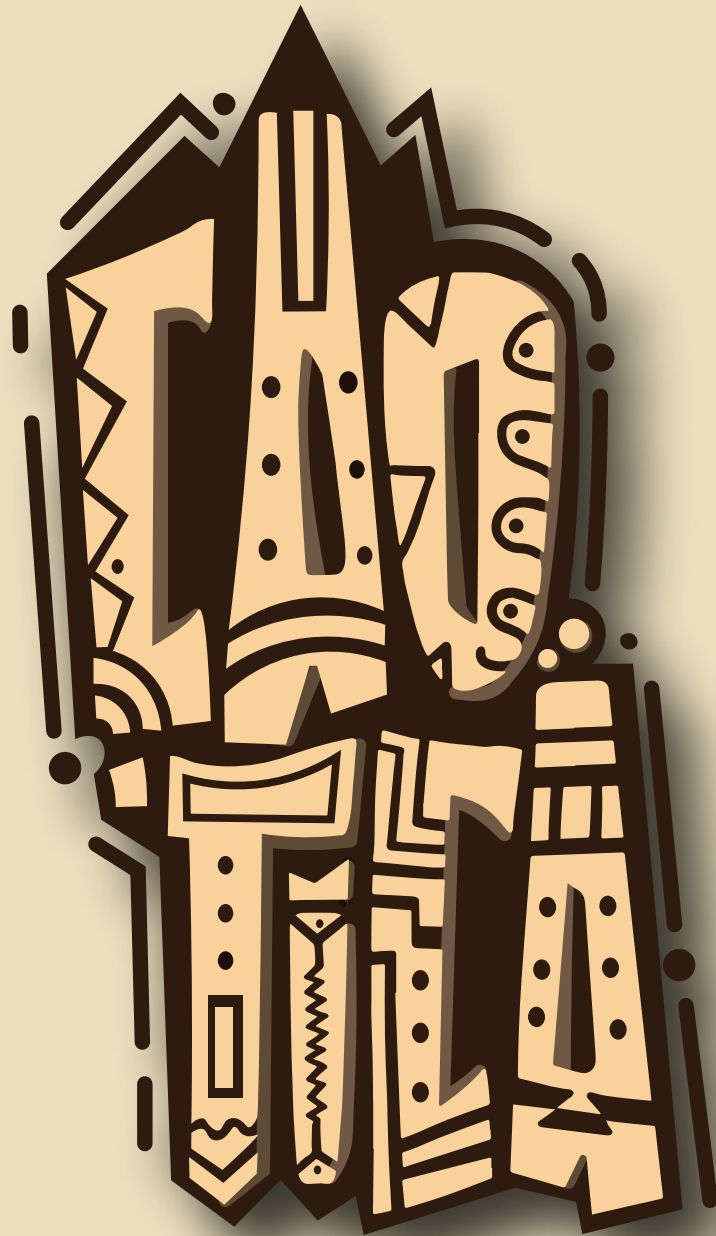




DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA DE USUARIO QUE PERMITA GENERAR UN VÍNCULO EMOCIONAL ENTRE EL PRODUCTO Y EL USUARIO DE LA CERVEZA CAÓTICA EN CUMBAL NARIÑO

**DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA DE USUARIO QUE PERMITA GENERAR UN
VÍNCULO EMOCIONAL ENTRE EL PRODUCTO Y EL USUARIO DE
LA CERVEZA CAÓTICA EN CUMBAL NARIÑO**

JHON SEBASTIAN CASTRO GUERRERO

**UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y BELLAS ARTES
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO
SAN JUAN DE PASTO**

2025

**DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA DE USUARIO QUE PERMITA GENERAR UN
VÍNCULO EMOCIONAL ENTRE EL PRODUCTO Y EL USUARIO DE
LA CERVEZA CAÓTICA EN CUMBAL NARIÑO**

ASESOR
MAURICIO MONTENEGRO

UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y BELLAS ARTES
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO
SAN JUAN DE PASTO

2025

Resumen Analítico de estudio - RAE

Código: E018218

Programa Académico: Diseño Gráfico

Fecha de elaboración del RAE: XXXXXX

Autor del proyecto: Jhon Sebastian Castro Guerrero

Título del proyecto: DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA DE USUARIO QUE PERMITA GENERAR UN VÍNCULO EMOCIONAL ENTRE EL PRODUCTO Y EL USUARIO DE LA CERVEZA CAÓTICA EN CUMBAL NARIÑO

CONTENIDO

1

1 EXPERIENCIA DE USUARIO

- 1.1 Usabilidad
 - 1.1.1 Dimensión subjetiva
 - 1.2.1 Dimensión objetiva
- 1.2 Utilidad
- 1.3 Accesibilidad
- 1.4 Arquitectura de la información
 - 1.4.1 Diseño visual
 - 1.4.2 Diseño interactivo
 - 1.4.3 Diseño emocional
- 1.5 Comunicación

2

2 CERVEZA ARTESANAL

- 2.1 Historia de la cerveza artesanal
 - 2.1.1 Cerveza artesanal en Colombia
 - 2.1.2 Cerveza artesanal en Pasto Nariño
 - 2.1.3 Cerveza artesanal en Cumbal Nariño
- 2.2 Consumo de la cerveza artesanal
- 2.3 Tendencias de la cerveza artesanal
- 2.4 Hábitos en la cerveza artesanal
- 2.5 Maridaje y gastronomía
- 2.6 Cerveza artesanal Porter
 - 2.6.1 Características
 - 2.6.2 Fabricación
- 2.7 Referentes históricos e investigativo
 - 2.7.1 Regional
 - 2.7.2 Nacional
 - 2.7.3 Internacional

3

3 CUMBAL NARIÑO

- 3.1 Demografía
 - 3.1.1 Social
 - 3.1.2 Cultura

4

4 PROTOTIPADO

- 4.1 Introducción
 - 4.1.1 Concepto de diseño
- 4.3 Metodología de diseño
 - 4.3.1 Primera etapa: Molienda y maceración
 - 4.3.2 Segunda etapa: Filtración
 - 4.3.3 Tercera etapa: Cocción
 - 4.3.4 Cuarta etapa: Fermentación y maduración
 - 4.3.5 Quinta etapa: Envasado



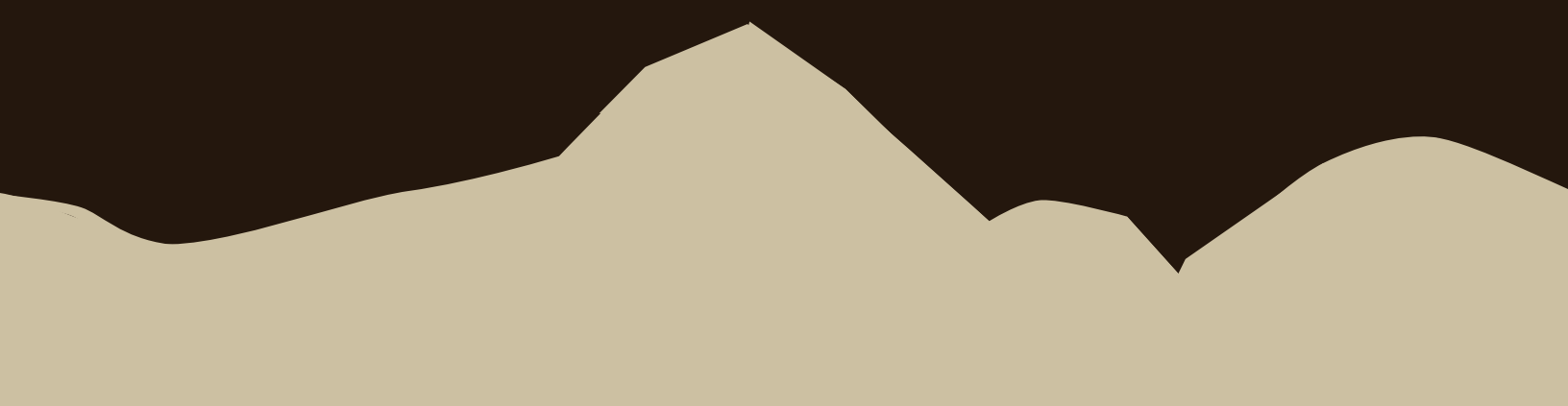
INTRODUCCIÓN

En los años recientes, la industria de la cerveza artesanal ha cobrado gran relevancia dentro del mercado, captando la atención de aquellas personas que desean vivir una experiencia genuina y consumir un producto con marca. Caótica es una propuesta de cerveza que surge para innovar ofreciendo la mezcla de una marca que no solo se distingue por su calidad, sino que busca establecer un vínculo emocional con sus consumidores. Este emprendimiento localizado en Cumbal, Nariño, elabora sus productos a partir de los aspectos culturales y geográficos de la región lo que les permite ofrecer algo más que una simple bebida, sino una experiencia que se relaciona con la identidad del lugar.

Caótica logra construir esta experiencia a través de un diseño meticulosamente pensado en el que combina etiquetas simbólicas y relatos de lugares icónicos de Cumbal. También se plantea un sistema de recompensas por puntos que la persona va acumulando en las botellas, las cuales luego pueden ser canjeada por premios como un vaso pintado exclusivo.

Este enfoque no solo resalta la cultura cervecera y las emociones generadas por el proceso innovador, sino que también impacta directamente en la decisión de compra, posicionando a Caótica como una marca que trasciende lo tangible para convertirse en una experiencia memorable.

El presente proyecto explora cómo el diseño emocional y la interacción con el consumidor pueden transformar un producto tradicional en una propuesta diferenciada, generando valor tanto para el territorio como para los usuarios que forman parte de esta comunidad.



MACROCONTEXTO

Cumbal Nariño fue fundada en el año 1529 por el Cacique CUMBE, término que hace referencia a una palabra de origen Maya, pues surge del nombre del sacerdote indígena CHILLAN CAMBAL proveniente de la Península de Yucatán. Posteriormente en 1923, Antonio María Pueyo de Val le cambió el nombre a CUMBAL DE LAS MERCEDES. “Cumba” es la palabra Quichua que significa tronera, esto es traga luz o pequeña abertura sobre el techo de las casas campesinas destinada principalmente a desalojar el humo del interior. Un nombre adecuado para el pueblo ubicado a los pies del volcán

Cumbal es la única población nariñense de la que se puede saber con razón la fecha de su nacimiento y el nombre de su fundador, así como de haberse edificado con previo trazo de la zona urbana, de acuerdo a las conveniencias topográficas y en miras al desarrollo de una amplia ciudad del futuro.

El municipio de Cumbal, está situado al Sur Occidente del Departamento de Nariño limitando con la República del Ecuador y en la altiplanicie de Túquerres e Ipiales, hace parte de la cordillera andina que se considera como una región de piso térmico frío, la temperatura promedio es 10° (Alcaldía Municipal de Cumbal Nariño, 2017).

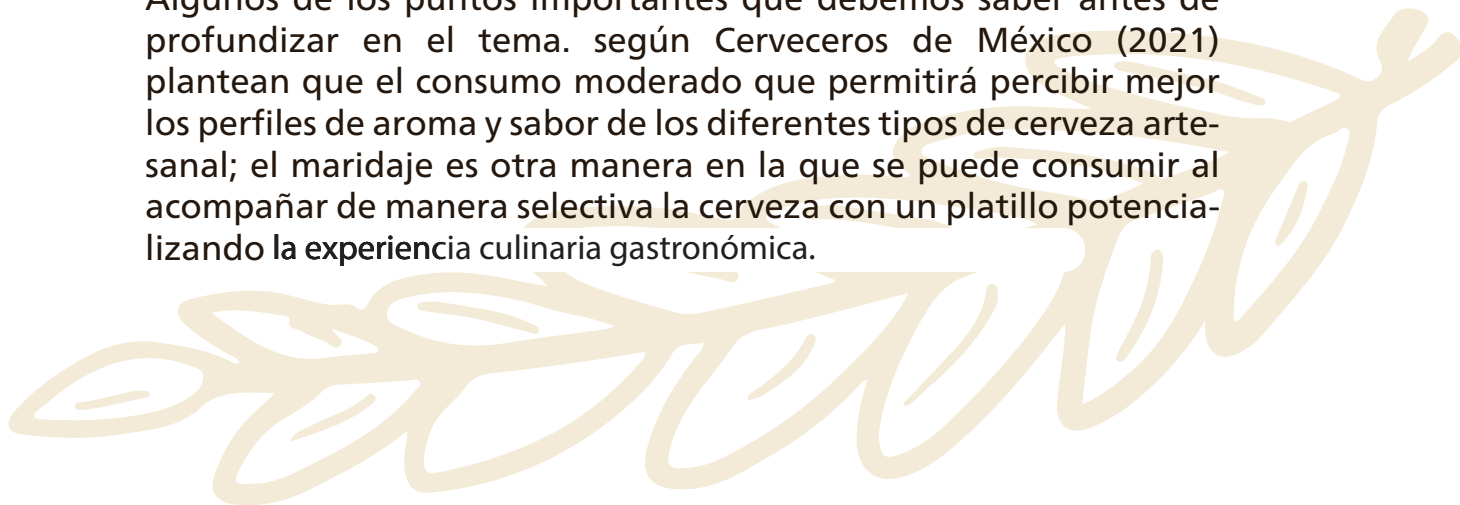
MICROCONTEXTO

El proyecto se realiza con la comunidad Cumbaleña ya que el objetivo del producto es brindar una experiencia de usuario que a su vez proporcione una apropiación del territorio, teniendo en cuenta los lugares característicos de este pueblo, alcanzando a una considerable cantidad de consumidores, quienes se identifican con las relaciones que brinda la marca.

La cerveza artesanal rescata e interpreta la diversidad de estilos cerveceros mundiales, se trata de desarrollar una “cultura cervecera” con la que se generen procesos innovadores y bebidas llenas de aromas, sabores e identidad; es completamente diferente de la cerveza industrial porque es más atractiva y compleja en el gusto, siendo una cerveza artesanal con más cuerpo, sabor y aroma.

Está elaborada a partir de ingredientes naturales, que no tienen aditivos artificiales ni conservantes, por otro lado, la cerveza industrial se pasteuriza y contiene conservantes (Montseny, 2019). Tradicionalmente la cerveza se ha fabricado a partir de malta de cebada, un material de alta calidad, pero de coste muy elevado, por ende, para abaratar costes, los grandes productores industriales usan otros aditivos como el arroz, el maíz o el mijo, elementos menos costosos, pero que producen una cerveza de calidad muy inferior (Cerveza Gredos, 2014).

Algunos de los puntos importantes que debemos saber antes de profundizar en el tema. según Cerveceros de México (2021) plantean que el consumo moderado que permitirá percibir mejor los perfiles de aroma y sabor de los diferentes tipos de cerveza artesanal; el maridaje es otra manera en la que se puede consumir al acompañar de manera selectiva la cerveza con un platillo potenciando la experiencia culinaria gastronómica.





PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En Colombia la cerveza ha sido una bebida representativa a lo largo del tiempo, en cualquier fecha especial, en fiestas, o hasta en reuniones familiares, la cerveza, es la protagonista en todos los estratos, pero en este país el consumo de cerveza industrial ha sido una costumbre, esto significa que es lo que más se adquiere y conocemos a nivel general.

Nos enfrentamos a una comunidad que aún no ha desarrollado un vínculo emocional con la marca Caótica por ende es necesario generar una experiencia que cumpla con las expectativas de los consumidores, generando así pregnancia con la identidad y permitiendo dar a conocer el territorio apropiadamente, por medio de la cerveza artesanal que no solo se fabrica en Cumbal si no que se caracteriza por su iconografía inspirada en la misma.

La intención de este proyecto es brindar un vínculo emocional para las personas que busquen la oportunidad de conocer y experimentar con la cerveza artesanal, teniendo en cuenta que la mayoría de la población consume cervezas de tipo lager creadas por marcas reconocidas monopolizadas por la misma marca y esta es una de las razones para salir de la monotonía de este sabor y atreverse a probar nuevos sabores y texturas de esta bebida como lo afirma (Hernandez, 2019) basados en que la cerveza más que una bebida es una cultura.



PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo desarrollar una experiencia de usuario para la cerveza caótica que genere un vínculo emocional con el usuario para la población Cumbaleña?

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto se justifica en su capacidad para transformar un producto cotidiano para la región como lo es la cerveza en un vehículo de identificación emocional y cultural dentro de la comunidad de Cumbal, Nariño. Si bien la cerveza Caótica tiene sus raíces en ingredientes y símbolos locales, ahora debe trascender su propósito utilitario para convertirse también en un símbolo cultural que evoque memoria colectiva, orgullo territorial y sentido de pertenencia. En medio de un mercado saturado por marcas industriales homogeneizadas, este proyecto propone una experiencia de usuario (UX) que no solo subraya la calidad del producto, sino que también resuena con la riqueza histórica, simbólica y emocional de la región.

El diseño de la experiencia incluye narrativas visuales y sensoriales inspiradas en el patrimonio cultural de Cumbal: paisajes como el volcán nevado, prácticas ancestrales como la “minga” (tradiciones de trabajo comunitario) y símbolos como los textiles tradicionales o los petroglifos. Estos elementos no se aplican de manera decorativa, sino como puentes entre los usuarios y su territorio, invitándolos a sentirse reflejados en cada interacción con la marca. Al vincular el consumo con narrativas auténticas y emociones compartidas, el objetivo es transformar cada botella en un objeto significativo, que suscite no solo sabor, sino identidad.

Además, el proyecto reconoce el potencial del diseño como herramienta de transformación social. Al intensificar el vínculo emocional entre los consumidores y la marca, fomenta un consumo consciente que valora lo local frente a lo global y lo artesanal frente a lo industrial. Este enfoque no solo beneficia a la economía local al crear lealtad hacia un producto elaborado en la región, sino que también revitaliza tradiciones culturales que estaban en riesgo de desaparecer. En un departamento como Nariño, donde la cerveza representa una parte significativa de los ingresos locales, este enfoque emocional podría posicionar a Caótica no como un simple producto, sino como una presencia duradera en el imaginario colectivo.

En su nivel más básico, el presente proyecto trasciende lo comercial para convertirse en un acto de reivindicación cultural. Al desarrollar una experiencia que entrelaza diseño, tecnología y tradición, este proyecto no solo mercantiliza Caótica, sino que la redefine como un símbolo vivo de Cumbal. Así, cada sorbo se convierte en un recordatorio de que la autenticidad, cuando se diseña con sensibilidad, puede ser tan refrescante como la cerveza misma.

OBJETIVOS



OBJETIVO GENERAL

Realizar el diseño de una experiencia de usuario para la cerveza Caótica, que permita generar un vínculo emocional entre el producto y el usuario en Cumbal Nariño.



OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar los elementos conceptuales, comunicacionales, estéticos del diseño UX.
- Identificar las características demográficas, sociales y culturales de Cumbal Nariño.
- Indagar sobre los elementos funcionales, estéticos y simbólicos de la cerveza artesanal.
- Diseñar los elementos estructurales, conceptuales, emocionales, comunicacionales de la UX.

ÁREA DE INVESTIGACIÓN

Humanidades según el portal DINA-OCDE Sub área Arte
– Disciplina Diseño

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La línea de investigación Diseño, Innovación, Cultura y Sociedad del grupo de Investigación Ideograma Colectivo según su justificación y pertinencia se expresa así (Dueñas & Murillo, 2018).

El diseño está fuertemente vinculado a las nuevas perspectivas globales y como se le ha cargado una enorme responsabilidad y ha asumido el gran compromiso de ser elemento configurador de los procesos de innovación propuestos y aceptados en modelos políticos, sociales y de desarrollo; este camino ha permitido entender las nuevas formas de cómo el diseño se comporta e interactúa dentro de una sociedad dispuesta a la renovación.



ENFOQUE **de investigación**

Esta investigación tiene un enfoque de origen cualitativo porque está basada en la recolección de los datos de manera subjetiva, favoreciendo la comparación de resultados y la interpretación de las emociones al momento de consumir el producto, generando una experiencia de usuario asertiva.

PARADIGMA **de investigación**



El proyecto es Investigación, acción y participación (IAP) basado en un análisis crítico social de la problemática de la carencia de cultura cervecera en el territorio de Cumbal con el fin de hacer una participación activa de esta población estimulando una práctica de transformación y cambio social por medio del diseño interactivo.

MUESTRA Y POBLACIÓN

Para el desarrollo del proyecto se tendrán en cuenta a expertos cerveceros, consumidores de cerveza artesanal, lo anterior se tomará con el propósito de analizar el cumplimiento de los objetivos del presente proyecto por medio de distintos instrumentos que abarquen toda la información necesaria a recolectar para generar una experiencia de usuario asertiva.

La población se define con personas oriundas del municipio de Cumbal Nariño, específicamente población que consume cerveza.

Técnicas e instrumentos DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Entrevistas
semi-estructuradas

Moodboard

Ajustes
Scamper



capítulo 1

EXPERIENCIA DE USUARIO



Experiencia de usuario

tal como expresa Donald A. Norman la Experiencia de Usuarios lo es todo, la manera en la que se experimenta el mundo, la vida, un servicio o si, una web o app, pero no de forma aislada sino como un conjunto.

A partir de la interacción generada entre el usuario y el producto por medio de las experiencias y expectativas impuestas se hace más fácil el uso del artefacto y se amplía la comunicación con la marca, el diseño UX se encarga de la postura emocional en que se encuentra el usuario, del diseño de lo que se crea y su comportamiento.

UX significa poner a las personas primero, que todo gire alrededor de ellas y que cada elemento esté pensado por y para la gente que va a interactuar con él, trabaja para mejorar un producto o servicio y que sea funcional, lo que dejará en el usuario una buena experiencia al momento de usarlo.

Se suele hablar de diseño UX para hacer referencia al tipo de tareas que se realizan en esta disciplina.

No se trata simplemente de diseño gráfico, se trata de usar un conjunto de habilidades diferentes entre sí para concebir una nueva experiencia que contempla 3 aspectos: La usabilidad, la accesibilidad y la interacción. Aspectos que hablan respectivamente sobre la propia funcionalidad, lo fácil que resulta entenderla y como el usuario se relaciona con ella. (Osuna, 2015)

Por medio de este proyecto se pretende que la experiencia sea positiva para así poder duplicar las posibilidades de pregnancia, así mismo generar apropiación cultural, esto ya significa ingresos o la fidelización del usuario y por ende la creación de un vínculo emocional por medio de los memorizables para el usuario, dando un valor agregado que permite que el producto sea bastante atractivo. En este contexto, un producto o servicio que incorpore la experiencia del usuario se verá influenciado por varios componentes de acción que son esenciales para lograr satisfacer las emociones y pensamientos del usuario, lo cual a su vez generará un impacto significativo en su mente y lo hará más memorable. La experiencia del usuario se diseñará de manera que todas las estrategias se integren y trabajen juntas, creando una experiencia cohesiva desde el desarrollo hasta la implementación.

Además, estas tácticas, de herramienta utilizadas permitirán obtener nuevas percepciones y conocimientos sobre el entorno, en este caso de Cumbal Nariño, lo que a su vez influirá en la evolución del diseño gráfico y los medios digitales en la experiencia del usuario.

Img No. 1 Usabilidad Fuente:
<https://computerhoy.com/noticias/tecnologia/aplicaciones-innecesarias-deberias-eliminar-movil-ahora-mismo-1033359>



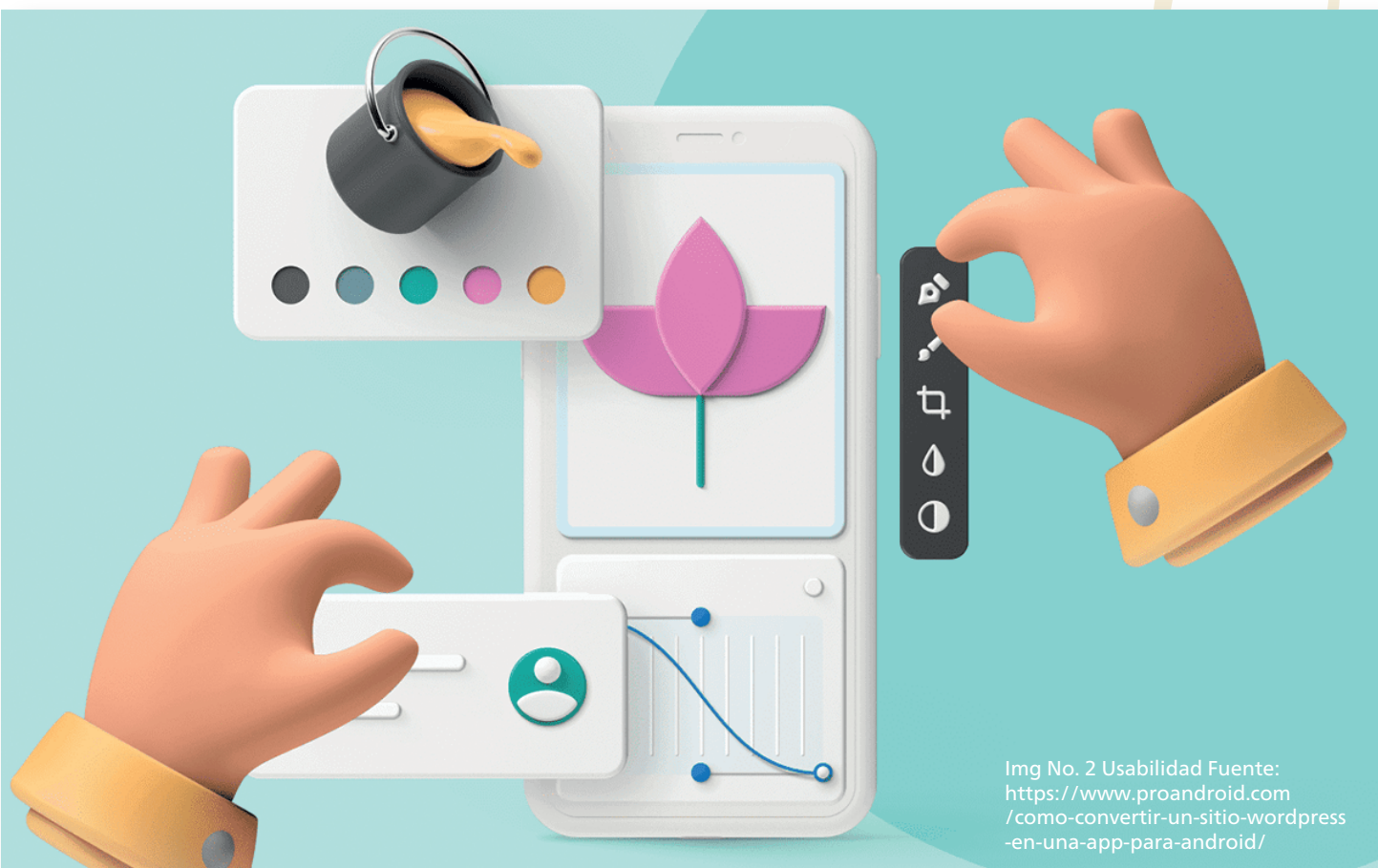
Usabilidad

Un producto o servicio debe llevar al usuario a la realización total de los objetivos de forma eficiente, teniendo en cuenta la percepción de este, esto implica que haya una interacción directa determinada por una tarea y un contexto, debe ser evaluando teniendo en cuenta el antes, durante y después.

Considerado un atributo de la calidad de un producto haciendo énfasis en su interacción con el usuario, a partir de esto se plantea el cómo saber si algo es fácil o no de usar, este concepto plantea dos dimensiones clave (H. Montero, 2018)

Este concepto plantea dos dimensiones clave es que en ocasiones un producto puede ser subjetivamente usable, pero no serlo objetivamente (y viceversa). Para mejorar la usabilidad en la experiencia del usuario, es importante realizar pruebas de usabilidad y recopilar comentarios y opiniones de los usuarios para identificar problemas y áreas de mejora. Al mejorar la usabilidad, Para mejorar la usabilidad en general, lo que a su vez puede llevar a una mayor retención y éxito del producto o servicio, por ende, el proyecto cuenta en su metodología una etapa enfocada en el descubrir por medio de pruebas, cual es la perspectiva que tienen los usuarios y si cumple con su objetivo para generar una correcta ux.

Para mejorar la usabilidad en la aplicación para la cerveza artesanal caótica, es importante contemplar el diseño de la interfaz de usuario teniendo en cuenta colores, tipografía y diseño de botones que ayuden a los usuarios a navegar por la aplicación de manera intuitiva, al considerar esto se puede mejorar la usabilidad, mejorando la experiencia del usuario y aumentando la satisfacción y la retención de los usuarios.



Img No. 2 Usabilidad Fuente:
<https://www.proandroid.com/como-convertir-un-sitio-wordpress-en-una-app-para-android/>

Dimensión objetiva

Significa todo lo que se pueda medir con observación por medio de diferentes fases, la primera es la eficacia definida como la evaluación de que un producto triunfe o fracase, esta es medida con una tasa de éxito como base de puntuación para los usuarios, otro de los componentes es la eficiencia, está enfocada en cuanto esfuerzo implica para la persona el usar el artefacto al cual se esté evaluando, el último punto a tener en cuenta es la satisfacción que va de la mano del cumplimiento de los objetivos que al ser evaluados permiten asegurar una correcta experiencia de usuario.

Para medir la dimensión objetiva de la usabilidad, se utilizan técnicas como la evaluación heurística, pruebas de usabilidad. Estas técnicas permiten evaluar la facilidad de uso del producto o servicio y recopilar datos, estos instrumentos se pueden encontrar en la metodología a trabajar para el proyecto.

Dimensión subjetiva

Está centrada en la percepción que tenga el usuario del producto, a partir de esta dimensión se debe resaltar las necesidades psicológicas a satisfacer y como influyen en el UX.

Las necesidades psicológicas clave en la experiencia del usuario. Según Sheldon (2001):

parten de la comprensión de las necesidades de los usuarios ya que está centrada en las fases iniciales de investigación y análisis, pero también deben considerarse durante la idea-ción y creación de soluciones de diseño, y en su evaluación; Estas necesidades se pueden definir en 10.



1. Autonomía. Sentirse dueño de las propias decisiones, en lugar de que las presiones de fuerzas externas sean la causa de tus acciones.

2. Competencia. Sentirse capaz, competente y efectivo para realizar las acciones que se deben realizar.

3. Relaciones. Sentir que existe un contacto íntimo y regular con otras personas que se preocupan por uno, en lugar de sentir soledad o aislamiento.

4. Autoestima. Sentirse como una persona valiosa, tanto o más que cualquier otra.

5. Autorrealización. Sentir que uno está desarrollándose a su máximo potencial y haciendo que su vida tenga un significado.

6. Desarrollo físico. Sentirse sano, cuidado y en forma.

7. Estímulo y diversión. Sentirse con plenitud, diversión y placer, en lugar de aburrido o poco estimulado por la vida.

8. Seguridad. Sentirse bien y con la vida bajo control, en lugar de bajo incertidumbre o amenazado por las propias circunstancias.

9. Popularidad. Sentirse apreciado, respetado y con influencia sobre otros, en lugar de sentir que no se es respetado o que las opiniones propias no son tenidas en cuenta.

10. Dinero y lujo. Sentirse bien económicamente, con buenas posesiones y capacidad para adquirir la mayoría de lo que se quiere.

Utilidad

Considerada un constructo teórico objetivo. Según Cordoba (2013) puede ser medida por medio de indicadores orientados a las motivaciones intrínsecas de los usuarios y el afecto.

Este concepto es una dimensión clave en la evaluación de la UX, como también lo puede ser la definición de facilidad de uso, estos términos están relacionados para determinar la experiencia ya que, la usabilidad también representa el nivel en que la utilidad es percibida por el usuario.

Es importante comprender las necesidades y objetivos de los usuarios para diseñar una experiencia de usuario que cumpla con sus requisitos, es importante asegurarse de que el producto, en este caso la cerveza artesanal proporcione valor al usuario y cumpla con sus objetivos.



Img No. 3 Utilidad Fuente:
[https://www.adobe.com
/es/express/feature/image/png](https://www.adobe.com/es/express/feature/image/png)

Accesibilidad

Es un atributo del producto que se basa en las posibilidades de ser usado, sin problemas por la mayoría de personas sin importar las limitaciones propias de cada individuo o del contexto pero es mucho más que un solo un requisito, es la oportunidad de generar un producto de calidad que facilita la vida de todas las personas que lo usan.

Según Muñoz & Carreras (2018): “la accesibilidad es la oportunidad de generar un producto de calidad, que facilita la vida de todas las personas que lo usan y cumple con satisfacer sus necesidades

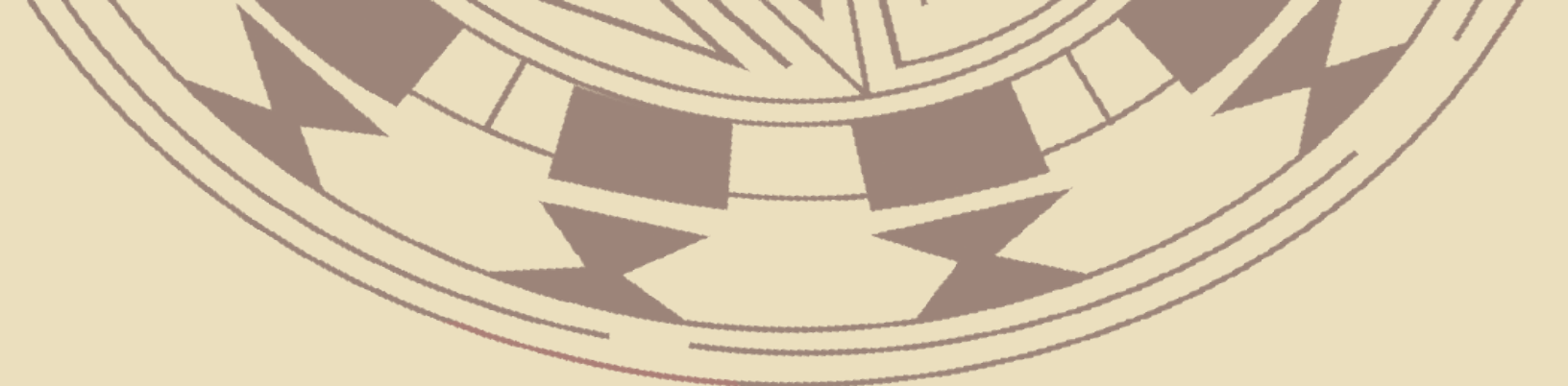


Img No. 4 Accesibilidad Fuente:
<https://www.creative.onl/ux-design-services/>

Por ende, para diseñar productos accesibles. Según Montero (2015):

Diseñar productos accesibles significa asumir la diversidad funcional de su audiencia específica, diseñar su interfaz de usuario de acuerdo a esta diversidad, o proporcionar mecanismos de adaptación para responder a las necesidades de acceso específicas de los diferentes grupos de usuarios que conforman esta audiencia.

Existen algunos elementos importantes que hacen que un producto sea accesible por medio de la percepción, las cosas deben ser mostradas a los usuarios de forma que puedan percibirse, operables para que se pueda manejar fácilmente y sea comprensible.



Arquitectura de la información

Es el elemento del diseño que sostiene estructuralmente todo el contenido, es importante diseñar contenido relevante y conectado manteniendo cierta continuidad de información, comunicación y organización, algunos elementos a tener en cuenta para obtener correctamente la información son los usuarios, contenido y texto (Lopez, 2020).

A partir de esto existen algunos componentes principales, el primero se basa en la organización para que el usuario pueda intuir lo que deba hacer, esto permitirá esquematizar la información, el siguiente componente es el etiquetado en el cual se agrupan los conjuntos similares por medio de terminologías, la navegación también forma parte de la arquitectura de la información en la que se define la estructura y componentes adicionales.

Una correcta arquitectura de la información permite encontrar datos que el usuario necesita que a su vez motiven a explorar los contenidos y funcionalidades, abarca todos aquellos conocimientos acerca de cómo las personas buscan o recuperan información en entornos digitales, y qué principios teóricos y metodologías de diseño pueden aplicarse para satisfacer sus necesidades, todo esto se nutre de una gran variedad de conocimientos provenientes de diversas disciplinas, como la psicología, documentación, informática, comunicación, sociología, entre otras.

La arquitectura de información se extiende a múltiples campos para garantizar la correcta visualización de la información. Se consideró importante incluir esta disciplina en el proyecto debido al componente histórico y narrativo del objeto de estudio.



Diseño visual

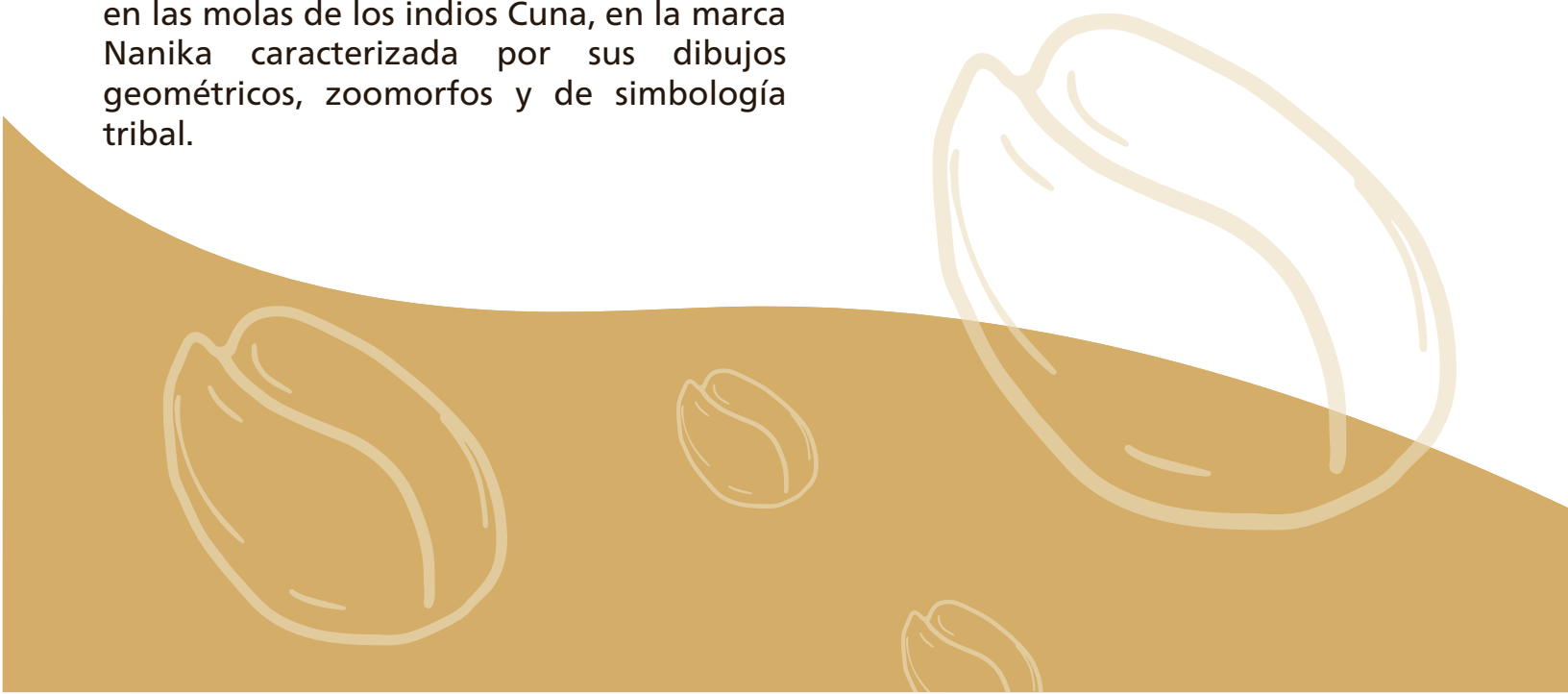
Para partir del diseño visual de la cerveza artesanal Caótica es importante saber que elementos son necesarios en el proceso creativo. Florez(2015) manifiesta que creando así el lenguaje de las formas que más se adecue al proyecto, basados en que el territorio de Cumbal Nariño destaca por sus diferentes signos o símbolos representativos de la cultura indígena, se analiza el punto, la línea y curva para establecer que posibilidades expresivas se van a usar.

Posteriormente, se incluyen los símbolos asociados con la cerveza artesanal los cuales resaltan por su significado como por ejemplo una espiga que significa abundancia,aprovechamiento y esperanza, para asípermitirle al usuario una conexión más cercana con una identidad representativa del territorio.

Para la creación de la simbología. Pro diseño, (2006) refiere que en los diseños inspirados en las molas de los indios Cuna, en la marca Nanika caracterizada por sus dibujos geométricos, zoomorfos y de simbología tribal.

Es importante mencionar. Montseny (2019) afirma que la palabra diseño se refiere a “la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos” y diseño gráfico que se define como “la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”, teniendo en cuenta esto podemos tomar a el diseño como la mayor forma de comunicación de una manera más clara y concisa ya que está implícito en todo lo que nos rodea.

Es importante que el diseño visual sea atractivo y coherente con la marca, en este caso respetando la identidad propia de la marca diseñada para el proyecto.



Diseño interactivo

Está encargado del diseño, estudio, planificación y aplicación de todo lo que abarca la interacción acercando a las personas al producto de una forma sencilla, intuitiva y objetiva, toma como prioridad la interfaz y el impacto que tiene en los usuarios y el sistema en sí, prestando atención a los aspectos sociales del producto en la vida del público, incluida la relación emocional debido a la experiencia de usuario que se busca. Para generar una correcta interacción se debe cumplir con algunas características :



Legibilidad: facilita la comprensión e interpretación

Usabilidad: facilidad de manejar.

Funcionabilidad: debe ser útil y cumplir con las expectativas.

Programación: el sistema no debe fallar

Garantizando un proyecto estético, fácil de usar, útil y efectivo, por ende el diseño interactivo es una parte fundamental en el diseño de experiencias de usuario, ya que se enfoca en cómo los usuarios interactúan con el producto y a partir de esto se genera la relación entre ellos, formando así un vínculo emocional al tomar en cuenta puntos importantes del territorio que permiten apropiarse de la temática.



Diseño emocional

Esta disciplina consiste en diseñar con la intención de generar emociones en las personas, centrándose en las preocupaciones, los valores y los significados personales, y dejando de lado lo práctico y funcional para destacar lo agradable y placentero, el diseño emocional mejora la experiencia del usuario, puesto que las emociones cambian la forma en que el cerebro resuelve problemas, es decir, hacen sentir mejor a las personas, que, así, pueden pensar de manera más creativa, lo que se traduce en encontrar soluciones a los problemas más fácilmente (Norman, 2004)

Hay que entender que un producto puede y debe ser más que la suma de sus funcionalidades, como así también debe dar respuestas sociales y emocionales comparables con las respuestas que experimentamos cuando interactuamos con personas. Estas respuestas ayudan a formar una unión, creando experiencias que luego se convertirán en historias y recuerdos que a largo plazo generan pregnancia en la mente del usuario.

Es importante resaltar los tres niveles cognitivos a los que hace referencia Donald Norman, el visceral es el primero y se puede entender por medio del siguiente ejemplo, La expresión "la comida entra por los ojos" sugiere que la apariencia visual de la comida puede aumentar el deseo de consumirla. Sin embargo, esto también puede aplicarse a otros productos, ya que una buena imagen puede despertar un deseo emocional que llevará al consumidor a comprar el producto y sentir que lo necesita. El de comportamiento, actualmente, lo que más destaca es la forma intuitiva en la que los usuarios pueden utilizar un smartphone. Es en este punto donde la experiencia se basa en la lógica y proporciona una respuesta conductual. y el reflexivo, que se da con la continua interacción del usuario con el producto o servicio, generando memoria. Es necesario ser muy consciente de su importancia a la hora de diseñar, ya que en la unión de ellos lograremos diseñar la experiencia del usuario (Lejano, n.d.).

El diseño emocional para la cerveza Caótica trata de cómo se genera la relación con el producto y el usuario, es necesario, cada vez más, sentir una identificación con la marca que al representar la cultura del territorio por medio de sus productos coloca la estética entre los principales elementos a ser trabajados que permitirán mejorar el vínculo emocional. Por lo tanto se toma en cuenta el énfasis visceral de la construcción de un vínculo emocional teniendo en cuenta, la forma, colores, contornos y contrastes que son fundamentales, en este caso extraídos de los territorios de Cumbal Nariño, cuanto más visceral es un producto, mayor es la probabilidad de que los usuarios consideren que funciona mejor.

Por lo tanto se toma en cuenta el énfasis visceral de la construcción de un vínculo emocional teniendo en cuenta, la forma, colores, contornos y contrastes que son fundamentales, en este caso extraídos de los territorios de Cumbal Nariño, cuanto más visceral es un producto, mayor es la probabilidad de que los usuarios consideren puntos a tener en cuenta para el proyecto es la parte conductual haciendo referencia a la forma en como se presenta el producto para garantizarle al usuario una experiencia fluida, sin interrupciones. Esto afecta la percepción sobre el producto de manera inconsciente. Todos los detalles que identifiquen a la cerveza artesanal deben pensarse para optimizar la imagen transmitida por el producto en el mercado para así crear un vínculo emocional.

El propósito del proyecto va más allá de simplemente causar una buena impresión en usuario final, sino también permitir que, al tener una experiencia global con el producto, se conecte con el autor y se aumente la satisfacción teniendo en cuenta el disfrute de su experiencia como usuario, a partir de esto se define el carácter de un producto o la creación que implica proporcionar una descripción precisa de cómo esta creación puede satisfacer las necesidades y expectativas del usuario específico.



Comunicación

La comunicación visual según (Costa, 2021):

es considerado un fenómeno de nivel secundario que avanza de forma paralela con las TICS, con la sociedad intercultural y medioambiental. A partir de esta definición más detallada se puede dar inicio a la descripción de los principios para una comunicación visual acertada.

- 1.** El diseño está dirigido para las personas en un contexto definido.
- 2.** El diseño es un proceso proyectual.
- 3.** La matriz se basa en el proyecto y la innovación
- 4.** Vincula la información con la semiótica.
- 5.** Los mensajes se presentan por medio de signos.
- 6.** Es la trasmisión de información.

Para la experiencia de usuario la comunicación forma parte crucial ya que permite articular y usar estratégicamente las distintas plataformas, en este caso página web y app, para potenciar las actividades de la marca, se busca que el diseño sea funcional a lo que se quiere comunicar, esto se logra con contenidos accesibles, elementos para escanear, navegar y comprender la información y los procesos. La comunicación es un gran punto a tener en cuenta para la experiencia de usuario.

si utilizamos una comunicación clara, la marca sumará un valor agregado que la permitirá crecer.



Una buena comunicación entre el usuario y el producto puede mejorar significativamente la calidad de la experiencia UX, es importante tener en cuenta la retroalimentación y las respuestas. La información de los resultados puede ser útil para mejorar la experiencia del usuario, ya que ayuda a los diseñadores y desarrolladores a entender mejor las necesidades y expectativas del consumidor.

La comunicación influye en la percepción que tiene el usuario sobre el producto, generando una interacción, lo que puede ser una oportunidad para construir una relación positiva.

Establece la credibilidad y la confianza si la información que se proporciona es clara y precisa, el producto está respondiendo correctamente a las necesidades. Es más probable que el usuario confíe en el producto y tenga una mejor percepción de la marca.



Img No.7 Comunicación Fuente: <https://ladoh.com/productos-con-impacto-positivo-cada-vez-mas-elegidos-por-el-usuario/>

Los ingredientes de la cerveza artesanal son fundamentales para su sabor, aroma y calidad en general, suelen ser insumos de alta calidad y en pequeñas cantidades para producir cervezas únicas y complejas. Los cuatro ingredientes básicos son el agua, la malta, el lúpulo y la levadura.

El agua es un componente crucial, ya que es el ingrediente principal y puede influir en el sabor y la calidad, la malta es un ingrediente clave que aporta sabor, color y dulzura, otro de sus componentes es el lúpulo, da amargor y aroma característicos, se pueden utilizar diferentes variedades y cantidades de lúpulo para crear distintos perfiles de sabor y aroma. Por último, la levadura es crucial para la elaboración, convierte los azúcares de la malta en alcohol y dióxido de carbono.

capítulo 2

CERVEZA ARTESANAL



Está elaborada siguiendo una receta propia, por maestros cerveceros que le dan un sabor distinto y personal; su producción es limitada, ya que se pone especial atención en sabores y texturas distintas a las marcas industriales, ofrece calidad, diversidad y atención personal. Destaca por una mayor calidad de sus ingredientes y por el uso preferente de cebada malteada como cereal de preferencia.

Son cervezas con ingredientes naturales de máxima calidad, con una receta enfocada al disfrute organoléptico, elaborada con la última tecnología con mano de artesano, donde se han respetado los tiempos de fermentación y maduración naturales, con lo que se crea una cerveza única, sorprendente, con gran sabor y aroma. La cerveza artesanal puede ofrecer una experiencia más personalizada y exclusiva que la cerveza producida de manera industrial.



Historia

de la cerveza artesanal

Cerveza artesanal en Colombia

Desde sus inicios, la cerveza ha sido la bebida de mayor consumo en Colombia, creando una gran cultura cervecera al igual de ser la forjadora de la industria nacional (Plano, 2012). El primer registro existente sobre cerveza surge en 1826 en el mismo año en Bogotá se funda la cervecería Meyer del dueño Baltasar Meyer, en la misma ciudad alrededor de los cuarenta surgen múltiples cervecerías artesanales por el señor Gautier, Lleras, Pizano y Restrepo, Santamaría, Tres Puentes, Tomas Thomson y Francisco Stevenel.

Posteriormente el interés por las cervezas artesanales aumenta por fuera de Bogotá, dando inicio a la primera cervecería en Ibagué (Tolima) en el convento de San Simón, a pesar de esto en la ciudad se continúa trabajando este arte por parte de los hermanos Cuervo quienes también dan inicio a la maquila realizando cervezas para Medellín (Antioquia) y a su vez trabajan como franquicia en Madrid (Cundinamarca).

De igual forma las fábricas también surgen en Bucaramanga (Santander) con la cervecería de José Delfino Lambole, cervecería Otolora y cervecería de Restrepo y Villa, todo esto en los años 80, en el mismo periodo de tiempo en Medellín

(Antioquia) se forjan las múltiples cervecerías de los Restrepo y de los hermanos Vélez; cabe resaltar que por lo general estas empresas se realizaban en familia como lo se ha expuesto anteriormente.



Img No.9 Cerveza artesanal en ColombiaFuente:
<https://mundocervezas.com/historia-cerveza-aguila/>

De ello resulta necesario una mención especial a los hermanos Vicente y Pastor Restrepo que construyen en 1876 para los hermanos Nicholls en La Ceja (Antioquia), la cervecería de Pablo y Eduardo Nicholls en 1890, la cervecería de Eduardo Nicholls en Rio Negro (Antioquia) y en 1881 en la ciudad de Medellín la cervecería de Vicente Pastor Restrepo estas son cervecerías más modernas que utilizaron una licencia comprada de la cervecería inglesa Lockwood Brewey, también ayudaron a montar cervecerías en Cali (Valle), Bucaramanga (Santander) y Neiva (Huila). (Plano, 2012).

Igualmente, con el paso del tiempo surgen cervecerías en Robledo (Antioquia), Pamplona (Norte de Santander) y en la ciudad de Tunja (Boyacá) y a partir de 1887 inicia la modernización de la cerveza surgiendo la primera cerveza industrial en Colombia de tipo lager. Por otro lado, es importante resaltar que la primera cervecería artesanal surge en 1887 con el nombre de "La esperanza", fundada por Christian Peter Clausen en Floridablanca. (Santander del sur)

En la ciudad de Pasto (Nariño) en 1925 aparecen la Cervecería Alemana fundada por Federico Stake con la cerveza lager y la cervecería Baviera fundada por José Stang, con sus cervezas pilsen superior y especial, ambas producen cervezas de buena calidad. Las cervecerías independientes en esta ciudad finalizan en 1962 cuando Bavaria adquiere la Cervecería de Nariño.



Img No.10 Cerveza artesanal en Colombia Fuente:
<https://www.timetoast.com/timelines/linea-de-tiempo-de-bavaria>

Cerveza artesanal en Pasto Nariño

Después de varios años en Pasto Nariño, en 2012 aparece Buitrago Cerveza Viva fundada por Eder Buitrago con tres estilos de cerveza, Corota Rubia, Urcunina Roja y Raza Brava Negra, cierra oficialmente en 2016, posteriormente en 2018 emerge Dos pastos S.A.S con su cerveza Brauhaus y en 2019 surge Cerveza Artesanal Leghada fundada por Héctor Amador con su cerveza Leghada Wee Heavy, siendo las únicas fábricas de cerveza actualmente registradas en Pasto.

Es primordial dar a conocer la identidad cultural de Nariño, pero para poder hacerlo es necesario partir desde el inicio de todo como nos lo plantea (Valenzuela, 2019) al describir la cultura como el concepto más mal interpretado, es así que por ejemplo en los planes de desarrollo el componente cultural solo es entendido como representaciones artísticas (danza, música, fiestas de fin y comienzo de año, entre otras), que si bien hacen parte de la cultura pero estos elementos no son los únicos, la cultura es una dimensión mucho más amplia basados en lo que dice (Roman, 2019).

(Maya & Augusto, 1995) por otro lado manifiesta que la cultura como totalidad se construye a través del esfuerzo social que cambia el espacio exterior y las modificaciones del medio van alterando las pautas culturales.



Img No.11 Cerveza artesanal en Nariño Fuente:
<https://co.sluurpy.com/pasto/restaurante/2223247/cerveza-artesanal-leghada/fotos/10434960>

Cerveza artesanal en Cumbal(Nariño)

Hernández (2022) plantea que el primer acercamiento al área artesanal era la soda nevada de la cual no se encuentran registros, pero se conoce que fue trabajada por la familia Murillo quienes contaban con toda la indumentaria para fabricarla, esto se desarrolla en el año 1956 pero posteriormente no se dan indicios de una producción de cerveza artesanal hasta épocas actuales.





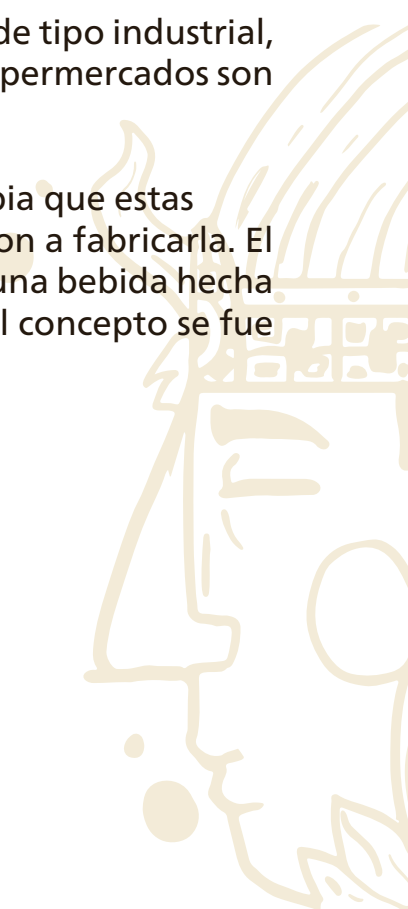
Consumo de la cerveza **artesanal**

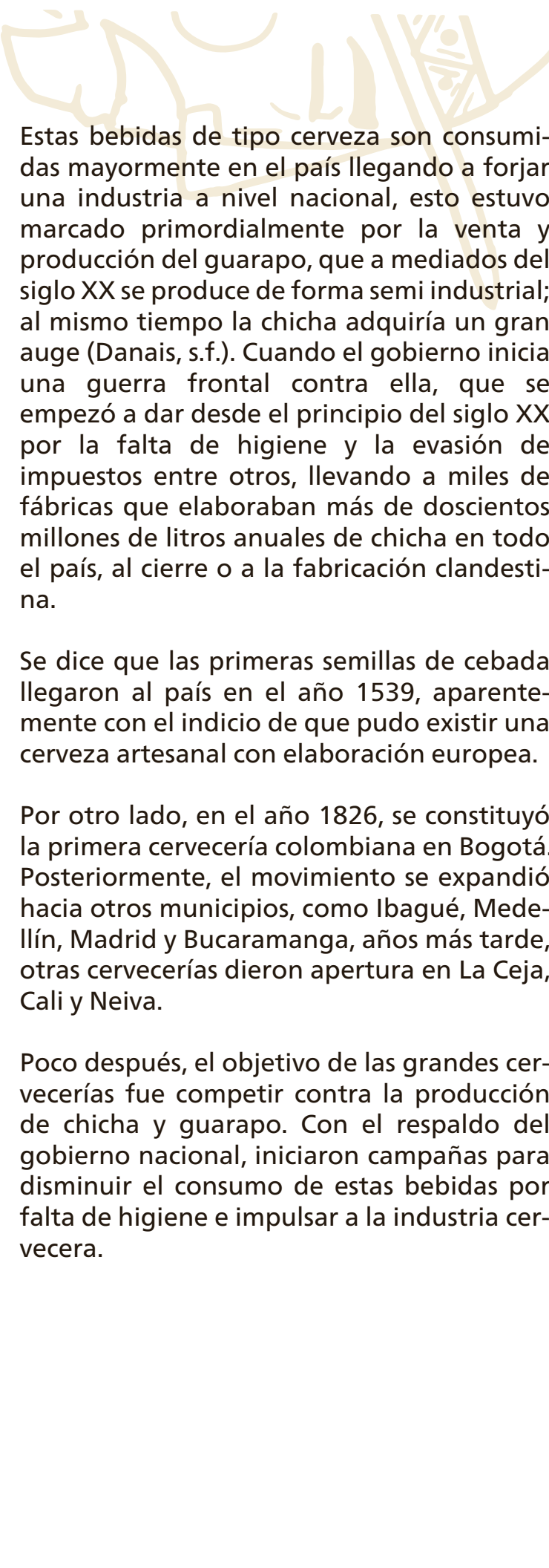
La cerveza ofrece un sinnúmero de posibilidades para probar, maridar y disfrutar, y en el caso de la cervecería artesanal las opciones son cada vez mayores.

Hoy en día, en Colombia y en el mundo, hay un mercado mucho más desarrollado de cervezas artesanales que tiende a seguir creciendo, asegura Liliana Rincón, Beer sommelier y jefe de servicio al cliente y entrenamiento de Bogotá Beer Company (BBC), Indica que las personas buscan nuevas experiencias, y tomar cerveza artesanal es una alternativa distinta a lo que regularmente ha estado acostumbrada. "Vivimos un auge de la cultura cervecera mundial" es importarte abarcar esta temática y aprovecharla (El Colombiano, 2017).

En Colombia, el mayor porcentaje de cerveza que se consume es de tipo industrial, quiere decir que las cervezas que encontramos en las tiendas y supermercados son comerciales.

Del mismo modo hace aproximadamente una década en Colombia que estas empresas vieron el potencial de la cerveza artesanal y comenzaron a fabricarla. El reto fue venderla porque, al principio, la gente pensaba que era una bebida hecha por inexpertos y sin ningún estándar de calidad; con el tiempo el concepto se fue entendiendo mejor y ahora es un auténtico éxito.





Estas bebidas de tipo cerveza son consumidas mayormente en el país llegando a forjar una industria a nivel nacional, esto estuvo marcado primordialmente por la venta y producción del guarapo, que a mediados del siglo XX se produce de forma semi industrial; al mismo tiempo la chicha adquiría un gran auge (Danais, s.f.). Cuando el gobierno inicia una guerra frontal contra ella, que se empezó a dar desde el principio del siglo XX por la falta de higiene y la evasión de impuestos entre otros, llevando a miles de fábricas que elaboraban más de doscientos millones de litros anuales de chicha en todo el país, al cierre o a la fabricación clandestina.

Se dice que las primeras semillas de cebada llegaron al país en el año 1539, aparentemente con el indicio de que pudo existir una cerveza artesanal con elaboración europea.

Por otro lado, en el año 1826, se constituyó la primera cervecería colombiana en Bogotá. Posteriormente, el movimiento se expandió hacia otros municipios, como Ibagué, Medellín, Madrid y Bucaramanga, años más tarde, otras cervecerías dieron apertura en La Ceja, Cali y Neiva.

Poco después, el objetivo de las grandes cervecerías fue competir contra la producción de chicha y guarapo. Con el respaldo del gobierno nacional, iniciaron campañas para disminuir el consumo de estas bebidas por falta de higiene e impulsar a la industria cervecera.

Esto quiere decir que normalmente las cervezas industriales son importadas a Colombia, y que pasan varios días almacenadas en alta mar, quedando expuestas a diferentes temperaturas, oxidando la cerveza y dañando su sabor y aroma. Al ser industriales contienen una alta cantidad de conservantes y estabilizantes químicos, son producidas en grandes volúmenes, por supuesto cuidando muy bien sus costos. Mientras que las cervezas artesanales, son servidas casi que recién salidas del tanque, esto le da un toque de frescura y su sabor y aroma permanecen intactos. Estas cervezas no contienen ningún tipo de aditivo químico, en ninguna de sus etapas del proceso ya que son producidas en menores cantidades favoreciendo su proceso de elaboración. Además, las cervezas artesanales son más naturales, contienen una mayor cantidad de nutrientes debido al tipo de ingredientes que utiliza (Cervecería Bruder, s.f.).

Con la intención de hablar de la cerveza partimos de su origen en Colombia y por ende es necesario retomar desde las distintas bebidas fermentadas que existen en el país como la chicha y el guarapo, elaboradas desde hace mucho tiempo en las regiones de manera artesanal y con ingredientes como yuca, piña, maíz o caña de azúcar, incluso se llegaron a utilizar otras plantas autóctonas como lo es la patata.



Tendencias de la cerveza artesanal



El mercado colombiano está más acostumbrado a distribuir la cerveza tipo Lager, una cerveza que se caracteriza por ser refrescante y cuyo proceso de elaboración es el más corto de los grandes tipos de cerveza, la segunda es el tipo Ale, cervezas más elaboradas y a las que particularmente apuntan a producir las empresas cerveceras. Este tipo de cerveza se elabora bajo un proceso de fermentación y tiempos más altos: una cerveza Lager puede tener un tiempo de elaboración de 8 a 10 días, mientras que una Ale, puede tomar de 2 semanas a 13 meses, según el tiempo de maduración que le dé el productor.

Entre las cervezas tipo Ale se pueden encontrar las cervezas IPA (Indian Pale Ale), cervezas amargas, y cervezas APA (American Pale Ale), cervezas más equilibradas entre el amargor y la maltosidad; de ahí se derivan cervezas como la London Porter, que son más tostadas y con una densidad mucho mayor.

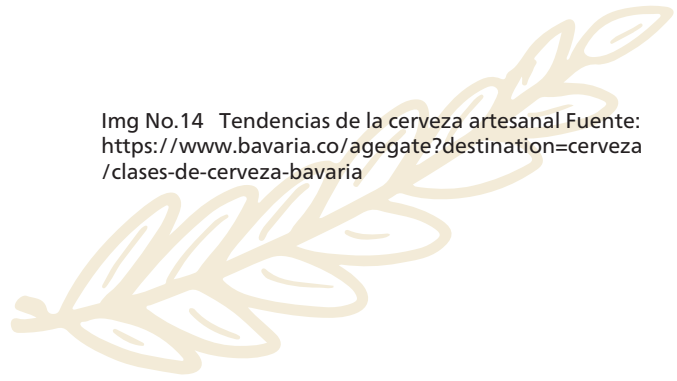
En el caso de las cervezas tipo Lager refrescantes, un elemento importante para evaluar la calidad es la espuma. Es decir, una cerveza cuya espuma se tarde en desaparecer del vaso, sin que sea en exceso y se note una adherencia generalmente es una buena cerveza. La función de la espuma en estas bebidas es proteger el aroma y el sabor, pero por encima de todo, el objetivo de este tipo de cerveza es refrescar. Si lo hace, cumple, más allá de los elementos que se puedan identificar en una cata.





De manera análoga en algunas cervezas más tostadas, tipo Ale, es posible que encontrar menos niveles de espuma, porque generalmente contienen más grados de alcohol, pero no por eso significa que sean de menor calidad.

Si se consume una cerveza carbonatada, es decir, con exceso de espuma, es una mala señal de calidad. Si es aguada también corresponde a un defecto de fabricación. Una cerveza debe tener forma, es decir, balance entre cremosidad y consistencia. Por otro lado, por encima de cualquier factor que se tome para evaluar una cerveza, como los tiempos de elaboración, el nivel de espuma, que sea o más o menos aguada, lo más importante y lo que la hace realmente especial es que sea una cerveza que se pueda compartir con la familia, con los amigos y que, en consecuencia, haga sentir felices mientras la toman (Córdoba, 2021).



Img No.14 Tendencias de la cerveza artesanal Fuente: <https://www.bavaria.co/agegate?destination=cerveza/clases-de-cerveza-bavaria>



Hábitos

en la cerveza artesanal

La cerveza es una bebida natural que no contiene grasas y aporta vitaminas del grupo B, fibra y minerales y posee propiedades funcionales gracias a los ingredientes fundamentales con los que se elabora que son: agua que es pura, de composición óptima ligeramente mineralizada. La identidad y calidad de la cerveza están marcadas por las características del agua, levadura que es el encargado de transformar, durante la fermentación, los azúcares del mosto en alcohol y dióxido de carbono, además de aportar aroma, sabor, aspecto y textura, la malta, aporta a la cerveza los elementos nutritivos esenciales que configuran su cuerpo, espuma y color y el lúpulo que aporta en gran parte su aroma, amargor y sensación de frescor (Mahou, s.f.).

Asimismo. Mesones (2018) Plantea que partimos de los cuatro elementos básicos para la elaboración de la cerveza según la ley de alimentación más antigua que existe de carácter no religioso, la Ley de la Pureza Bávara de 1516 que indica que la cerveza solo cuenta con 4 ingredientes que son: agua, cebada, malta y lúpulo.

A los maestros cerveceros les encanta jugar con los sabores y aromas, así que incluyeron nuevos ingredientes en sus recetas ya que al producir pequeñas cantidades pueden ir perfeccionando procesos y lograr mezclas únicas. De manera que detrás de esta cultura y gran pasión hay todo un glosario cervecero que describe a la perfección los estilos de cervezas existentes y las clasificaciones según su elaboración (Cervecería Bruder, s.f.).

Maridaje y gastronomía

Los maridajes en cerveza se pueden hacer por contraste o por afinidad y se realizan basados en tres puntos claves los cuales son:

1. Equilibrio entre el sabor de la cerveza y la comida.
2. Buscar afinidad entre la cerveza y la comida.
3. El contraste por maridaje funciona siempre.

Así mismo, aplicando esto para una cerveza tipo Porter, siendo la cerveza artesanal de Caótica, podemos tener en cuenta que en el área de platos es perfecta para maridarla con comida asada o ahumada. Por ejemplo, carne asada, barbacoas, salchichas, entre otras. Si hablamos de quesos, se complementa muy bien con quesos de vaca como el tilsin. Con postres, tiene afinidad con galletas de chocolate y mantequilla de maní, teniendo una amplia elección para elegir la adecuada.





Img No.16 Cerveza
artesanalPorter
Fuente: <https://bebidasexquisitas.com/cerveza-porter/>

Cerveza artesanal Porter

Su nombre se debe a las personas que generalmente la consumían que eran los porteros haciendo referencia a la clase trabajadora y surge hace aproximadamente 300 años en Londres.

Ha estado en constante evolución, dependiendo en gran medida de los desarrollos y componentes tecnológicos, así como de las preferencias de los consumidores. Se convirtió en un estilo popular y autoeditado en el siglo XIX desde entonces ha estado en constante evolución, sobre todo a partir de desarrollos tecnológicos y de ingredientes, así como de las preferencias de los consumidores.

Características

Su aroma es moderado siendo considerada de cuerpo alto, es de malta tostada, de pan y bizcocho, con un suave tono a chocolate y caramelo, gracias a esto también da su apariencia con un tono marrón oscuro y con la luz refleja algunos tonos rubí, su espuma es blanca y canela permitiendo una bebida refrescante y de calidad.

El sabor de este tipo de cerveza destaca por su amargor y es perfecta para maridarla con ahumados como carne asada o pescado ahumado.

Fabricación

Todo el proceso se ve afectado por los siguientes aspectos:

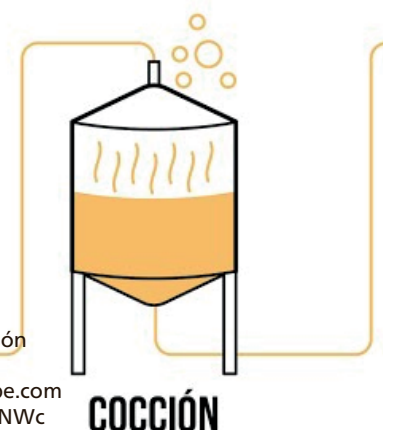
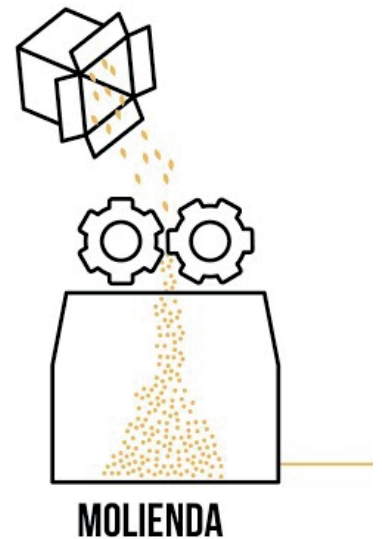
- Limpieza que se efectúa sobre las herramientas, siendo esencial para evitar la contaminación bacteriana, especialmente después de que se complete la ebullición.
- El control de la temperatura durante todo el proceso es fundamental, para obtener las reacciones químicas y fisiológicas requeridas.

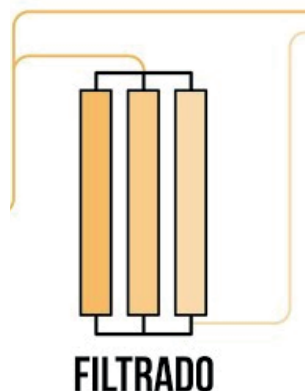
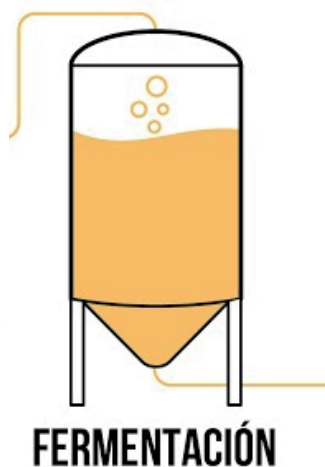
Procedemos con el primer paso que es la maceración, que consiste en llenar una olla con 23 litros de agua y ponerla a calentar entre 75 y 80 grados centígrados, para dejar que baje la temperatura hasta los 72 grados, y añadir la malta lentamente a la vez que se remueve, vigilando

Una vez removido tiene que quedar la mezcla a 65 grados de temperatura. Se tiene que tapar y dejar en reposo durante 2 horas. En este período de tiempo, los almidones se convierten en azúcar.

Gracias a las reacciones químicas que tienen lugar en el mosto, la temperatura tendría que mantenerse sola en esa franja. Es recomendable ir comprobando la temperatura, al menos al principio y al final de la maceración.

El segundo paso es la aspersion cuando hayan pasado las 2 horas de maceración, se moja la papilla con el agua caliente a la vez que se recoge por el grifo inferior del recipiente ya filtrado.





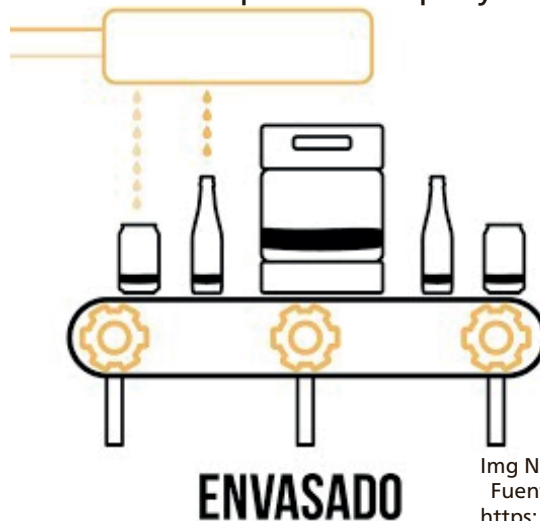
Hay que recoger unos litros hasta que el líquido salga limpio. Entonces se empieza a llenar el recipiente donde vamos a hervir el mosto. La aspersión hay que hacerla con cuidado, vigilando de no remover el grano y viendo que filtre en toda la superficie de la papilla.

Para el tercer paso se da inicio a la ebullición. Una vez llena la olla y cuando empiece a hervir, se deja 2 horas a fuego vivo y se continúa con las adiciones de lúpulo

Se da inicio al cuarto paso que es el enfriado, al apagar el fuego, un líquido caliente y dulce fácilmente colonizante por bacterias y hongos indeseables. Para limitar al máximo este periodo de tiempo de posibles contaminaciones se tiene que bajar la temperatura rápidamente a 20 grados para poder añadir las levaduras.

El quinto paso es la medición de la densidad inicial la cual tiene que estar cerca de 1050 kg/m³ para pasar al sexto paso que es la inoculación de las levaduras.

Las levaduras ALE trabajan a 20 grados centígrados, con un máximo tolerable de 24 y un mínimo de 18 grados. Hay que mantener esta temperatura los 3 o 5 días que tarda la fermentación. Las levaduras se añaden encima del líquido, y después se tiene que tapar la olla con una tapa bien limpia y esterilizada.



Img No.17 Fabricación
Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=RK6jY_1XNWc

Referentes históricos e investigativo

Regional

Podemos partir de Cumbal Nariño con la cerveza Warmi, creada como un homenaje a la fuerza de la mujer indígena y la belleza de la tierra del sur de Colombia representada en el volcán Cumbal, exponiendo a través de este homenaje una experiencia al usuario sobre la cultura propia, fortaleciendo la marca y llevando a aumentar su posicionamiento y consumo dentro del mercado, posteriormente en Guachucal Nariño nos encontramos con Pascana, la cerveza de Nariño que plantea su imagen a partir de "La inspiración de nuestros ancestros quienes nos han enseñado el valor sobre nuestras tierras, también teniendo presente los campos de cebada que produce nuestro sur, y se ven reflejados en nuestro proceso como uno de los ingredientes que caracterizan nuestra cerveza." endosando una parte fuerte visual sobre el origen de la misma, llevando a implementar su marca; Pasamos a Túquerres Nariño con Laguna verde realizada Cien por ciento hacheros de Colombia; Es importante mencionar la cerveza Capital en Ipiales Nariño con sus dos tipos "CRIOLLA" British Golden Ale y "MORENA" English Porter, lleva a generar en la marca un consumo a nivel del sur de Colombia, por lo que refleja las costumbres de este territorio dentro de su marca.

En Pasto Nariño los referentes más importantes son Buitrago, Pastusa y Leghada, cada una con una trayectoria muy marcada por su calidad, mismas que han establecido un trasegar en la historia cervecera artesanal, porque han dejado un camino cultural, histórico y de -

referencia para las cervezas actuales, siendo importantes por su guía referente a los documentos informativos que se tienen disponibles. Aunado a ello en la región cuenta con poca información respecto a las marcas referidas porque a nivel local no se ha dado gran importancia a la parte marcaria y su significado cultural, por otra parte no se dio una experiencia de usuario significativa ya que las marcas no se lograron conectar con sus usuarios, porque las empresas solo han tenido presente el tema monetario y de marca, y no la experiencia con sus clientes.



CERVEZAS WARMI

IMG No.16 REGIONAL

FUENTE: [HTTPS://AR.PINTEREST.COM](https://ar.pinterest.com/pin/747527238164377324/)

[HTTPS://AR.PINTEREST.COM](https://ar.pinterest.com/pin/747527238164377324/)

/PIN/747527238164377324/

Nacional

Encontramos a BBC que cuenta con múltiples reconocimientos internacionales y su sede principal o su origen es en Bogotá, continuamos con 3 Cordilleras que abrió sus puertas en el 2008 en la ciudad de Medellín, creando una serie de 6 cervezas artesanales que hoy cautivan los paladares de todas aquellas personas que están dispuestas a descubrir los territorios de Colombia con tan solo destapar una cerveza (3 cordilleras, s.f.). Conforme a lo anterior BBC se coloca como pionera dentro de la industria artesanal toda vez que fue una de las primeras cervecerías en Colombia que brindó a sus usuarios la venta de cervezas artesanales, marcando un hito en este campo. En mención, 3 cordilleras ha brindado una experiencia de usuario significativa, conectando con los clientes, lo que ha permitido posicionar su marca dentro del mercado de la cerveza, siendo esta un referente nacional en Colombia.





Internacional

Surgen múltiples opciones a tener en cuenta como lo son Wirra en México que es una mezcla de finas maltas con diferentes grados de tostado, lúpulos aromáticos y mezcal 100% oaxaqueño, dan como resultado una gran combinación de sabor y tradición en una sola cerveza artesanal, reflejando con ello con gran trabajo de marca y marketing, llevando esto a posicionarlos no solo a nivel local, sino internacional. El Compadre, otro tipo de cerveza de referencia, en la misma ciudad destaca por ser la primera cerveza con realidad aumentada, la cual tiene gran desarrollo por dar a conocer una interacción directa de la marca a través de la etiqueta que tiene el producto, generando sensaciones en sus consumidores y bienestar al adquirir una cerveza, denotando un gran diseño y un buen trabajo en su estructura, es por lo anterior que dentro de su jerarquía han tenido un crecimiento, innovación y por ello son referentes internacionales.

capítulo 3

CUMBAL NARIÑO



Demografía

N.1 Demografía Fuente: Elaboración propia

El resguardo indígena del gran Cumbal se ubica al sur occidente de Nariño en frontera con Ecuador y en la altiplanicie de Túquerres e Ipiales, hace parte de la cordillera andina que se considera como una región de piso térmico frío, la temperatura promedio es de 10°, este resguardo pertenece al pueblo de los Pastos, situado a 3.500 m.s.n.m. (Rosero, 2013) cuenta con una población de 13.819 indígenas, con una población total de 22 418 habitantes, distribuidos en veredas, el gran Cumbal, Panán, Chiles y Mayasquer, Posee una extensión de 1.265 Km y hace parte de la región andina binacional.

El territorio del municipio es montañoso, destacándose entre sus accidentes orográficos los volcanes Cumbal y Chiles, con alturas que alcanzan los 4.760 msnm

y los cerros Buenavista, Colorado, Golondrinas, Hondón, Negro, Oreja, Panecillo, Picacho y Portachuelo. Rigen sus suelos las aguas de los ríos Blanco, Carchi, Chiquito, Imbina, Marino, Mayasquer, Nuevo Mundo, Salado y San Juan.

Posee una gran variedad de pisos térmicos, que, por su ubicación geoestratégica, brindan una gran diversidad de cultivos agropecuarios. En este sentido, el Municipio cuenta con seis pisos térmicos que se determina que, de acuerdo con las características topográficas y orográficas del mismo, en la clasificación de pisos climáticos éstos se caracterizan por el total predominio de frío y páramo (universidad de Nariño, 2009).

Se contempla el escenario asociado al territorio que va más allá de un terreno superficial, sino que resalta como un entorno divino y sagrado que darán como ejemplo hacia las culturas occidentales dado que existe una visión de cuidado viendo el planeta como un sitio de cuidado, exaltando a la biodiversidad y la naturaleza. En la actualidad el territorio se encuentra intervenido por actividades productivas como los son la agricultura, minería, turismo, haciendo que se degrade el entorno natural como los páramos. Como especies de fauna representativa se encuentran gran variedad de serpientes, venado, puma, ardillas, guagua, oso perezoso, erizo, tejón, cusumbe, oso hormiguero, oso negro, monos, Guacamayas, loros, lechuzas entre otros (CorpoNariño, 2006).

La clasificación de los pisos térmicos, es importante para la producción de cerveza artesanal, en primer lugar, la calidad y la composición del agua pueden variar según la ubicación geográfica. El agua es uno de los ingredientes principales de la cerveza, otro punto importante a tener en cuenta por el cual se realiza la cerveza en Cumbal Nariño es clima frío que favorecer la producción al tener una fermentación mejor a temperaturas frescas, generalmente entre 10 y 20 grados Celsius, además proporciona una temperatura de almacenamiento ideal, lo que puede ayudar a mantener la calidad y la frescura de la cerveza.



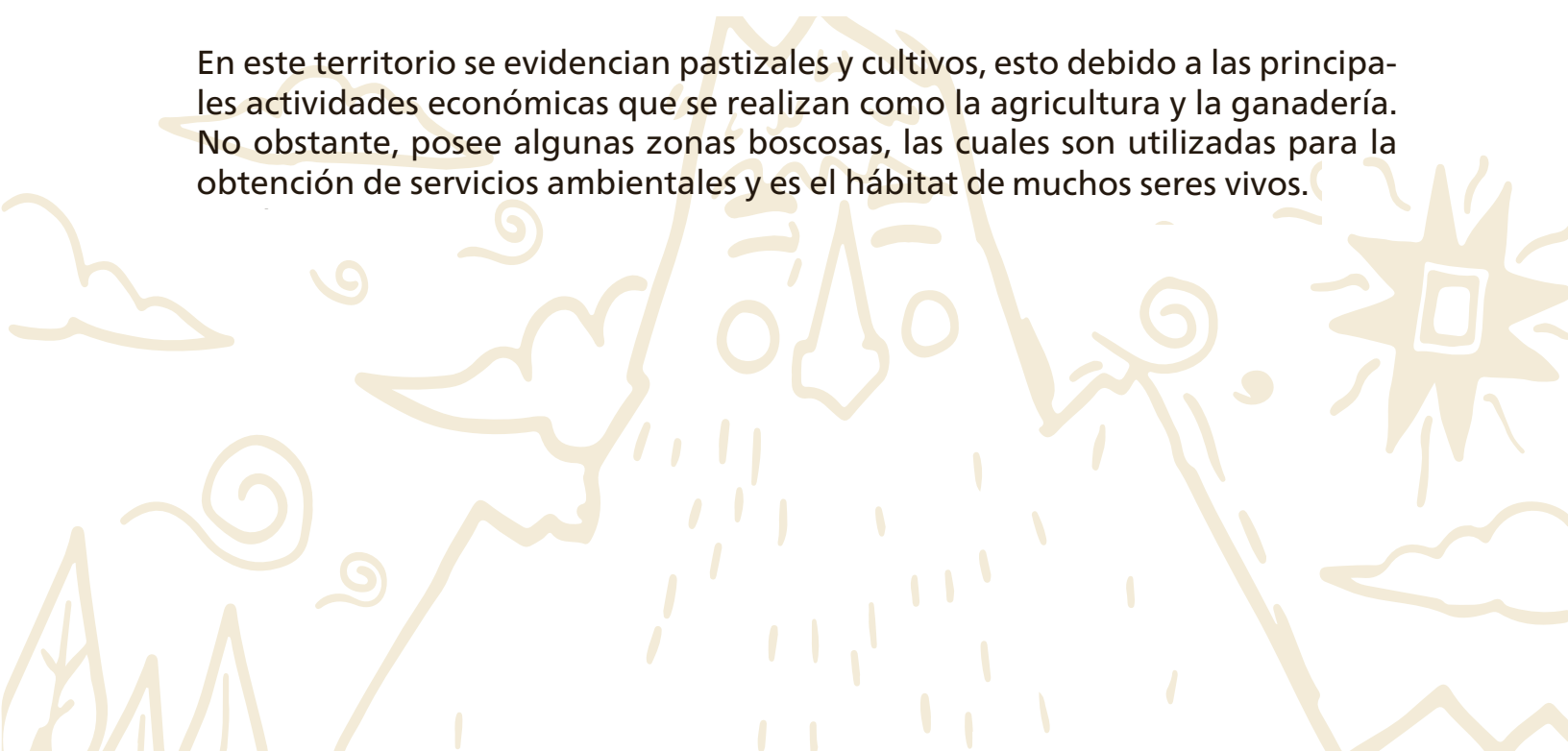


Social

La economía en el Municipio de Cumbal es de naturaleza Agrícola y pecuaria; la actividad más destacada es la Producción Ganadera en la que se pueden destacar la variedad de razas de ganado bovino lechero como holstein, pardo suizo, simmental, frisio holstein, jersey, ayshire, estas razas son de alta producción lechera lo cual permite a un campesino convertirlas en la economía más potencial por rentabilidad; Por esta razón la ganadería es la economía más importante del municipio, seguida de la agricultura que está basada en los climas, frío y templado que posee el municipio. En el clima frío, se cultiva la papa, el haba, la zanahoria, la cebolla, entre otros, y en el clima templado se cosecha el tomate, la mora, el lulo, plátano, caña, café. La mayoría de estos productos se venden en Ecuador, otra de las actividades es la piscicultura, destaca el cultivo de la trucha debido a la ubicación del municipio que cuenta con recursos hídricos; la micro y mediana empresa, el comercio, el transporte, los servicios y el Turismo (Bolívar, 2014).

La agricultura se desarrolla en diversos pisos térmicos, esta gira alrededor de sistemas tradicionales de explotación en unidades productivas menores, se cultiva de forma tradicional en la que generación tras generación se conservan los cultivos en huertas caseras o de subsistencia, condición que explica la baja proporción de venta en mercados de la plaza de los productos cosechados.

En este territorio se evidencian pastizales y cultivos, esto debido a las principales actividades económicas que se realizan como la agricultura y la ganadería. No obstante, posee algunas zonas boscosas, las cuales son utilizadas para la obtención de servicios ambientales y es el hábitat de muchos seres vivos.

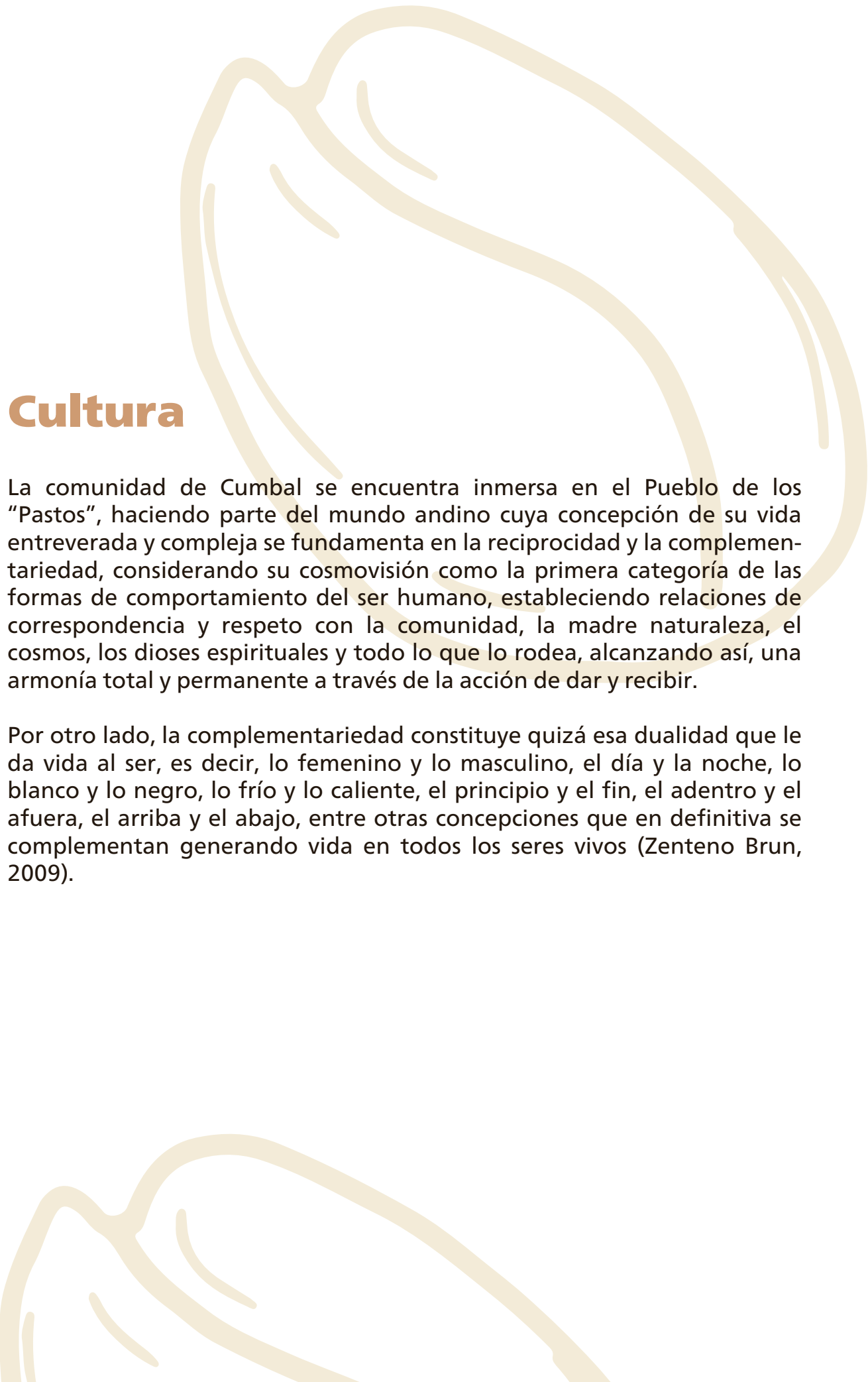


A partir de estas actividades, Cumbal, adoptó un paradigma crítico social . Alvarado (2008) promueve las transformaciones sociales y da respuesta a problemáticas específicas presentes en las comunidades.

En el campo artesanal las actividades realizadas en el municipio son la creación de ruanas de lana de oveja, los canastos realizados en Mayasquer, de igual forma la ebanistería, algunos elementos de arriarías como sillas, correas y zamarras (universidad de Nariño, 2009).



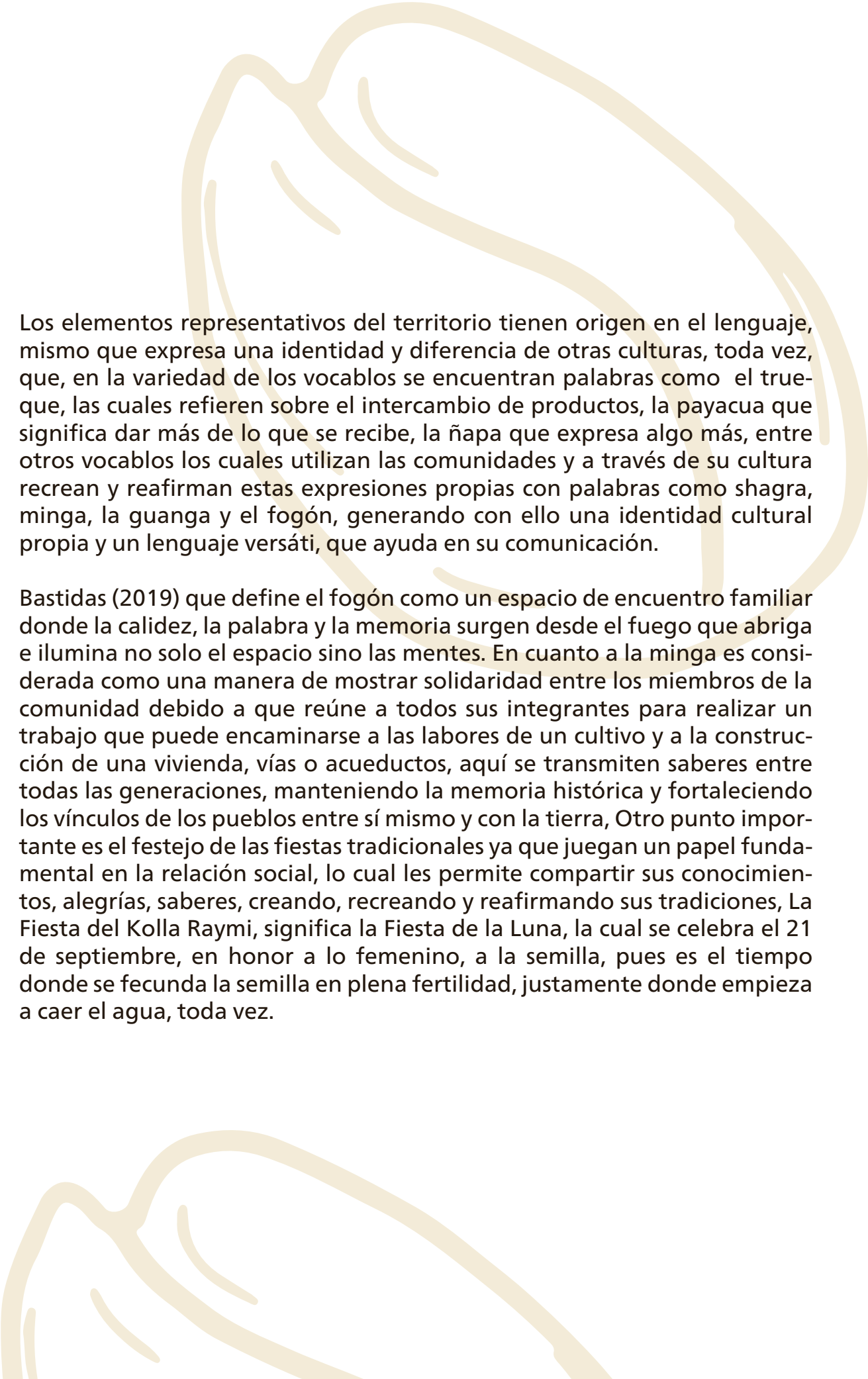
Img No.22 Social Fuente: <http://repository.humboldt.org.co/handle/20.500.11761/8031>



Cultura

La comunidad de Cumbal se encuentra inmersa en el Pueblo de los “Pastos”, haciendo parte del mundo andino cuya concepción de su vida entreverada y compleja se fundamenta en la reciprocidad y la complementariedad, considerando su cosmovisión como la primera categoría de las formas de comportamiento del ser humano, estableciendo relaciones de correspondencia y respeto con la comunidad, la madre naturaleza, el cosmos, los dioses espirituales y todo lo que lo rodea, alcanzando así, una armonía total y permanente a través de la acción de dar y recibir.

Por otro lado, la complementariedad constituye quizá esa dualidad que le da vida al ser, es decir, lo femenino y lo masculino, el día y la noche, lo blanco y lo negro, lo frío y lo caliente, el principio y el fin, el adentro y el afuera, el arriba y el abajo, entre otras concepciones que en definitiva se complementan generando vida en todos los seres vivos (Zenteno Brun, 2009).



Los elementos representativos del territorio tienen origen en el lenguaje, mismo que expresa una identidad y diferencia de otras culturas, toda vez, que, en la variedad de los vocablos se encuentran palabras como el trueque, las cuales refieren sobre el intercambio de productos, la payacua que significa dar más de lo que se recibe, la ñapa que expresa algo más, entre otros vocablos los cuales utilizan las comunidades y a través de su cultura recrean y reafirman estas expresiones propias con palabras como shagra, minga, la guanga y el fogón, generando con ello una identidad cultural propia y un lenguaje versáti, que ayuda en su comunicación.

Bastidas (2019) que define el fogón como un espacio de encuentro familiar donde la calidez, la palabra y la memoria surgen desde el fuego que abriga e ilumina no solo el espacio sino las mentes. En cuanto a la minga es considerada como una manera de mostrar solidaridad entre los miembros de la comunidad debido a que reúne a todos sus integrantes para realizar un trabajo que puede encaminarse a las labores de un cultivo y a la construcción de una vivienda, vías o acueductos, aquí se transmiten saberes entre todas las generaciones, manteniendo la memoria histórica y fortaleciendo los vínculos de los pueblos entre sí mismo y con la tierra, Otro punto importante es el festejo de las fiestas tradicionales ya que juegan un papel fundamental en la relación social, lo cual les permite compartir sus conocimientos, alegrías, saberes, creando, recreando y reafirmando sus tradiciones, La Fiesta del Kolla Raymi, significa la Fiesta de la Luna, la cual se celebra el 21 de septiembre, en honor a lo femenino, a la semilla, pues es el tiempo donde se fecunda la semilla en plena fertilidad, justamente donde empieza a caer el agua, toda vez.

que aquí se vive el equinoccio de invierno; también en esta temporada se celebra la fiesta de la mujer, de la fuerza pasiva. La Fiesta del Kapac Raymi, la Fiesta de los Niños, se celebra el 21 de septiembre en honor a los niños, al crecimiento. La Fiesta del Pawcar Raymi, la Fiesta de la Juventud, se celebra el 21 de marzo en honor a las señoritas y a los jóvenes, La Fiesta de la Cruz del Sur, se celebra el 3 de mayo, es el día de las Guacas, ellas brillan, muestran su esplendor al abrir las puertas del mundo del misterio, del encanto; revelan lo espiritual y manifiestan la unión entre el cosmos, la madre tierra y lo sagrado del ser humano ancestral (Buenaventura Tapie, 2016).

Es importante resaltar de la cultura de Cumbal la simbología reflejada en diversidad de tejidos hechos con las manos hábiles de las mujeres indígenas; tejidos en guanga que representan el pensamiento, la sabiduría, el amor, las ilusiones, la naturaleza, sus dioses tutelares y toda su capacidad de imaginación que abre muchas posibilidades de vida. Los elementos que componen el tejido como son la hebra, su torsión de la misma, el tipo de tejido, la disposición de forma y color, tienen un sentido simbólico profundo, las prendas además de objetos de uso y de identidad étnica eran portadoras de un lenguaje que insistía en sus raíces y sus valores” (Granada, 2007)..



Img No.23 Cultura
Fuente: <https://www.viajarenverano.com/cumbal-narino/>

capítulo 4

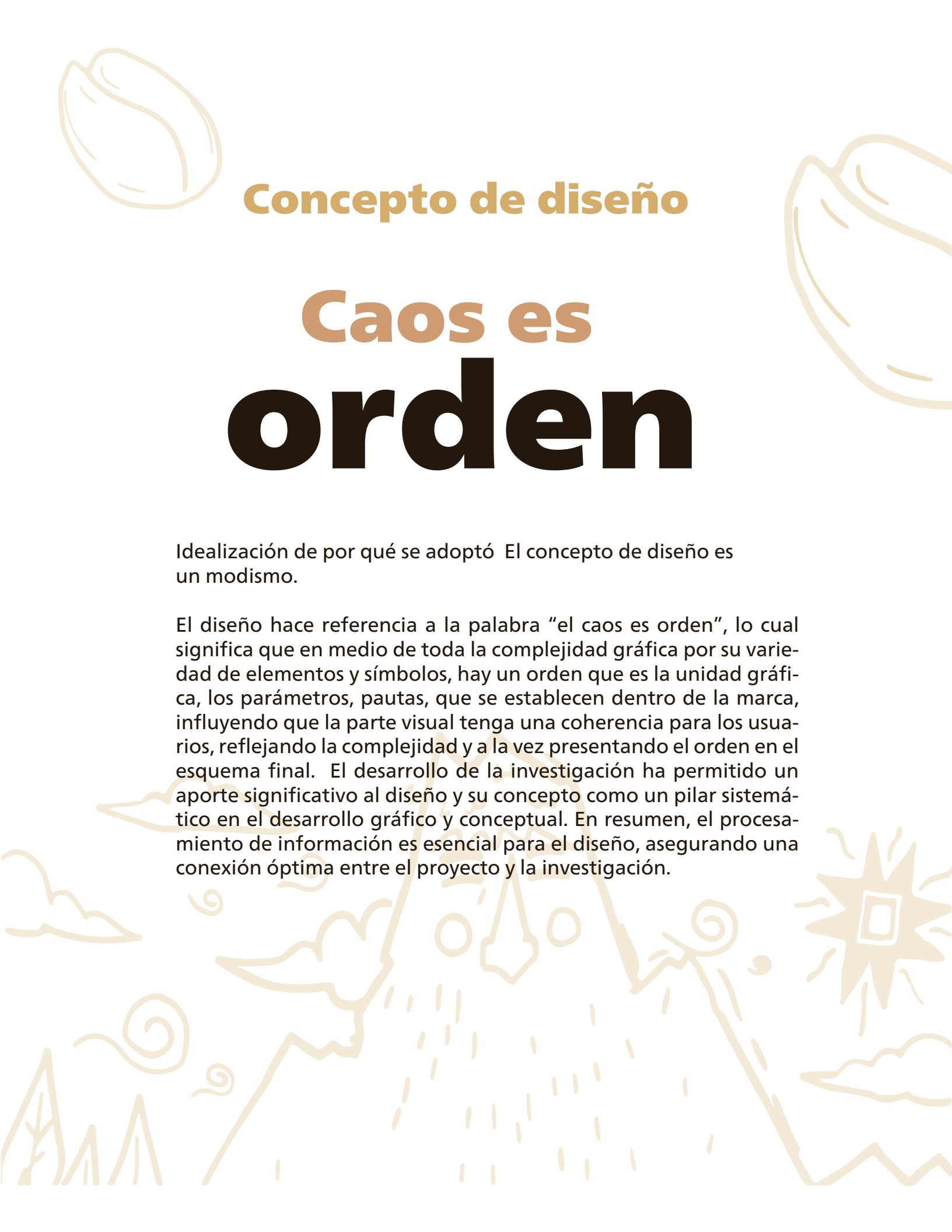
PROTOTIPADO





Introducción

Después de realizar la investigación pertinente para el proyecto se da inicio al capítulo de prototipado, por medio del cual se muestra el proceso realizado con la metodología Elixir Cumbaleño las cuales dan el paso a conocer el proyecto con el fin de responder al objetivo general, además es correcto definir a las metodologías las cuales se han compactado para llegar a una sola teniendo en cuenta las emociones y las perspectivas del usuario, para luego llegar a una experiencia final.



Concepto de diseño

Caos es orden

Idealización de por qué se adoptó El concepto de diseño es un modismo.

El diseño hace referencia a la palabra “el caos es orden”, lo cual significa que en medio de toda la complejidad gráfica por su variedad de elementos y símbolos, hay un orden que es la unidad gráfica, los parámetros, pautas, que se establecen dentro de la marca, influyendo que la parte visual tenga una coherencia para los usuarios, reflejando la complejidad y a la vez presentando el orden en el esquema final. El desarrollo de la investigación ha permitido un aporte significativo al diseño y su concepto como un pilar sistemático en el desarrollo gráfico y conceptual. En resumen, el procesamiento de información es esencial para el diseño, asegurando una conexión óptima entre el proyecto y la investigación.

Análisis del software Atlas ti

Atlas.ti v8 es un software de procesamiento y análisis de información del cual se extraen los datos correspondientes a la bibliografía y el marco teórico, posteriormente se filtran los fragmentos relevantes de dicho datos, siendo posible formar dos elementos visuales representados por gráficos que son resultados de conexiones y conceptos de estas herramientas de recolección de datos, permitiendo así la posibilidad de aclarar el problema, soluciones y decisiones frente a este proyectos están los dos mecanismos visuales mencionados, el primero es red que muestra fracciones relevantes bibliográficas de este estudio, (Word Clouds) que recopilan las palabras que más se repiten dentro del documento de investigación.

Se puede observar la red de relaciones que surgió a partir de la revisión bibliográfica y de capítulos del marco teórico. Estas representaciones visuales permiten identificar patrones, conexiones y tendencias en los datos, lo que facilita el análisis y la interpretación de los resultados.

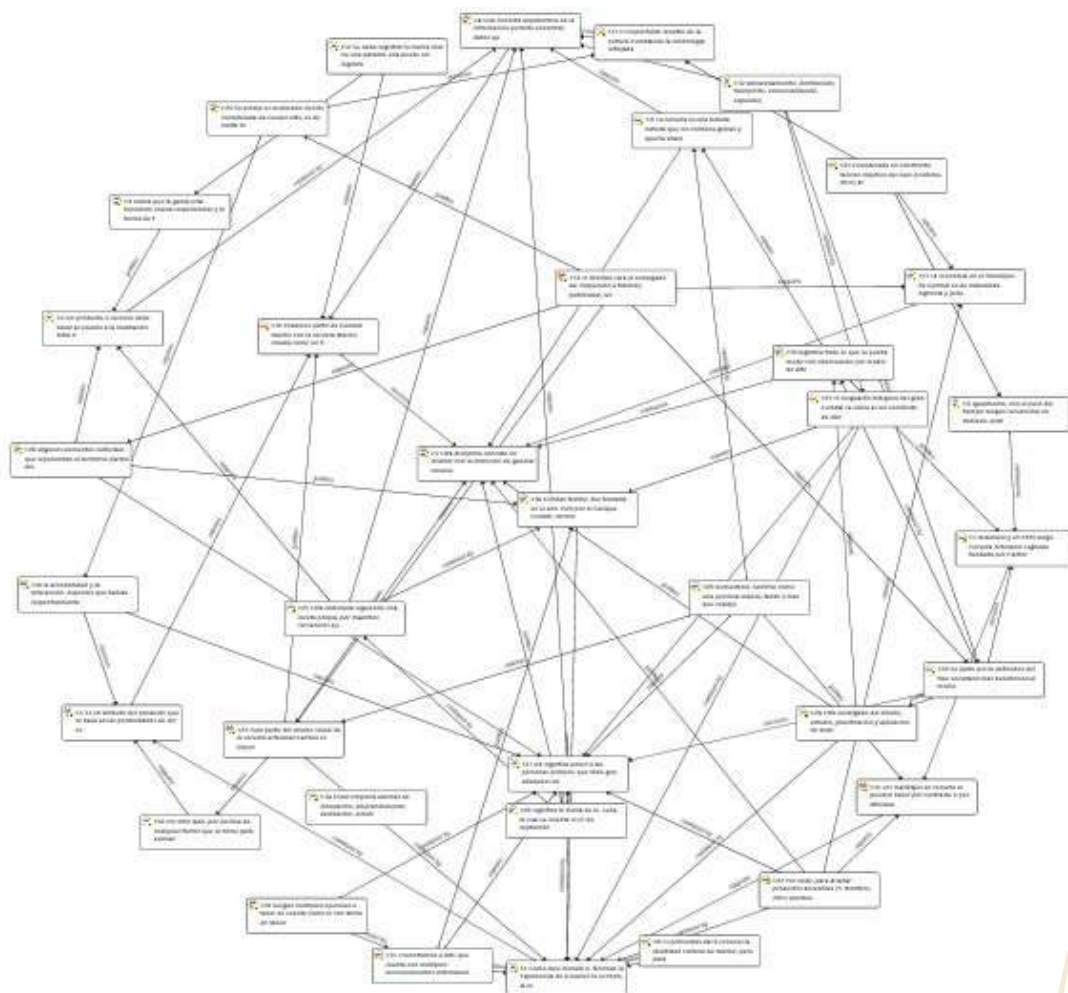
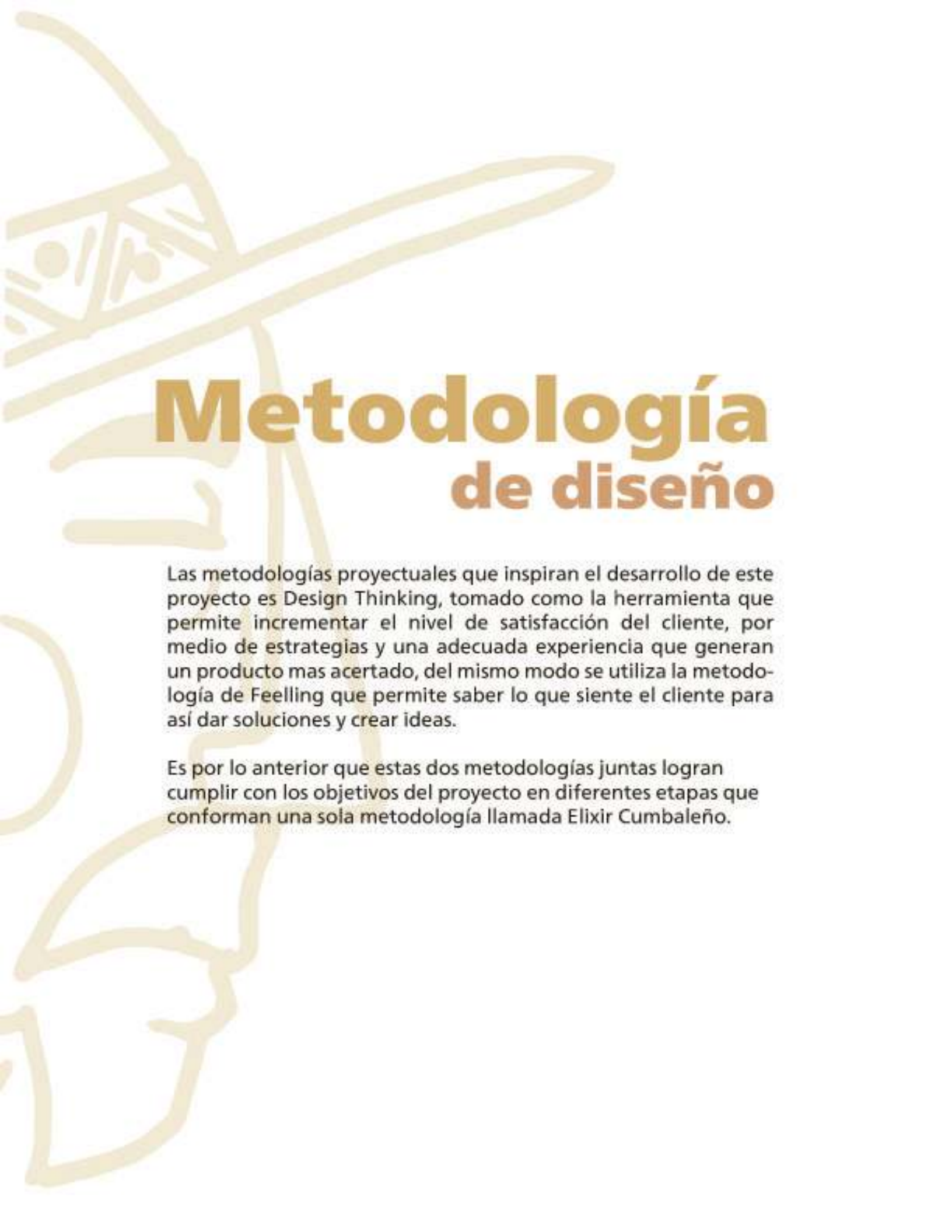


Figura No.1
Red Relacional
Fuente: Elaboración propia .

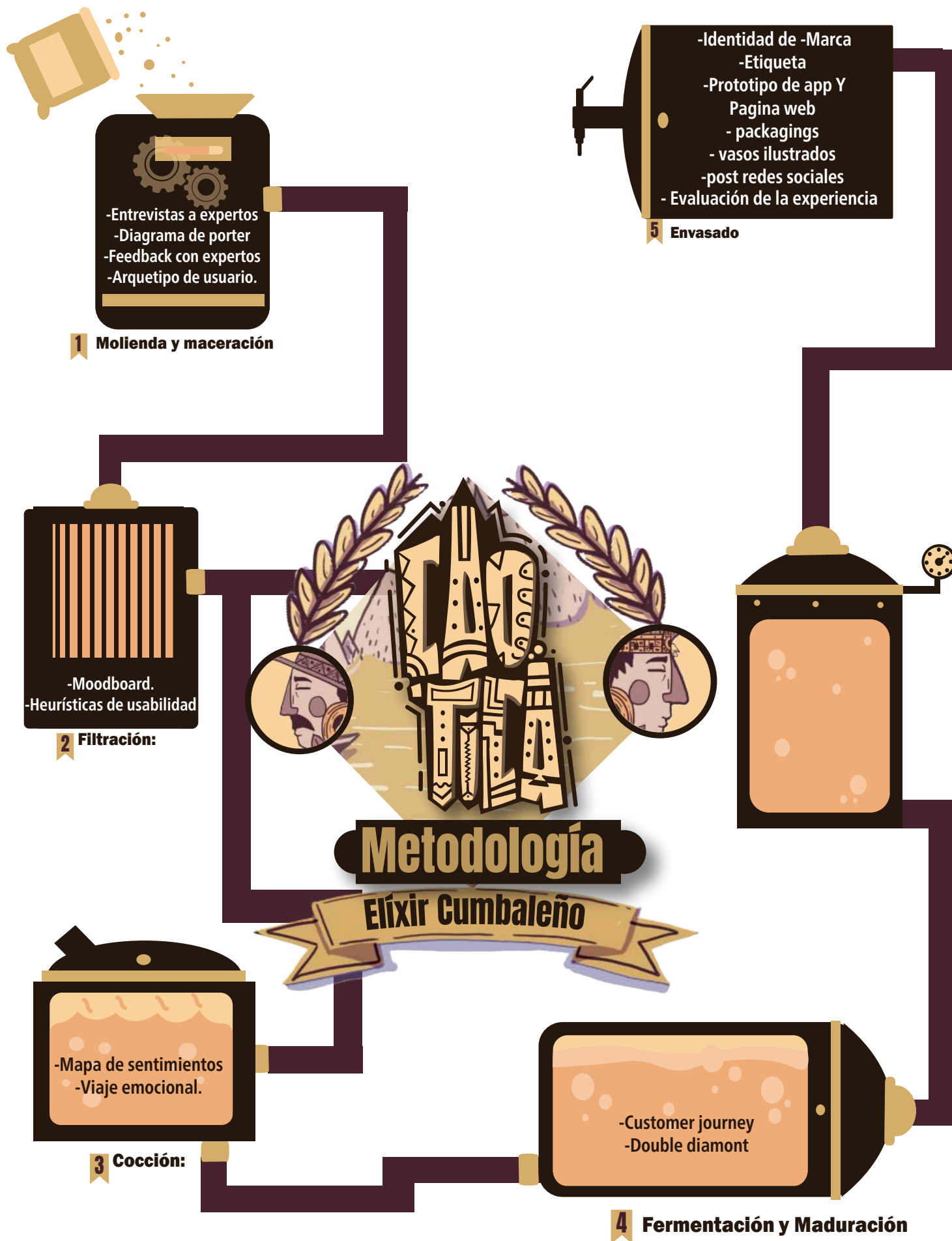
La primera red de relaciones se creó mediante la revisión bibliográfica del primer capítulo del marco teórico, comparándola con los otros mecanismos mencionados anteriormente.



Metodología de diseño

Las metodologías proyectuales que inspiran el desarrollo de este proyecto es Design Thinking, tomado como la herramienta que permite incrementar el nivel de satisfacción del cliente, por medio de estrategias y una adecuada experiencia que generan un producto mas acertado, del mismo modo se utiliza la metodología de Feelling que permite saber lo que siente el cliente para así dar soluciones y crear ideas.

Es por lo anterior que estas dos metodologías juntas logran cumplir con los objetivos del proyecto en diferentes etapas que conforman una sola metodología llamada Elixir Cumbaleño.





Primera etapa: Molienda y maceración

Esta etapa permite la comprensión de las necesidades y preferencias de los usuarios, es necesario determinar para quien se diseña.



entrevistas sintetizadas



HECTOR AMADOR

En esta entrevista logramos identificar los factores más importantes de la elaboración de la cerveza artesanal, la historia detrás de la creación de Leghada y lo que conlleva una producción en esta industria.

RICARDO PLANO

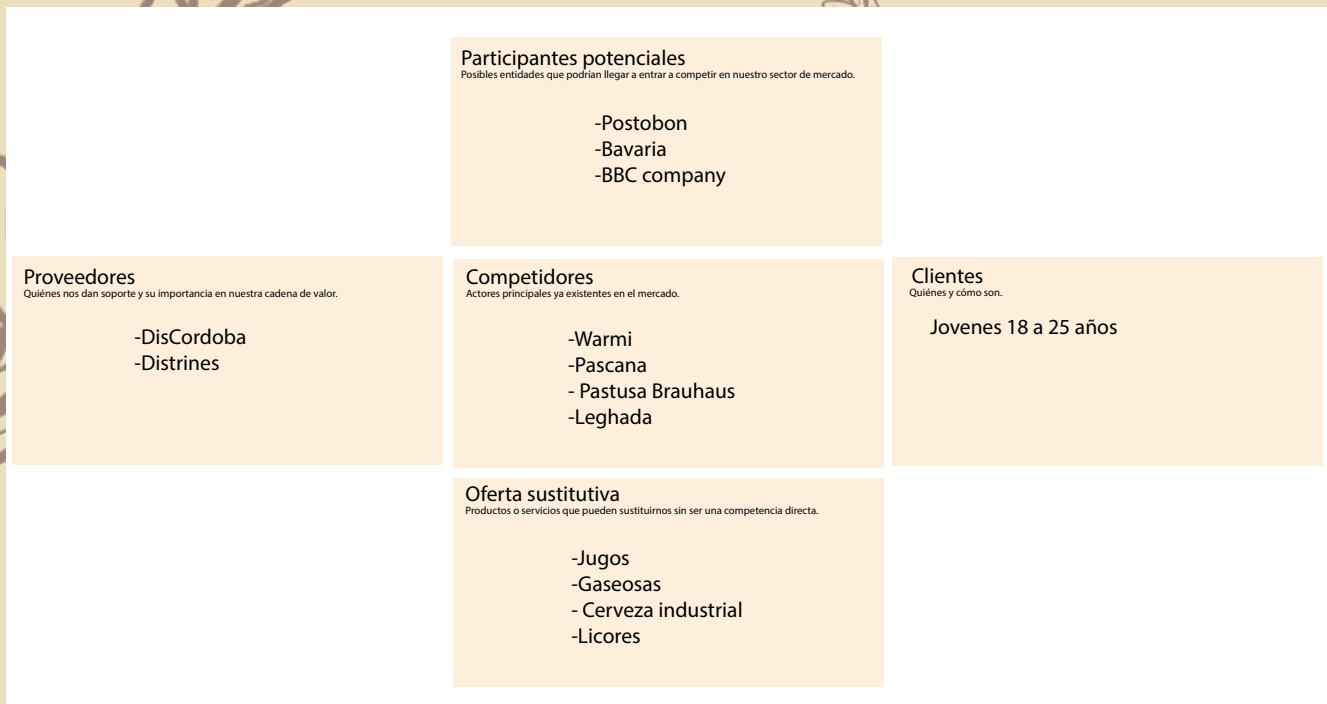
Esta entrevista destaca los componentes clave para agregar valor mediante la identidad de la etiqueta.



diagrama de Porter

Evaluar las fuerzas, la competencia directa, los participantes potenciales, la oferta sustitutiva, los proveedores y los clientes; para identificar la posición en el mercado.

Figura No.3
Diagrama de Porter
Fuente: Elaboración propia .

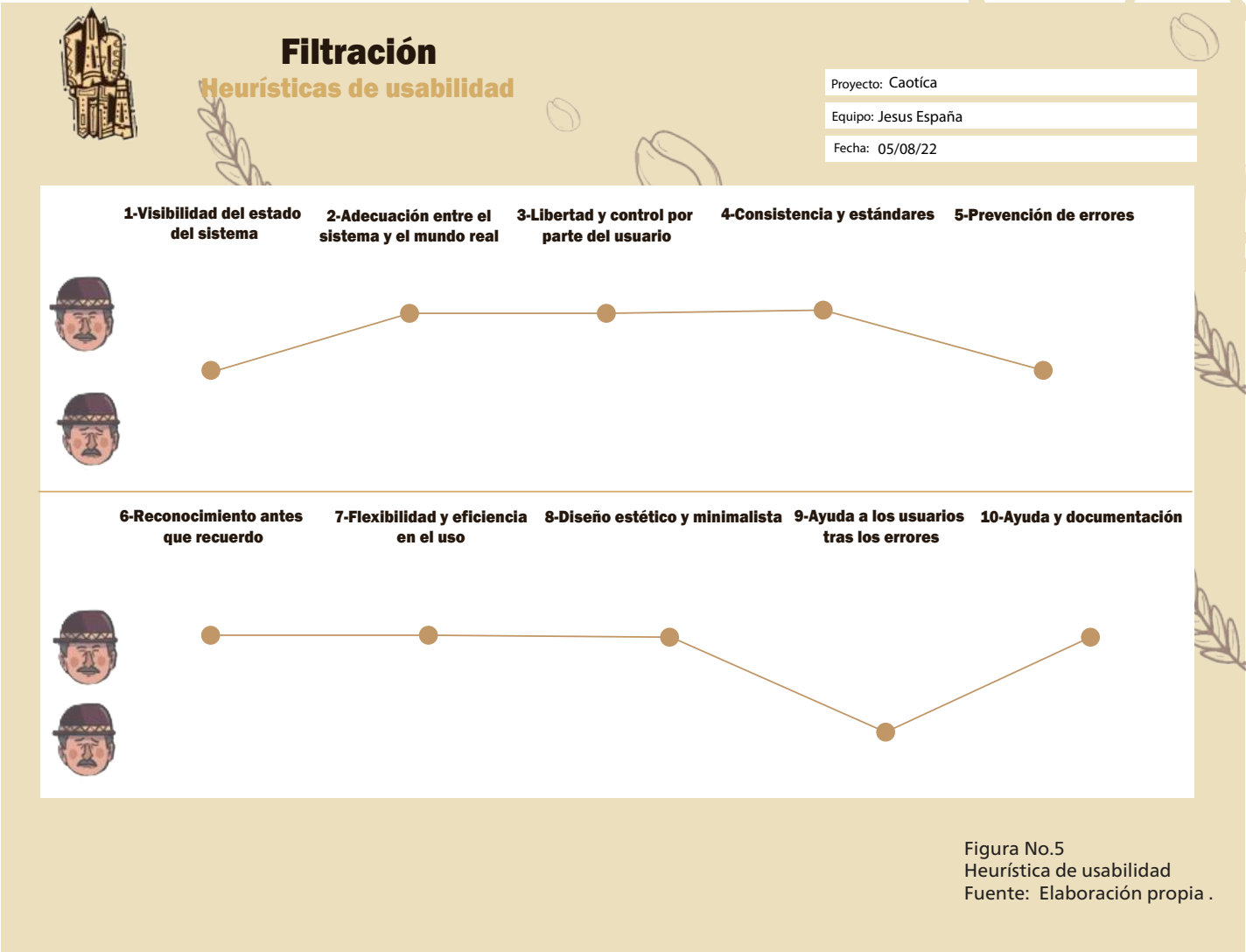


Este diagrama establecido las barreras de entrada existentes en la industria y permitió identificar qué tan fácil o complicado es para "Caótica" incorporarse al mercado, en este caso se tiene una compleja competencia directa para el producto que se presenta sin embargo se cuenta con buenos proveedores para abarcar el publico objetivo.

Heurísticas de usabilidad

Sirve para evaluar la usabilidad de la interfaz.

Se pudo identificar que la interfaz funciona efectivamente y es aprobada por los usuarios al tener una buena visibilidad del estado del sistema y un diseño estético.



Arquetipo de usuario

encamina las estrategias de la metodología enfocándose en el cliente y asegurar el éxito de las etapas posteriores del proyecto.



Molienda y maceración

Arquetipo de usuario

Proyecto: _____

Equipo: _____

Fecha: _____



EDAD

20

SEXO

Masculino

OCUPACIÓN

Estudiante

NOMBRE

Jesús David España Pérez

BIOGRAFÍA

Nació en el pueblo de Cumbal, ubicado en el departamento de Nariño. Actualmente reside y estudia en la ciudad de Pasto, donde se ha dedicado a desarrollar sus habilidades académicas y profesionales. Su trayectoria estudiantil refleja su compromiso, a la formación y crecimiento en su campo de estudio.

PERSONALIDAD

EXTROVERTIDO		INTROVERTIDO	X
PLANEADOR		IMPROVISADOR	
X			
IMPULSIVO		MARCA X	RACIONAL
			ANTISOCIAL
SOCIAL			
X			

METAS U OBJETIVOS

Tu principal objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, lo que mejorará notablemente tu calidad de vida. Aspiras a adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para alcanzar tus objetivos personales y profesionales y contribuir positivamente a tu entorno.

REDES SOCIALES PREFERIDAS

Jesús prefiere usar Facebook e Instagram para mantenerse conectado con su círculo social. Estas plataformas no solo te permiten conectarte con amigos y familiares, sino que también te ayudan a mantenerte al día con las últimas tendencias y desarrollos en las áreas de interés que te interesan. 42% Además, los puedes usar para mantenerte al día con las ofertas, mantenerte al tanto de las promociones y descubrir nuevos productos o lanzamientos. Asimismo, le gusta mantenerse al día sobre las novedades y proyectos de sus artistas favoritos.

¿ QUE PERCEPCIÓN TIENES DE NOSOTROS ?

La marca ofrece una excelente gama de cervezas de gran sabor y calidad, que no sólo deleitan el paladar, sino que también destacan por su atractiva presentación visual. Esta combinación de buen gusto y estética genera una experiencia única para el consumidor.

Figura No.4
Arquetipo de usuario
Fuente: Elaboración propia .



Tercera etapa: Cocción

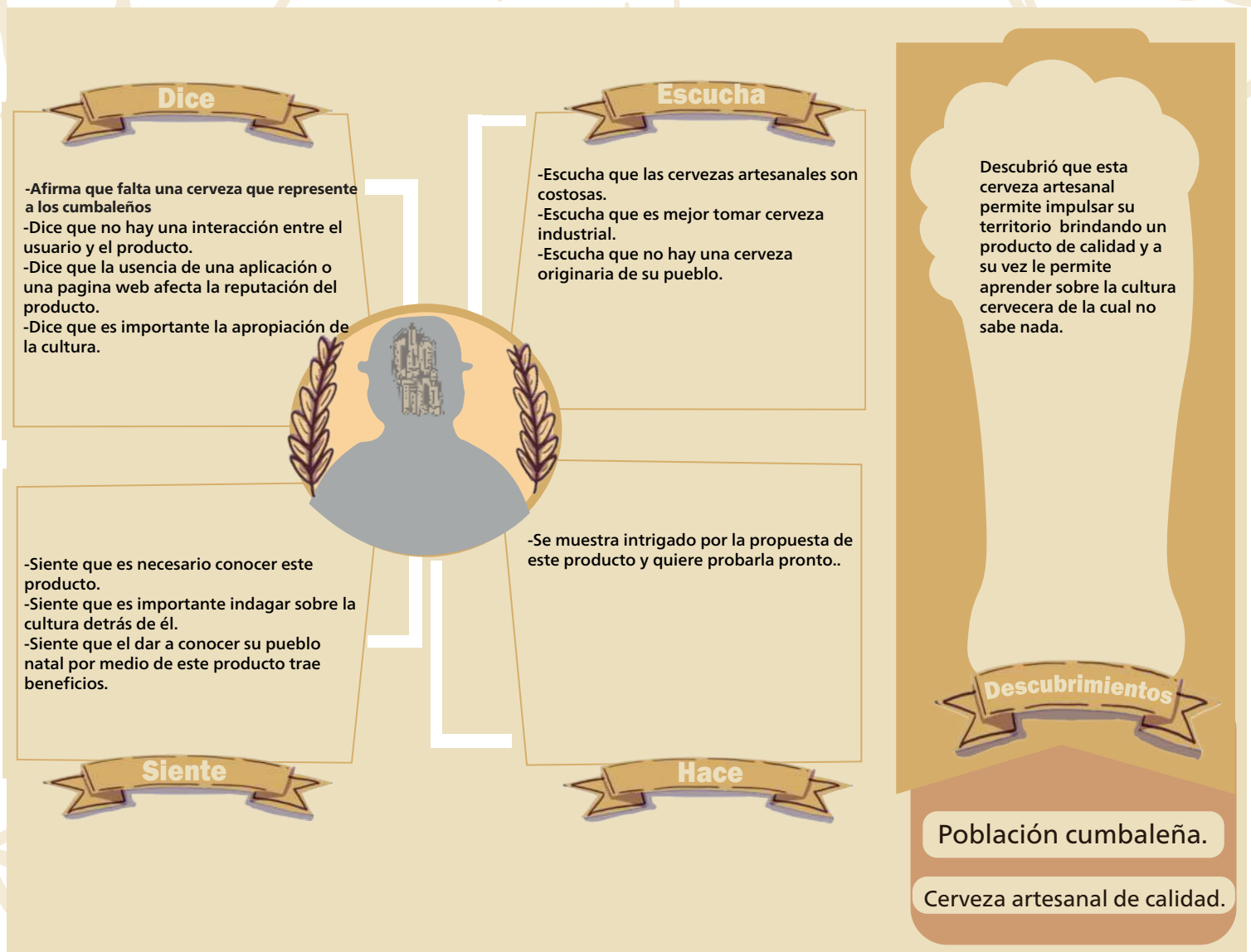
Permite comprender y desarrollar los procesos de innovación en el desarrollo del proyecto, centrándonos en el usuario y en lo que siente.



mapa de sentimientos

Hacer énfasis en lo que siente las personas por medio de la investigación.

Se obtienen las distintas perspectivas que tienen las personas basadas en que escuchan, dicen, sienten y hacen, por medio de esto se establece los elementos necesarios para entender por completo al usuario y así brindarle una correcta experiencia de usuario.



Viaje emocional

Evaluar la experiencia del producto, permitiendo comparar visualmente los diferentes sentimientos de los usuarios acerca de vivir la experiencia de usuario.

Se pudo analizar los momentos importantes de contacto directo con el usuario determinando una buena experiencia durante el proceso basados en cuatromomentos, conocer la marca, recibir la cerveza, consumir la cerveza y probar su aplicación.

Figura No.6
viaje emocional
Fuente: Elaboración propia .

Etapa de cocción

viaje emocional

Momentos

Conocer la marca

Recibir la cerveza

Consumir la
cerveza

Probar su
aplicación

Historias

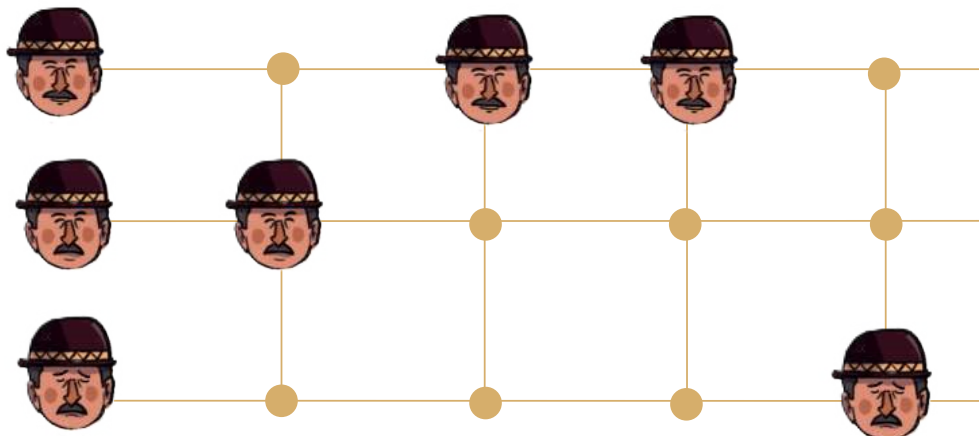
Cuando me presentaron a Caótica senti curiosidad por lo llamativo de su nombre y quise indagar sobre ella.

A partir de la presentación senti apropiación por mi territorio al verlo plasmado en un producto.

Logre percibir el aroma y el sabor del café que se complementaban a la perfección siendo deliciosa al no exagerar con la espuma.

Al iniciar la exploración senti que era simple en el apartado de información pero esteticamente agradable

Sentimientos



Personas

--	--	--	--

Cuarta etapa: Fermentación y maduración

Se basa en analizar los hallazgos necesarios para realizar correctamente el proyecto, y potenciar la creatividad



Customer

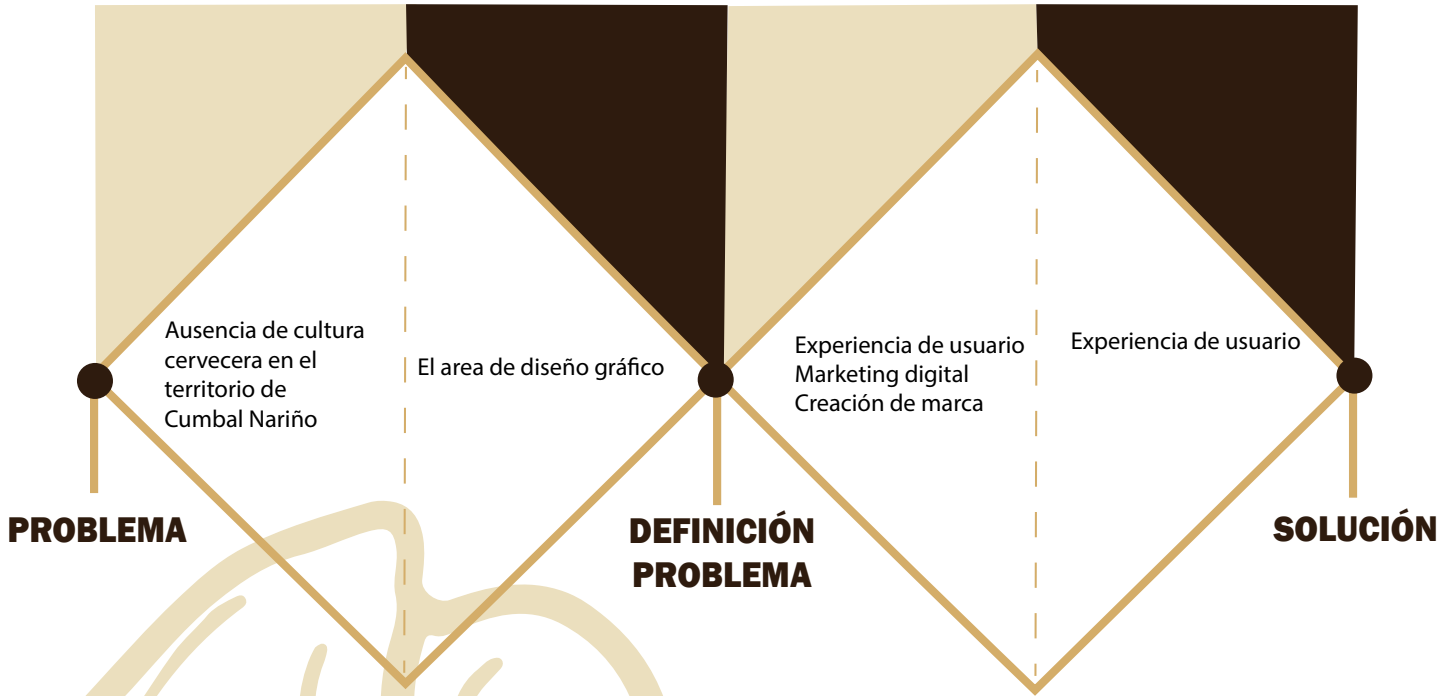
definir las funciones que el usuario desarrolla utilizando el producto.

Permite identificar el momento exacto en el que se encuentra el problema basado en un antes, durante y después para mejorar la experiencia.



Figura No.7
customer
Fuente: Elaboración propia .

doble diamante



Adquirir y determinar el diseño de soluciones basadas en la información obtenida durante la resolución de problemas para crear soluciones enfocadas en el usuario final.

Se abordan problemas y se procede a proponer soluciones, describiendo de forma clara y completa los pasos que se deben seguir en el proceso de diseño.



Quinta etapa: Envasado

Esta etapa también consiste en aterrizar las ideas y convertirlas en algo tangibles, determinar si las soluciones brindadas fueron de valor para el usuario, las herramientas que apoyan la etapa son el manual de marca para mantener siempre la misma línea de presentación y coherencia a la hora de proyectar la marca y para finalizar la evaluación de la experiencia para realizar correcciones y determinar si la experiencia de usuario fue adecuada.



Identidad corporativa

proceso de diseño

La creación de un identificador visual es muy importante porque es parte del reconocimiento y registro de proyectos, una imagen diseñada para reflejar el concepto y los elementos característicos del mismo, en este caso el identificador corresponde a un isologo que hace referencia a la ancestralidad, su silueta simboliza al volcán nevado de Cumbal con sus 3 puntas características, por ultimo su tipografía está intervenida con formas de petroglifos y representaciones de los campos y las montañas.



Figura No.8
Identificativo
Fuente: Elaboración propia .

Bocetación identidad corporativa

Se exploran y desarrollan las formas básicas de las letras, formas y símbolos, teniendo en cuenta el estilo y la identidad establecida. Los bocetos se realizan en papel de forma análoga.

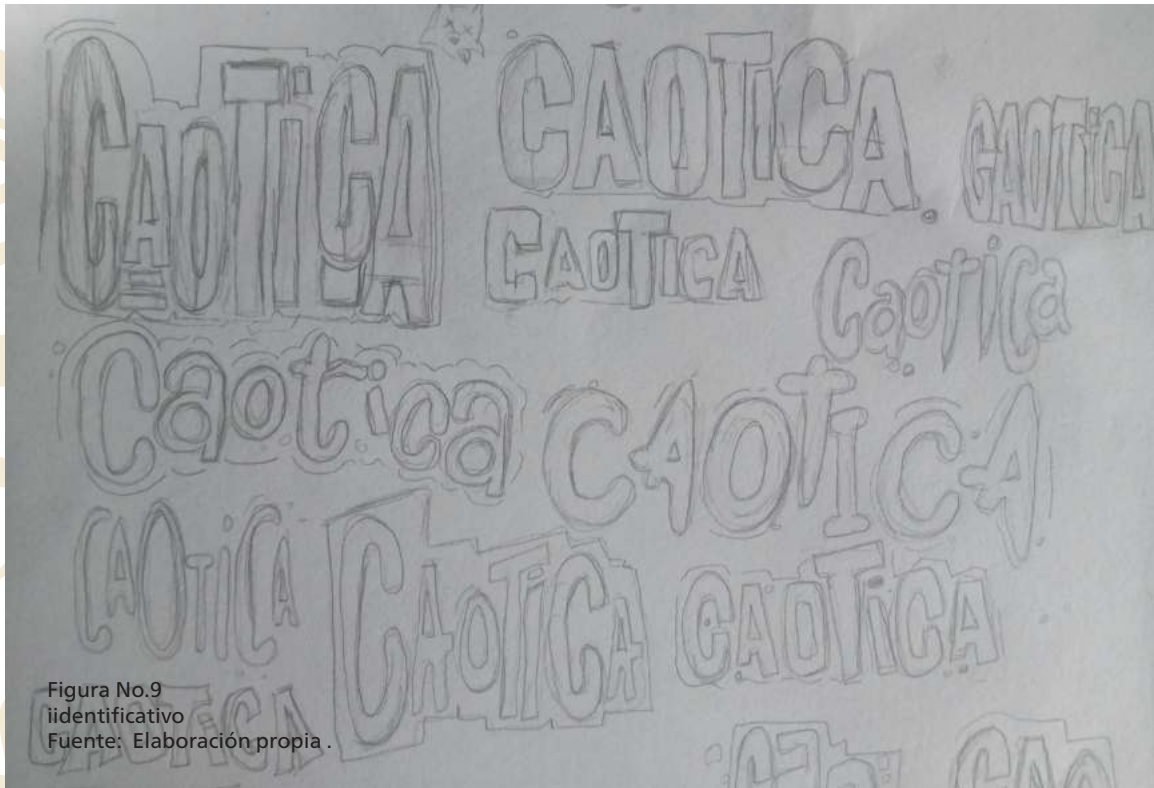


Figura No.9
Identificativo
Fuente: Elaboración propia.

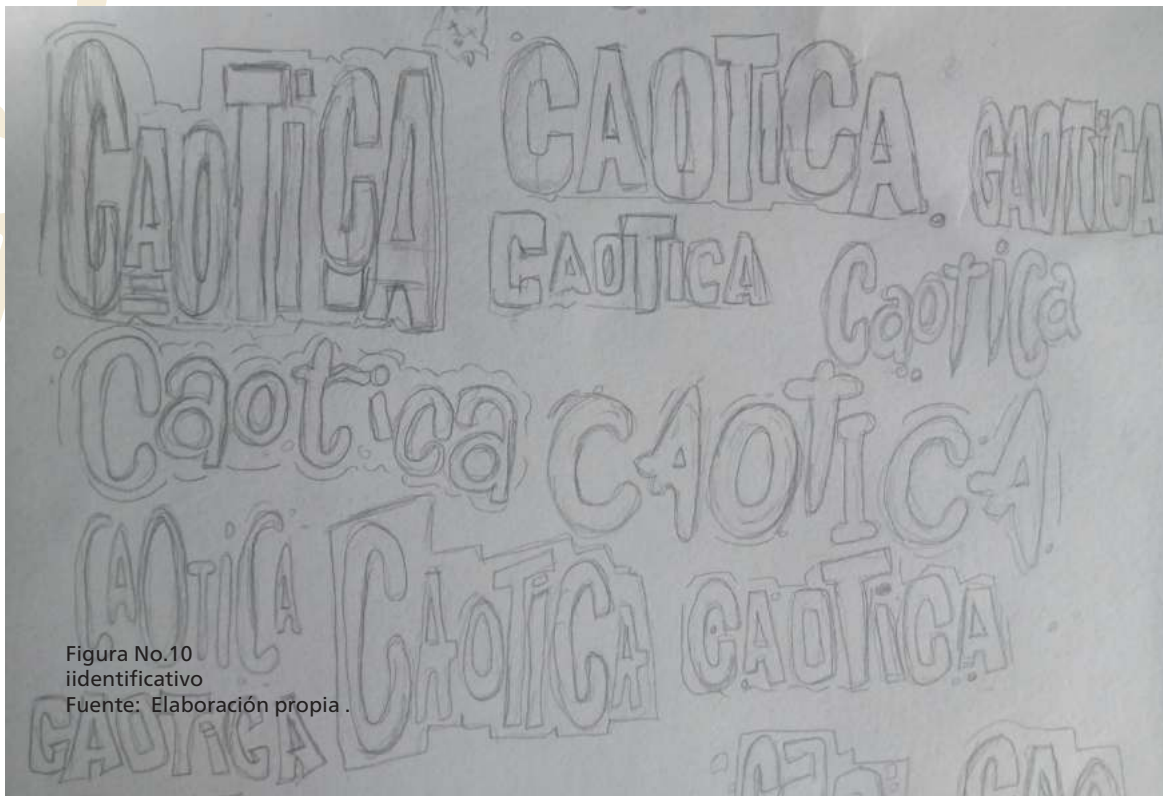


Figura No.10
Identificativo
Fuente: Elaboración propia.

Digitalización

Una vez que se han creado los bocetos iniciales, se digitalizan utilizando Adobe Photoshop, creando una versión digital de la fuente, posteriormente se trazan y vectorizan los contornos de las letras. En esta etapa, también se definen detalles como pesos, variantes y proporciones.



Figura No.11
Identificativo
Fuente: Elaboración propia.



Figura No.12
Identificativo
Fuente: Elaboración propia.

Tipografía

La tipografía fue creada de forma exclusiva para el proyecto, es una fuente de tipo sans serif y se utiliza exclusivamente para el logotipo, el diseño de tipografías originales implica una combinación de investigación, esbozos a mano alzada, digitalización, refinamiento, pruebas y ajustes, todo esto requiere un enfoque creativo y atención meticulosa a los detalles para lograr una fuente única y efectiva que represente a la marca caótica.



Figura No.13
iiidentificativo
Fuente: Elaboración propia .

Color

El uso coherente de una paleta cromática en todos los elementos visuales de la marca, como el logo, el sitio web, la aplicación y todos los elementos gráficos, crean una identidad visual sólida. La repetición de colores específicos refuerza la asociación de la marca con los tonos utilizados y así se facilita el reconocimiento instantáneo.

El color café, también conocido como marrón, es un color terroso y cálido que puede transmitir diferentes significados en este caso hace referencia a la tierra y otros elementos naturales que destacan en Cumbal, por lo que puede asociarse con la autenticidad, la sostenibilidad y la conexión con la naturaleza, este color café transmite una sensación de estabilidad y confianza



Figura No.14
Identificativo
Fuente: Elaboración propia .

Variantes

Aquí se muestra el isologo en los siguientes comportamientos: Color, Positivo, Negativo, Escala de grises .



Color



Positivo



Escala a grises

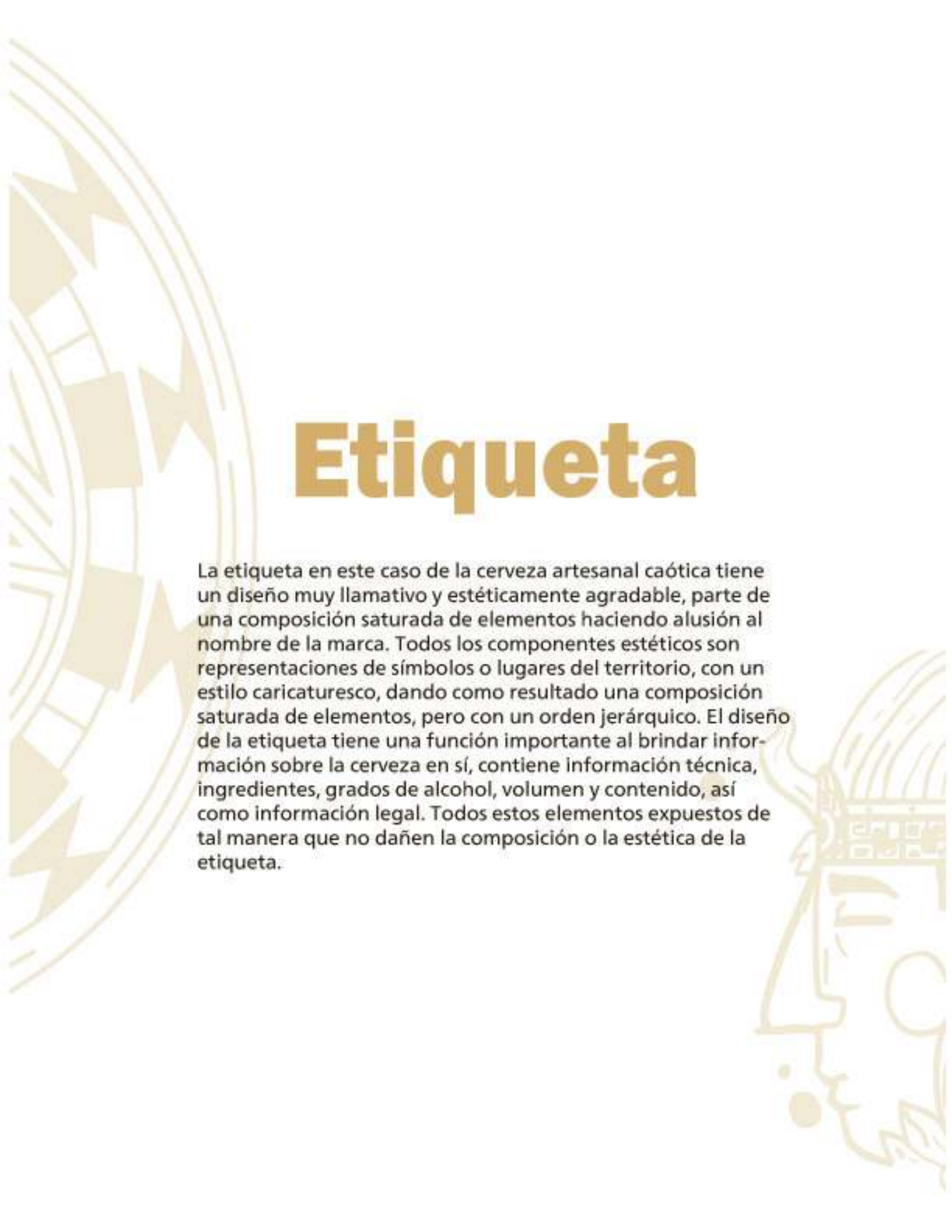


Negativo

Figura No.15
Identificativo
Fuente: Elaboración propia .



Nota: consultando el anexo, se encuentra el manual de marca de Caótica, donde se profundiza en los aspectos formales y conceptuales de la misma.



Etiqueta

La etiqueta en este caso de la cerveza artesanal caótica tiene un diseño muy llamativo y estéticamente agradable, parte de una composición saturada de elementos haciendo alusión al nombre de la marca. Todos los componentes estéticos son representaciones de símbolos o lugares del territorio, con un estilo caricaturesco, dando como resultado una composición saturada de elementos, pero con un orden jerárquico. El diseño de la etiqueta tiene una función importante al brindar información sobre la cerveza en sí, contiene información técnica, ingredientes, grados de alcohol, volumen y contenido, así como información legal. Todos estos elementos expuestos de tal manera que no dañen la composición o la estética de la etiqueta.

Bocetos etiqueta



Figura No.16
Etiqueta
Fuente: Elaboración propia .

Propuesta final



Figura No.17
Etiqueta
Fuente: Elaboración propia .

Empaques

El empaque corresponde a un 4 pack de cerveza, el cual es un empaque diseñado para contener cuatro bebidas alcohólicas en su respectivo lugar, conforme a lo anterior está enfocado en la experiencia del consumidor, el material corresponde a un cartón de mayor resistencia y durabilidad para el transporte de las cervezas, que buscan comunicarse por medio de este y así diferenciarse de la competencia. Por otro lado, el diseño tiene elementos correspondientes a la identidad de la marca para reforzar su estilo característico.





El presente diseño se realizó específicamente para darle una edición especial a los vasos, buscando con ello generar que se proteja el vaso y plasmar un diseño acorde a la marca, aunado a ello, proyectando una leyenda diferente acerca de cada lugar emblemático de Cumbal. Con este empaque se logra que el usuario pueda obtener un embalaje llamativo, el cual también puede ser utilizado como exhibidor para su colección de vasos.



Figura No.19
Empaques
Fuente: Elaboración propia .

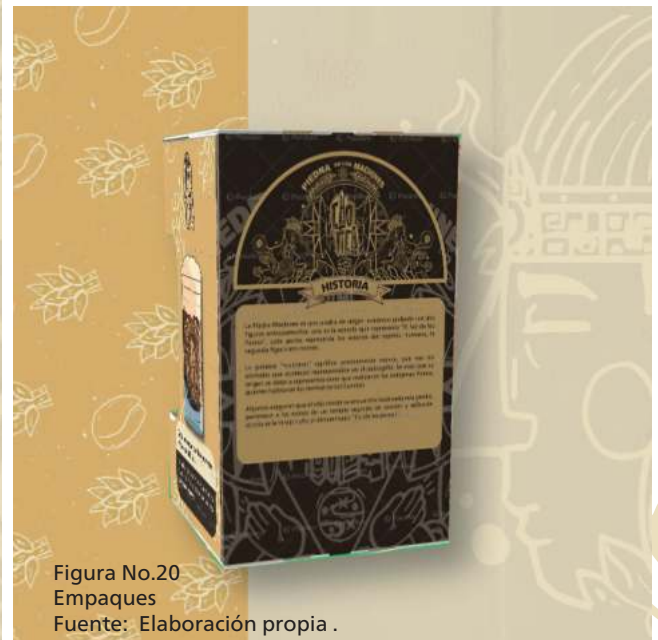
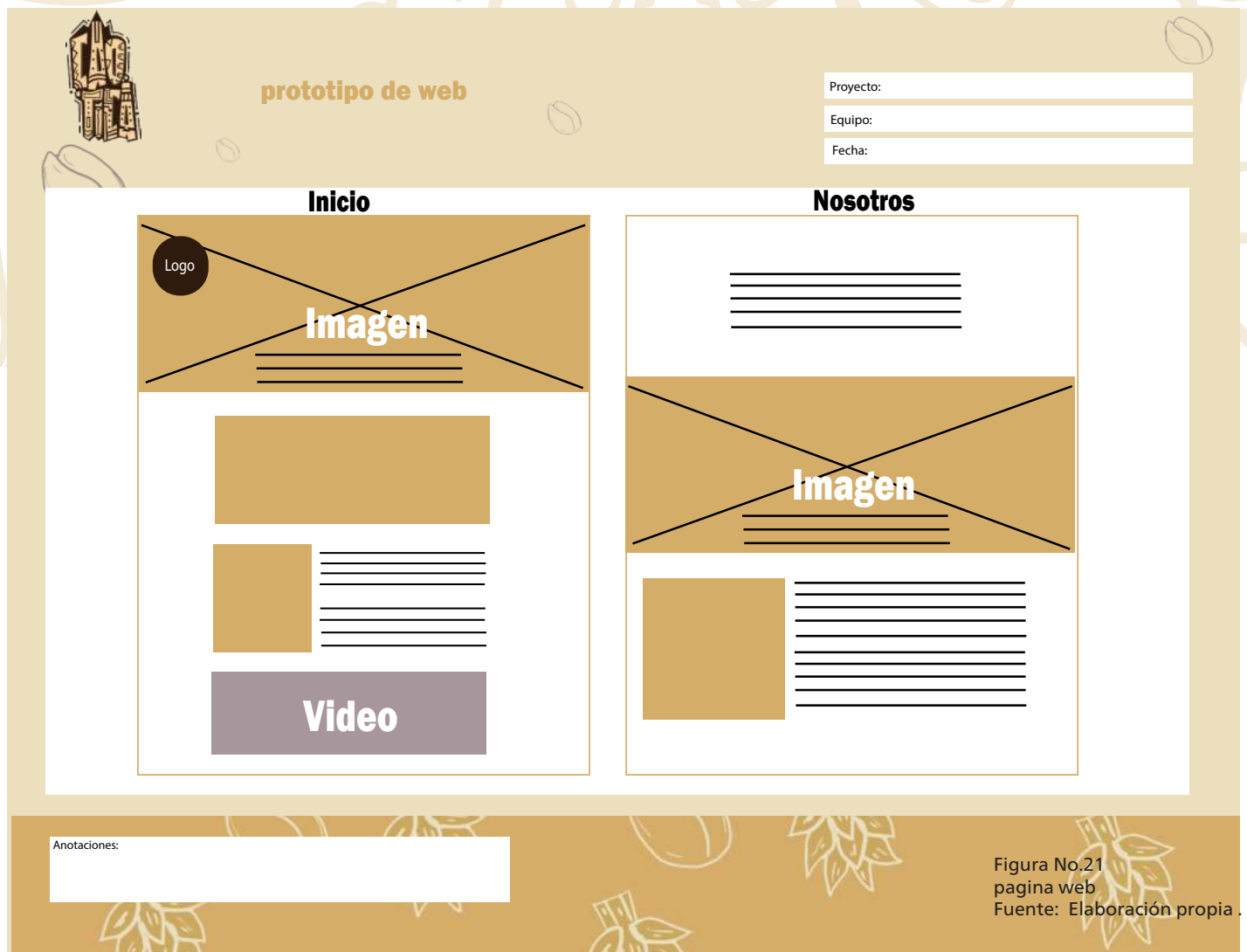
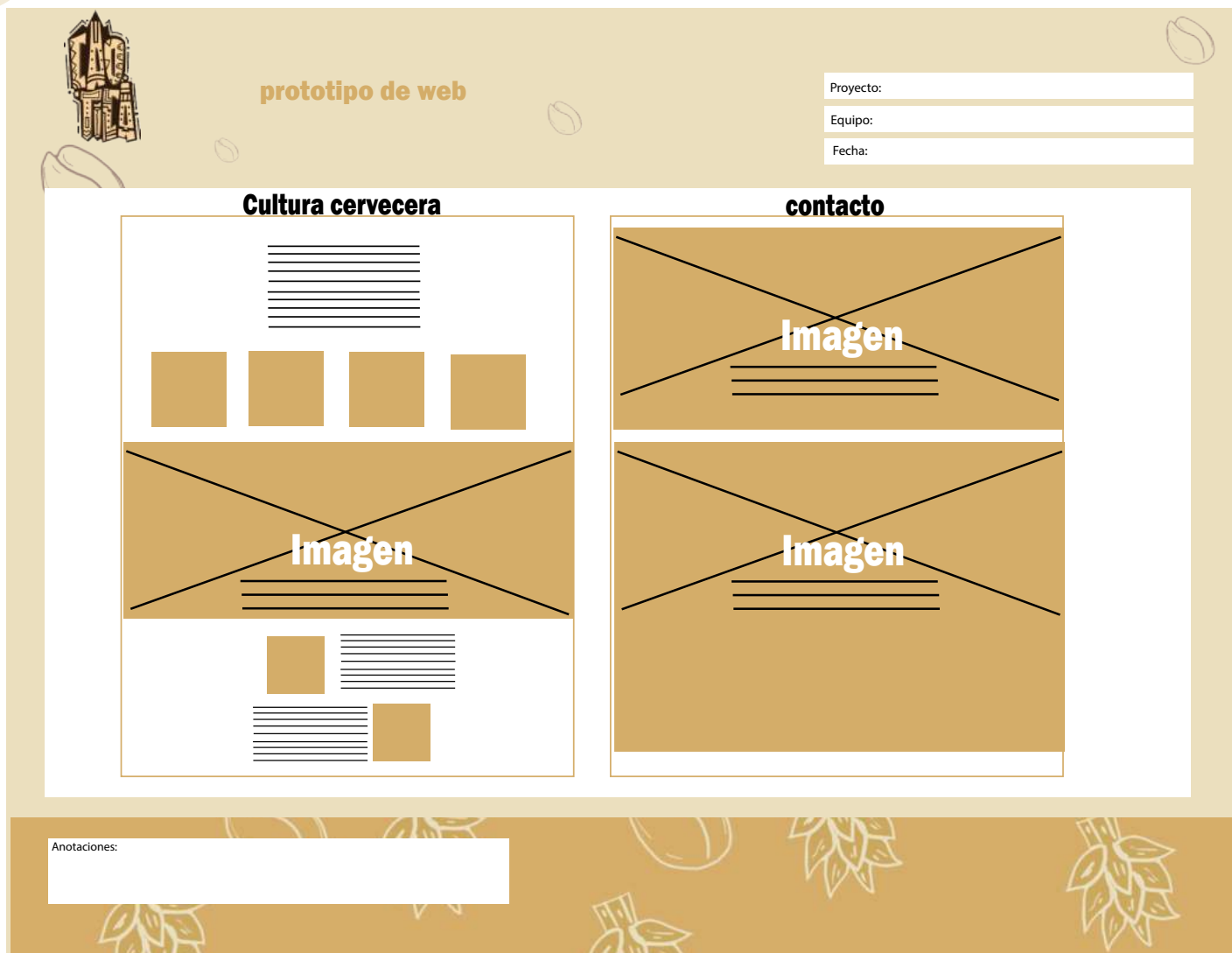


Figura No.20
Empaques
Fuente: Elaboración propia .

Página web

Su propósito es generar visibilidad a la marca de forma digital y así dar a conocer su información y servicios de manera efectiva, asimismo pretende generar confianza con el usuario. En la interfaz web podemos encontrar información como lo es el valor de la cerveza, información de caótica, la historia, cultura cervecera, y links para descargar app, entre otros componentes. La línea gráfica que se manejó para la página web corresponde a la identidad ya trabajada de la marca con elementos gráficos llamativos, los cuales son símbolos, caracterizaciones de personajes, y elementos culturales que hacen que sea visualmente atractiva y única.





En esta etapa se implementa una representación esquemática, la cual fue importante para la diagramación y maquetación de los diferentes elementos utilizados (textos, imágenes, botones, videos) plasmando las diversas pantallas y componentes de la página web. A través de este esquema se permite plasmar con precisión diferentes pantallas buscando con ello una organización coherente y eficaz.

Conforme a lo anterior, la estructura nos permite prever que el usuario tenga una adecuada navegación por la página web, generando un resultado eficaz y una navegación adecuada.

diagrama

En esta etapa se crean las diversas pantallas y componentes de la página web, son bosquejos iniciales que sirven para tener una primera vista de como irían los elementos gráficos y textos ubicados en la web. Estos bosquejos primarios sirven como una guía para establecer una estética y funcionalidad que tenga el portal acerca de la cerveza artesanal.

inicio



Figura No.22
pagina web
Fuente: Elaboración propia .



Galería



contacto

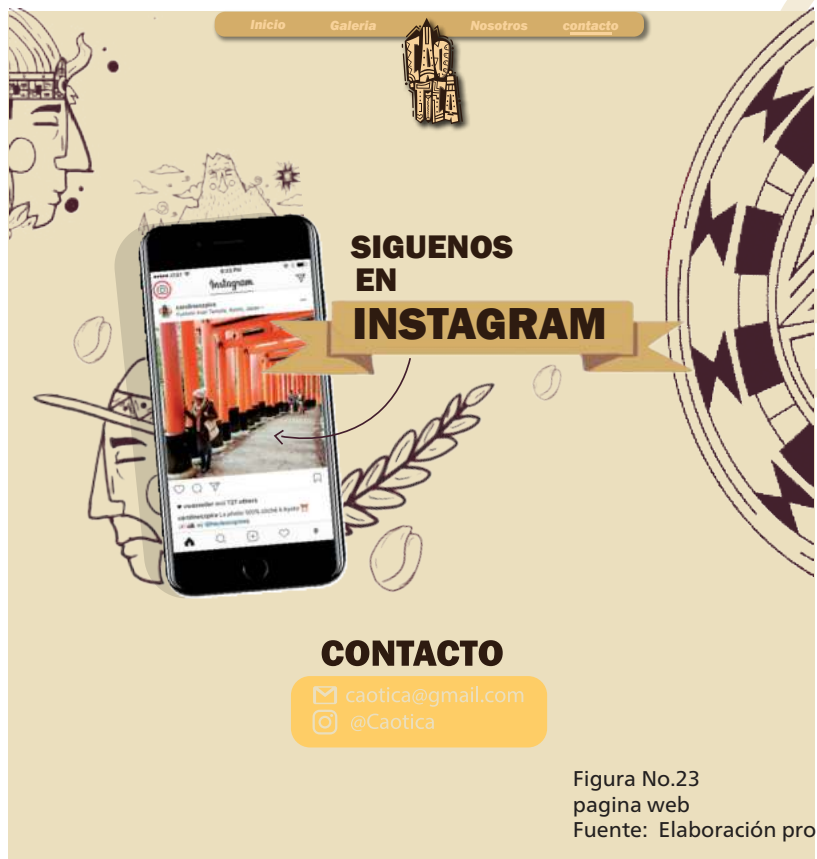
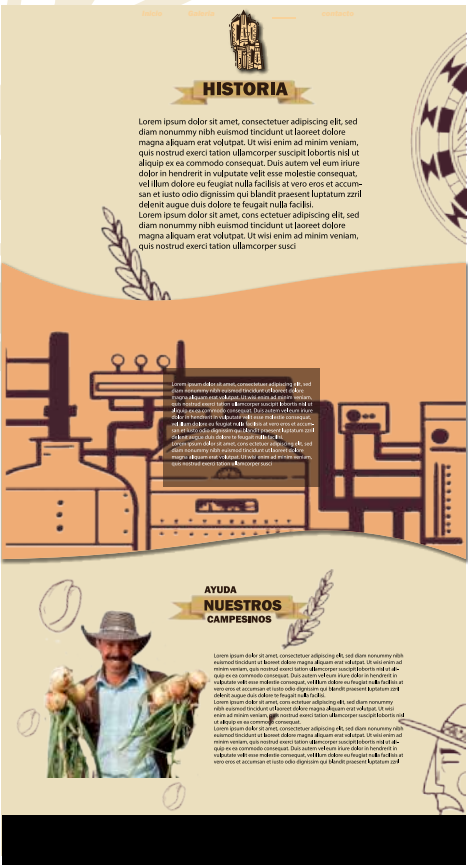


Figura No.23
pagina web
Fuente: Elaboración propia .

nosotros



Prototipo

El prototipo funcional es una versión preliminar del sitio web, el cual busca tener una simulación real de la página con sus funciones antes de entrar a programar, siendo la forma de presentarla a los consumidores de cómo sería antes de llegar al prototipo final y funcional. En este punto se ha realizado varios testeos iniciales, permitiendo con ello que la interfaz sea lo más óptima, agradable y fácil de navegar para los usuarios, teniendo como resultado de lo anterior, las siguientes pantallas

Enlace: <https://jhonxs1.github.io/cerveza-cao/index.html>

Inicio



Figura No.24
pagina web
Fuente: Elaboración propia .



CONOCE A DON LUPU

Él es nuestro maestro cervecero, quien ha dedicado su vida a adquirir conocimientos para fabricar las mejores cervezas artesanales. Es una persona un tanto seria, amable y dedicada a su trabajo. Estas cualidades lo hacen indispensable para Caótica. Está encargado de proporcionarnos consejos y pautas para que puedas degustar de mejor manera nuestra cerveza.



Ingresa el código de la cerveza 

marcadas con la promoción



¡Descarga nuestra app con un solo clic!

 [Descarga aquí](#)

Figura No.25
pagina web
Fuente: Elaboración propia .

Nosotros

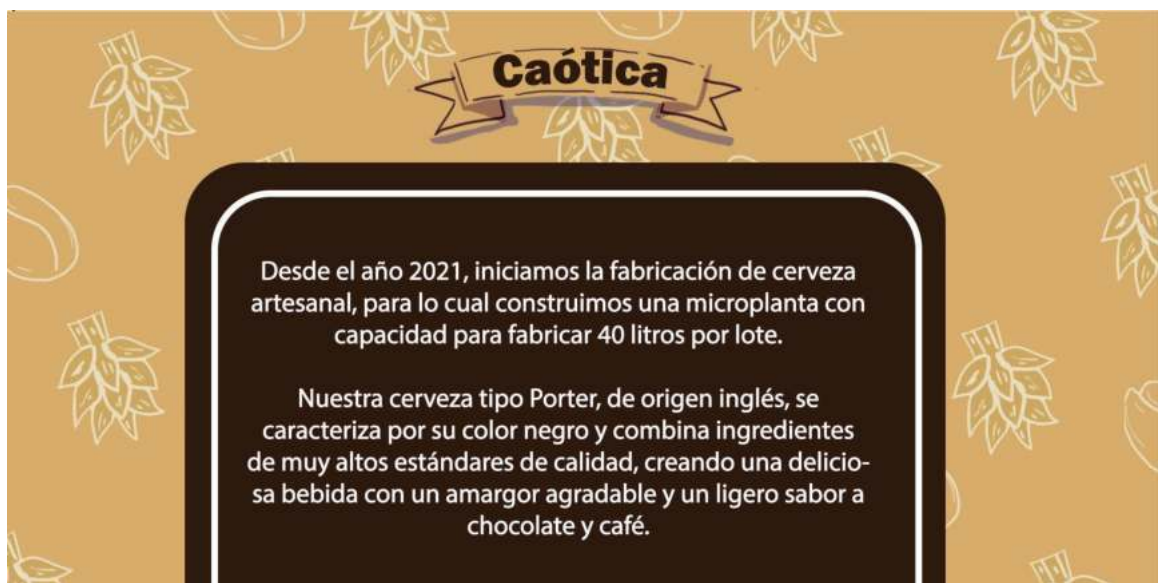


Figura No.26
pagina web
Fuente: Elaboración propia .

cultura cervecera



Figura No.27
pagina web
Fuente: Elaboración propia .

cultura cervecera



Contactos

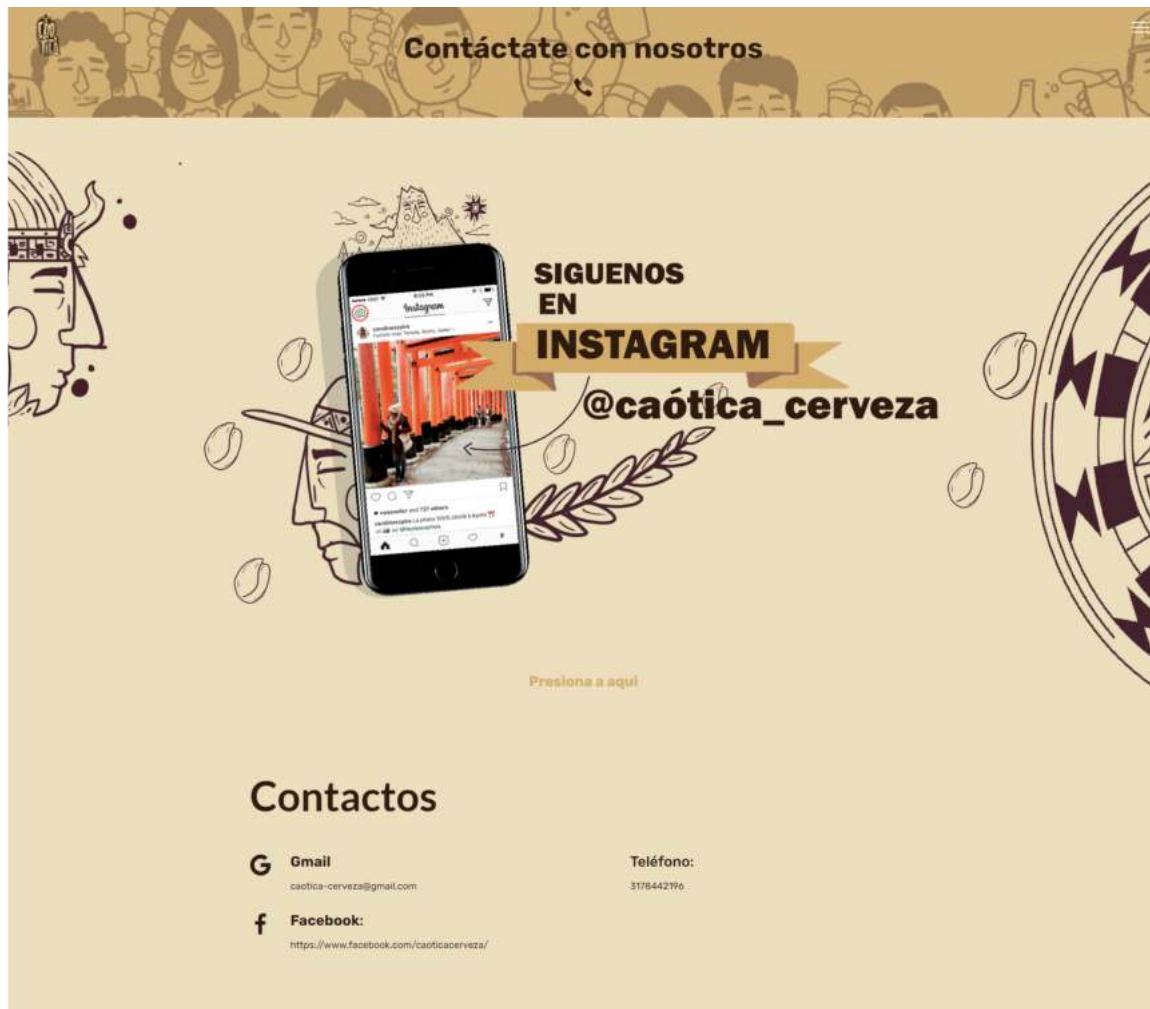


Figura No.28
pagina web
Fuente: Elaboración propia .

Social media

Las redes sociales son plataformas de comunicación directa con los usuarios. En este caso las plataformas de Instagram y de Facebook se disponen a impulsar y visibilizar la nueva imagen de caótica, contenido que se va a publicar en primera instancia con consejos de la cultura cervecera que incluye recomendaciones, reels, tipos de cerveza y beneficios. Gradualmente se va a pasar a la promoción de la página web y la app móvil por estos medios, que servirán para atraer a nuevos usuarios y mantener a los clientes antiguos, ya que por estos medios se va a realizar una promoción para atraer y fidelizar a los clientes.



Figura No.29
social media
Fuente: Elaboración propia.



inspirados en lugares emblemáticos como lo es Cumbal (Nariño), mediante diversas plataformas (instagram, facebook, tik tok) se darán a conocer la forma de obtenerlos, generando así un mayor interés e interacción por parte de los usuarios en las redes

A continuación se presenta la publicidad que se difundirá en carrete en Instagram y Facebook dando así a conocer la promoción de los vasos, su diseño, la forma de como adquirirlos, generando en los usuarios una mayor expectativa.



Aplicación móvil

La creación de la app en primera instancia fue propuesta a través de encuestas y entrevistas reflejando con ellas la necesidad de los usuarios de adoptar este medio, con el fin de poder conocer la marca de una manera más accesible y fácil, ya que las apps son el medio más utilizado y eficaz de los dispositivos móviles.

Luego de testeos iniciales se pudo evidenciar que la app no era llamativa y carecía de elementos retentivos para mantenerla instalada en sus dispositivos móviles. Conforme a lo anterior, dentro de la información de las encuestas se reflejaba que los usuarios les llamaba la atención los elementos gráficos de caótica y como se evidenciaba su cultura, en que lugares venden la cerveza, ya que al ser una bebida artesanal se desconoce los sitios en que se distribuya. Con la información recolectada se inició un rediseño y adecuación de contenido de la app como de su diseño, dando así a conocer los elementos que llegaron al prototipo final.

diagrama

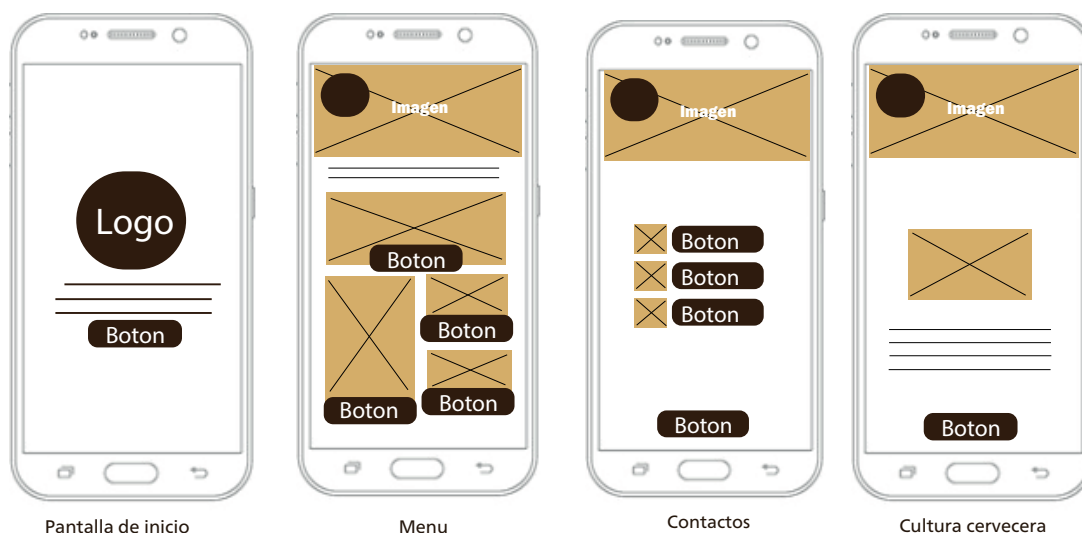


Figura No.31

app

Fuente: Elaboración propia .

Prototipo1

Bienvenidos



Inicio



Figura No.32
app
Fuente: Elaboración propia .

Contactos

Nosotros



Figura No.33
app

Fuente: Elaboración propia .

Prototipo final

Por último, se plasmó una adecuación final que permite evidenciar la información en tiempo real, como lo es imágenes, información de la marca, lugares de distribución de la cerveza, contacto, cabe destacar que cuenta con un apartado especial que permite a los usuarios ganar puntos por medio de la compra de la cerveza y canjear por una recompensa la cual corresponde a 3 vasos de edición especial caracterizados con lugares emblemáticos del territorio, este sistema de recompensas motiva a los usuarios a utilizar la aplicación de forma recurrente ya que les permite tener beneficios a cambio de su fidelidad. La Aplicación móvil permite crear una relación entre la marca y el cliente, proporcionando una experiencia óptima.

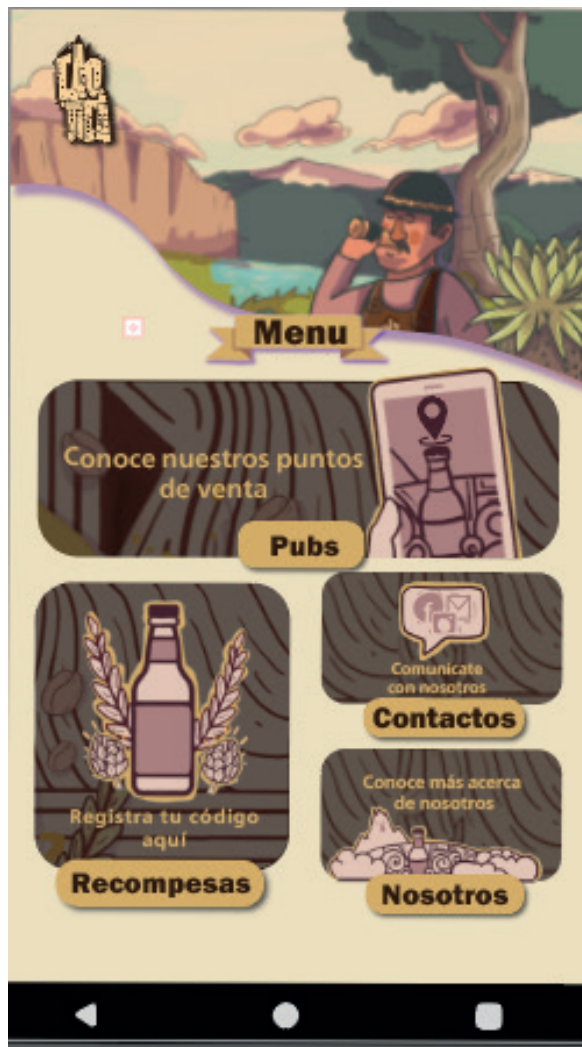




En la parte inicial, podemos encontrar lo que es el panel de la bienvenida. En esta pantalla encontramos el apartado "Crear una cuenta e iniciar sesión" para realizar un registro de quienes utilizan la aplicación.



Figura No.35
social media
Fuente: Elaboración propia .



El menú incluye cuatro botones los cuáles son: los puntos de venta, recompensas, contactos, el menú fácil e intuitivo. En el cual se podrá conocer de mejor manera la marca y también informarse de datos sobre la cerveza, y conforme a ello se encontrará un apartado que es de ayuda al campesino.

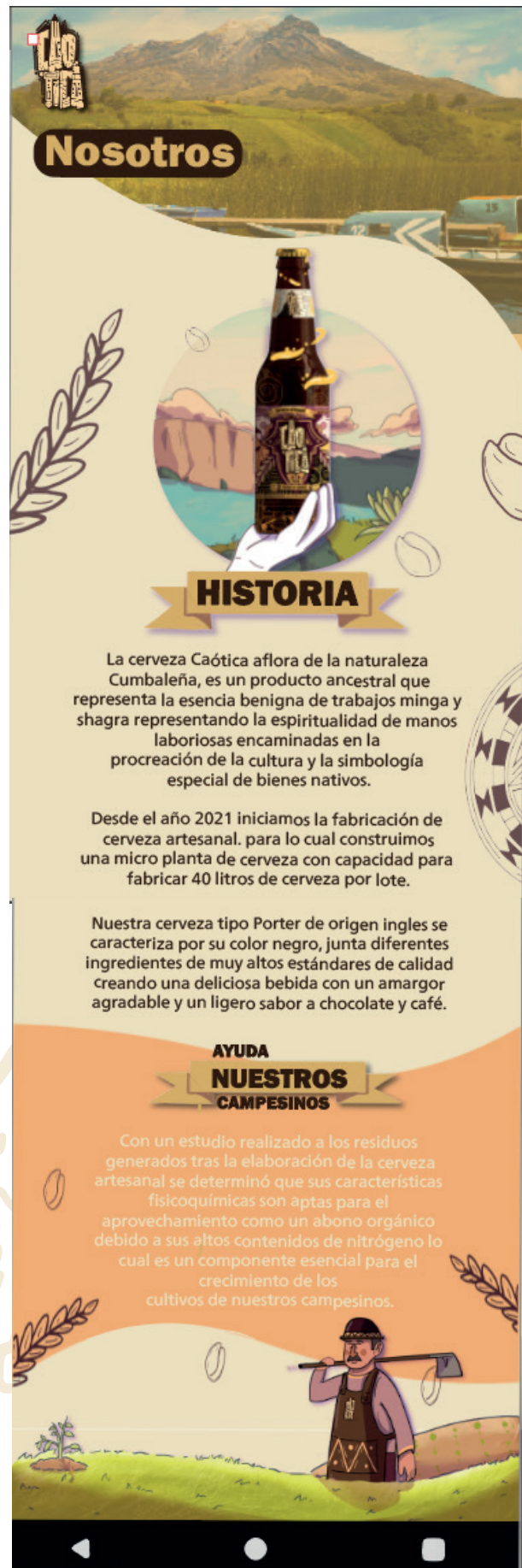


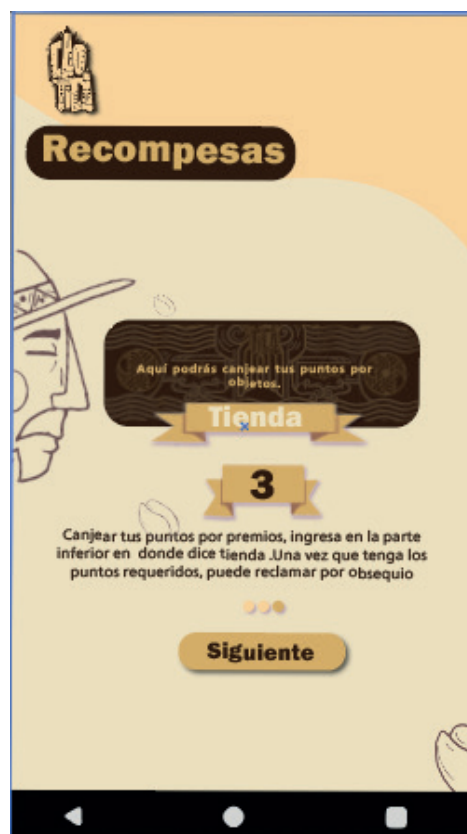
Figura No.36
app
Fuente: Elaboración propia .



Figura No.37
app
Fuente: Elaboración propia .

En la pantalla "pugs" se puede encontrar diferentes puntos de venta en dónde se distribuye la cerveza caótica, si le das click en uno de estos puntos te dirigirá a un mapa de Google con la ubicación exacta del lugar.

En el apartado contactos se puede encontrar los diferentes medios de comunicación que tiene caótica para poder conectarse, entre ellos se encuentra Facebook , Instagram y el correo electrónico.



En el apartado recompensas, se da a conocer las pautas para canjear los códigos por puntos, una vez que esté en el panel de recompensas puede observar en la parte superior cuántos puntos tiene acumulados.

Asimismo, puede encontrar el código de canje en el cual ingresando el clave puede cambiarlo por puntos. Hay una sección llamada tienda donde puedes canjear tus puntos y ver las recompensas .

Figura No.38
app
Fuente: Elaboración propia .

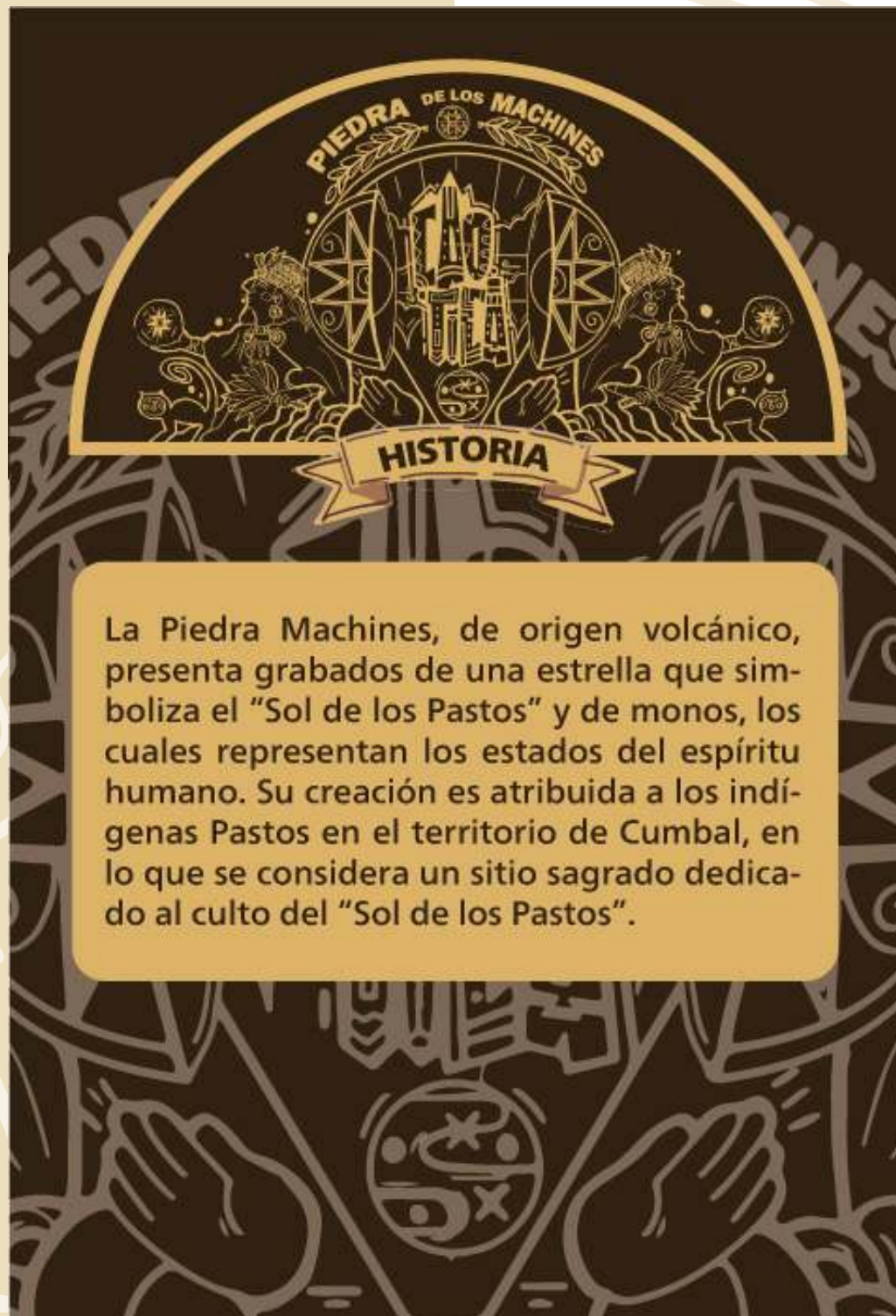


En la tienda se puede encontrar dentro de su parte superior los puntos que se tienen para cada usuario, Y también está la colección de tres vasos con ilustraciones y su respectivo valor. Por la compra de los productos antes mencionados, los clientes adquieren un puntaje acumulable frente a lo cual pueden canjear los respectivos puntos por productos como: 3 vasos cerveceros o por una cerveza gratis.

Vasos ilustrados

Para conectar de mejor manera con el usuario, se pudo evidenciar que a través de los resultados de las encuestas realizadas, se obtuvo que los clientes solicitaban más productos relacionados con la marca para conocer y conectar con su diseño y la cultura que refleja. En consecuencia, se crearon tres vasos de edición limitada, que no solo reflejan el estilo que maneja la marca sino también la cultura de la cual se representan.

Esta colección de tres vasos cuenta con ilustraciones que hacen referencia a lugares emblemáticos de Cumbal Nariño. Los referentes que se tomaron para crear el diseño fueron la piedra de los Machines, la laguna de la Bolsa, y el volcán de Cumbal. Cada una de estas piezas cuenta con una historia única la cual se puede conocer en las redes sociales y en el empaque del vaso. De manera que la forma en la cual vamos a poder reclamar estos vasos de edición limitada, es a través de la compra de la cerveza que cuenta con un código único, el cual debe ser ingresado en la app y así poder canjear los puntos, entre más cerveza se compre más puntos se puede obtener, en el apartado de tienda es posible observar los vasos que se pueden reclamar.



La Piedra Machines, de origen volcánico, presenta grabados de una estrella que simboliza el "Sol de los Pastos" y de monos, los cuales representan los estados del espíritu humano. Su creación es atribuida a los indígenas Pastos en el territorio de Cumbal, en lo que se considera un sitio sagrado dedicado al culto del "Sol de los Pastos".

Figura No.40
vasos ilustrados
Fuente: Elaboración propia .



El mito de la Laguna de la Bolsa en Cumbal, Colombia, cuenta cómo una sequía azotó a una tribu que descuidaba su tierra. Tras reflexionar y pedir perdón a los dioses, estos crearon una laguna en el valle en señal de misericordia. La laguna, nombrada en honor a la joven Cumbe, recuerda la importancia de cuidar la naturaleza.

Figura No.41
vasos ilustrados
Fuente: Elaboración propia .



Un hombre llamado Cumbal, buscando algo único para entregarle a una bruja, encontró un collar sagrado con una piedra azul en Colombia, perteneciente a los dioses del Olimpo. Tras enfrentarse a guardianes y sobrevivir a una batalla en su viaje de regreso, llegó hasta la bruja y le devolvió la piedra. Como recompensa, la bruja lo transformó en un majestuoso volcán, convirtiéndolo en parte de la naturaleza.

Figura No.42
vasos ilustrados
Fuente: Elaboración propia .



Figura No.43
vasos ilustrados
Fuente: Elaboración propia .



Figura No.44
vasos ilustrados
Fuente: Elaboración propia .

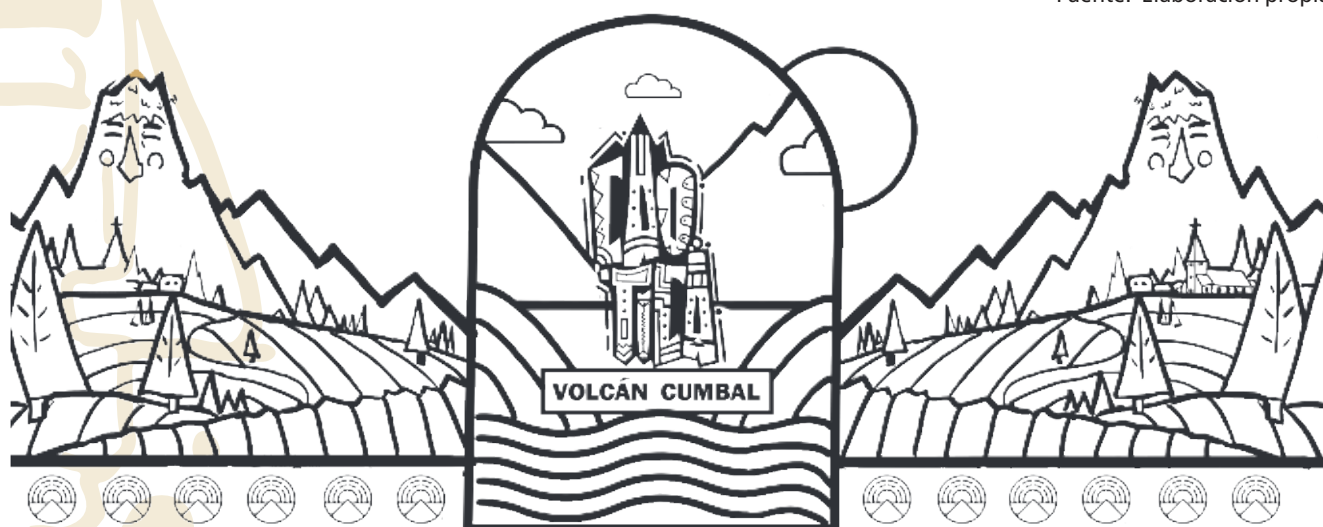
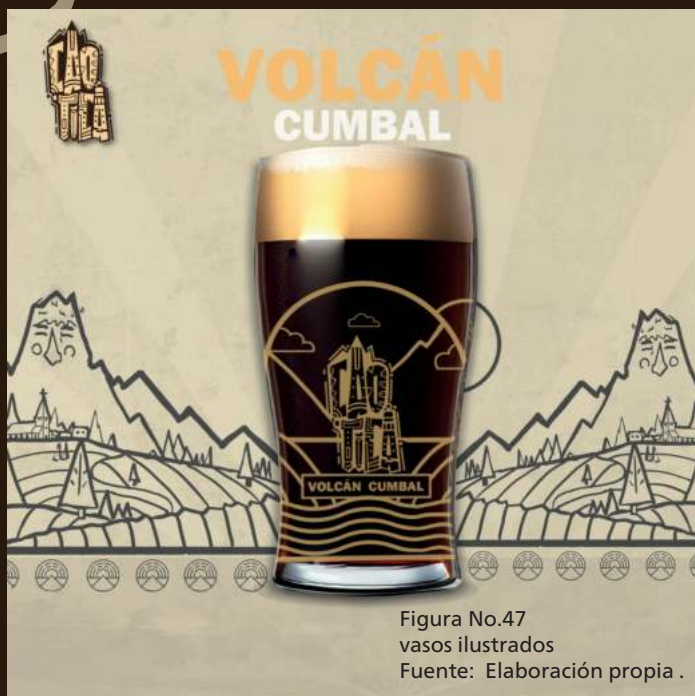


Figura No.45
vasos ilustrados
Fuente: Elaboración propia .



Evaluar los resultados

En la etapa final, se realizaron diferentes tipos de testeo con el fin de conocer los resultados más óptimos para los usuarios cerveceros. Esperando con lo anterior que el desempeño de la experiencia de usuario sobre la marca "caótica" sea lo mejor.

Por consiguiente, se espera que los consumidores finales tengan una experiencia más cercana y grata con la cerveza caótica, logrando con ello tener más consumidores y fidelizar los antiguos clientes.



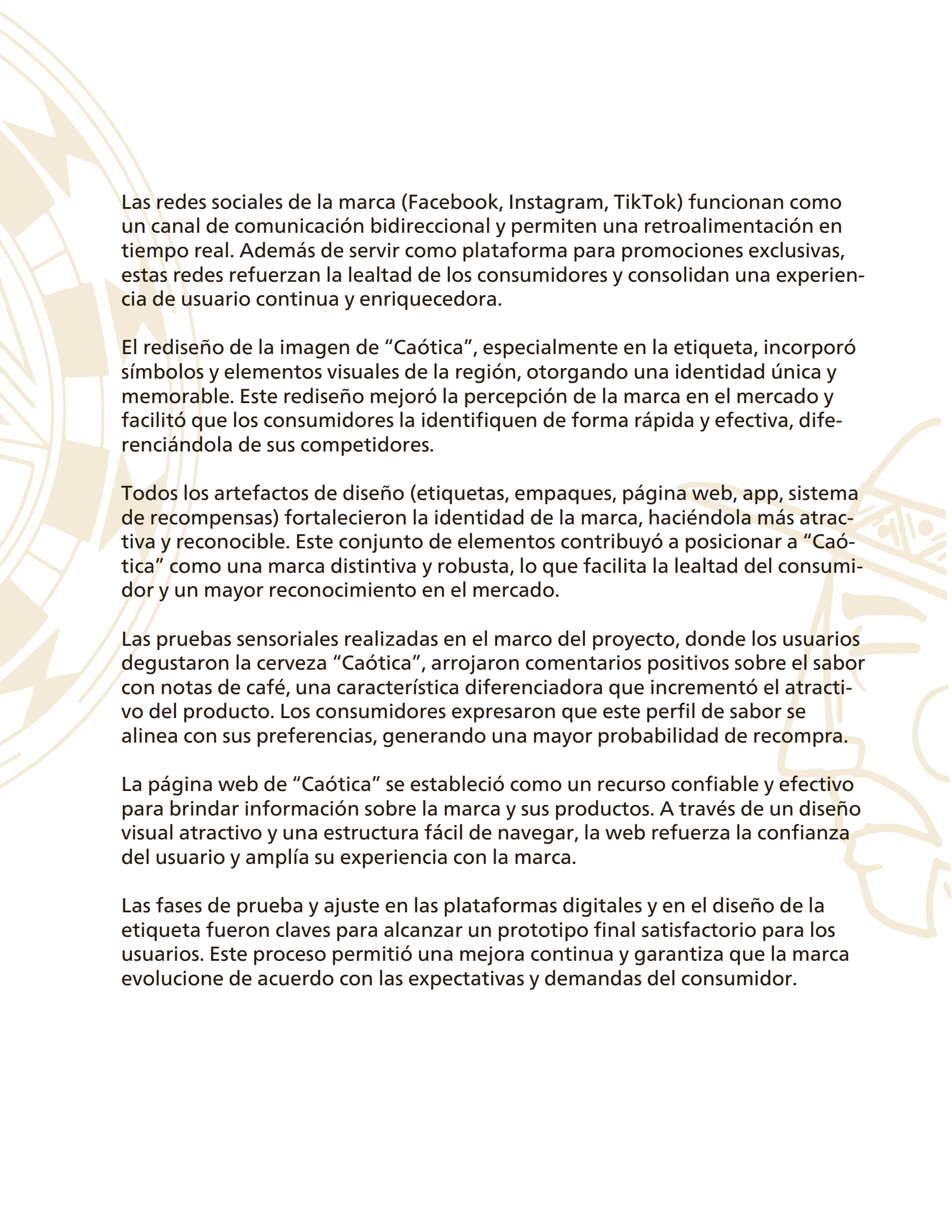
Figura No.49
testeo
Fuente: Elaboración propia .



Testeos de Experiencia

La implementación de un enfoque de experiencia de usuario en la marca cervecera "Caótica" ha sido exitosa. Las pruebas y encuestas realizadas muestran que el rediseño de la marca, así como las plataformas digitales (página web y aplicación móvil), mejoraron la interacción y satisfacción de los usuarios. Estas plataformas resultaron intuitivas y atractivas, facilitando la navegación y fomentando una conexión más cercana con la marca.

Los usuarios valoraron el sistema de recompensas, que permite el canje de puntos por productos exclusivos, como la edición limitada de vasos con ilustraciones de lugares icónicos de Cumbal, Nariño. Esta estrategia de personalización aumentó el sentido de pertenencia de los consumidores hacia "Caótica" y contribuyó a la fidelización de los clientes.



Las redes sociales de la marca (Facebook, Instagram, TikTok) funcionan como un canal de comunicación bidireccional y permiten una retroalimentación en tiempo real. Además de servir como plataforma para promociones exclusivas, estas redes refuerzan la lealtad de los consumidores y consolidan una experiencia de usuario continua y enriquecedora.

El rediseño de la imagen de “Caótica”, especialmente en la etiqueta, incorporó símbolos y elementos visuales de la región, otorgando una identidad única y memorable. Este rediseño mejoró la percepción de la marca en el mercado y facilitó que los consumidores la identifiquen de forma rápida y efectiva, diferenciándola de sus competidores.

Todos los artefactos de diseño (etiquetas, empaques, página web, app, sistema de recompensas) fortalecieron la identidad de la marca, haciéndola más atractiva y reconocible. Este conjunto de elementos contribuyó a posicionar a “Caótica” como una marca distintiva y robusta, lo que facilita la lealtad del consumidor y un mayor reconocimiento en el mercado.

Las pruebas sensoriales realizadas en el marco del proyecto, donde los usuarios degustaron la cerveza “Caótica”, arrojaron comentarios positivos sobre el sabor con notas de café, una característica diferenciadora que incrementó el atractivo del producto. Los consumidores expresaron que este perfil de sabor se alinea con sus preferencias, generando una mayor probabilidad de recompra.

La página web de “Caótica” se estableció como un recurso confiable y efectivo para brindar información sobre la marca y sus productos. A través de un diseño visual atractivo y una estructura fácil de navegar, la web refuerza la confianza del usuario y amplía su experiencia con la marca.

Las fases de prueba y ajuste en las plataformas digitales y en el diseño de la etiqueta fueron claves para alcanzar un prototipo final satisfactorio para los usuarios. Este proceso permitió una mejora continua y garantiza que la marca evolucione de acuerdo con las expectativas y demandas del consumidor.

CONCLUSIONES

En el presente proyecto de investigación, se concluye que la experiencia de usuario con la marca cervecera “caótica” ha sido positiva, pues las encuestas reflejan que la experiencia de usuario sobre el producto y el manejo de las diferentes plataformas digitales (página web, app), reflejó que para ellos esas aplicaciones eran llamativas y fáciles de manejar, siendo una herramienta para una mejor interacción. Aunado a ello, los usuarios encontraron grato las recompensas que obtienen por ser fieles clientes a la marca y su consumo, ya que pudieron canjear puntos por productos como la edición limitada de tres vasos, que reflejaban lugares emblemáticos de su tierra de origen (Cumbal, Nariño), siendo altamente acogidos.

En segunda medida, se llegó a la conclusión de que las redes sociales de la marca “caótica” sirven de hilo conector para impulsar la experiencia de usuario UX. Las plataformas como facebook, instagram, tik tok, no solo sirven para interactuar con la marca sino también tienen la función de generar una retroalimentación en tiempo real de las promociones ofertadas. Generando con lo anterior, una conexión más fuerte con los usuarios cerveceros.

Se concluye que el rediseño que se realizó a la marca cervecera “caótica”, generó gran impacto en el público consumidor de este producto, del cual se pudo desprender el modelo de la etiqueta, siendo uno los principales cambios, ya que incorporó elementos claves para la marca (símbolos, lugares representativos y personajes), esto pensado de manera estratégica. Todos los artefactos de diseño que se desprendieron de la marca hacen que se visualice más robusta y memorable, impulsando que los consumidores la puedan distinguir, logrando con ello consolidar su identidad.

REFERENCIAS

- 3 cordilleras. (n.d.). *Quienes somos*. <https://3cordilleras.com/quienes-somos/> Alcaldía Municipal de Cumbal Nariño. (2017). *Nuestro municipio*. GOV.Co.
<http://www.cumbal-narino.gov.co/municipio/nuestro-municipio> Alvarado, L. G. (2008). *Paradigmas socio-criticos*.
- Barreto, D., Vidal, D., Romero, C., & Romero, J. (2019). *Barreras legales de entrada al mercado para las micro cervecerías artesanales* (Vol. 126, Issue 1) [Investigación]. Universidad Cooperativa de Colombia.
- Bastidas, G. P., Daniel, H., Mitis, T., Fernando, E., & Rosero, M. (2019). *Recabando identidad cultural del resguardo del Gran Cumbal entre mingas e historia oral Recabando Identidad Cultural del Resguardo del Gran Cumbal entre Mingas e Historia Oral con estudiantes del Grado Sexto de la Institución Educativa Colegio Agroecológico Sagrado Corazón de Jesús*.
- Bolívar, J. (2014). *Cumbal es turismo y cultura*.
<https://laculturayelturismoencumbal.wordpress.com/>.
- Buenaventura Tapie, G., Bolívar, J., Erazo, B., & Isaza De Gil, G. (2016). *Plumilla Educativa*. Cervecería Bruder. (n.d.-a). *El origen de la cerveza en Colombia*.
<https://www.bruder.com.co/elorigen-de-la-cerveza-en-colombia/>
- Cervecería Bruder. (n.d.-b). *¿Por qué la cerveza artesanal es mejor que la cerveza industrial?*
<https://www.bruder.com.co/por-que-la-cerveza-artesanal-es-mejor-que-la-cerveza-industrial/>
- Cerveceros de México. (2021). *La parte más importante de la cultura cervecera*.
<https://cervecerosdemexico.com/2021/06/16/la-parte-mas-importante-de-laculturacervecera-esla-moderacion/>
- Cerveza Gredos. (2014). *Cerveza artesana vs cerveza industrial*. Cerveza Artesana.
<https://www.cervezagredos.com/cerveza-artesana-vs-cerveza-industrial/> Constitución Política de Colombia, Pub. L. No. 38, 8 55 (1991).
Ley 223, 1995 1 (1995).
- Córdoba, C. (2013). *La experiencia de usuario de la utilidad al afecto*.
- Córdoba, G. (2021). *Lo más valioso de la cultura cervecera, son los lazos de familia y amistad que se construyen alrededor*. <https://godoycordoba.com/lo-mas-valioso-de-laculturacervecera-son-los-lazos-de-familia-y-amistad-que-se-construyen-alrededor/>
- CorpoNariño. (2006). *Plan de Acción en Biodiversidad*.

- Costa, J. (2021). El Cambio De Paradigma. In *La ruralidad que viene y lo urbano* (pp. 25–48).
<https://doi.org/10.2307/j.ctv269fvz9.5>
- Danais, R. (n.d.). *La industria cervecera en Colombia*.
<https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-260/laindustria-cervequera-en-colombia>
- De Mesones, B. (2018). Proceso de elaboración básico y simplificado. *Los Cervecistas*.
[https://birrapedia.com/img/source/bier/Manual de elaboracion para maestros cerveceros.pdf%0Ahttp://www.cerveceria.info](https://birrapedia.com/img/source/bier/Manual%20de%20elaboracion%20para%20maestros%20cerveceros.pdf%0Ahttp://www.cerveceria.info)
- Dueñas, V., & Murillo, P. (2018). *Formato de elaboración de documento para la institucionalización o resignificación de las líneas de investigación* (p. 3,4).
- El Colombiano. (2017, April 21). *El placer en la variedad cervecera: conozca más allá de lo tradicional*. 1. <https://www.elcolombiano.com/tendencias/cerveza-artesanal-estilosaboresymaridaje-IY6357864>
- Florez, B. (2015). *Guía para diseñar una marca* (S. L. Editorial UOC, Ed.; 1st ed.). 2015.
- Granada, O. (2007). *Hacia una semiótica del textil artesanal*.
- Hernandez, V. (2019). *Cultura cervecera en Colombia*.
<https://artecerveza8.wixsite.com/misitio/post/cultura-cervequera-en-colombia>
- Lejano, J. (n.d.). *Universidad Nacional de La Plata Facultad de Bellas Artes Taller de Diseño Multimedial 5 Tesina de Grado*.
- Lopez, O. (2020). *Arquitectura de la Información UX*.
<https://Formiux.Com/ArquitecturadeLaInformacion-Que-Es/>.
- Mahou. (n.d.). *Historia de la cerveza*. <https://www.mahou-sanmiguel.com/es-es/culturacervequera>
- Maya, A., & Augusto, C. (1995). *La fragilidad ambiental de la cultura*.
https://www.augustoangelmaya.org/statics/images/obra/fragilidad_ambiental_de_la_cultura.pdf
- Ministerio de salud y protección social. (2013). Estrategia nacional de respuesta integral frente al consumo de alcohol en Colombia. In *Plan para el desarrollo*.
- Decreto 162, Pub. L. No. 162, 755 7 (2021).
- Montero, H. (2018). *Experiencia de Usuario: Conceptos Fundamentales*. 2018.
- Montero, Y. (2015). *Experiencia de Usuario: Principios y Métodos*.

www.yusef.esTodoslosderechosreservados,2015EstelibrohasidoescritousandoCalmlyWriter

Montseny. (2019). *Las 7 diferencias entre la cerveza artesanal y la industrial*.
<https://cervesamontseny.cat/es/las-7-diferencias-entre-la-cerveza-artesana-y-la-industrial/>

Muñoz, O., & Carreras, O. (2018). *Accesibilidad Web : WCAG 2.1 de forma sencilla*.

Norman, D. (2004). *Diseño Emocional_Donald_Norman*. Osuna, M. C. (2015). *EXPERIENCIA DE USUARIO (UX)*. <https://wildwildweb.es/es/blog/brevehistoria-del-ux> Plano, R.

(2012). *Historia de la cerveza en Colombia*.
<https://www.historiacocina.com/es/cerveza-colombia>

Prodiseño. (2006). *Diseño en colombia* (I. del Diseño, Ed.; 2nd ed.).

Radio, C. (2022). *El 20% del recaudo de rentas en Nariño corresponde a cerveza*.

Roman, A. (2019). *Identidad Cultural del Pueblo Indígena Pasto y su Relación con la Sostenibilidad del Territori*. 45(45), 95–98. <http://docplayer.es/224700649-Tituloidentidadcultural-del-pueblo-indigena-pasto-y-su-relacion-con-la-sostenibilidaddelterritorioresumen.html>

Rosero, D. (2013). *AgriculturaAndinaTradicional*.
<file:///D:/Nueva%20carpeta/bibliografia%20tesis/AgriculturaAndinaTradicional.pdf>

Sheldon, K. M., Elliot, A. J., Kim, Y., & Kasser, T. (2001). 10 necesidades psicológicas. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(2), 325–339.
<https://doi.org/10.1037//O0223514.80.2.325>

Régimen común sobre propiedad industrial, Pub. L. No. Decisión 486. universidad de Nariño. (2009). *UDENAR CESUN CUMBAL*.

Valenzuela, A. (2019). *Identidad Cultural del Pueblo Indígena Pasto*. 3, 1–9.
<https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/4356/Artículo principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zenteno Brun, H. (2009). *Acercamiento a la visión cósmica del mundo Andino An approach to the cosmic vision of the andean world*.

ANEXOS



Anexo 1

manual de marca



INTRODUCCIÓN

Desde el año 2021 iniciamos la fabricación de cerveza artesanal, para lo cual construimos una micro planta de cerveza con capacidad para fabricar 40 litros de cerveza por lote.

Nuestra cerveza tipo Porter de origen inglés se caracteriza por su color negro, junta diferentes ingredientes de muy altos estándares de calidad creando una deliciosa bebida con un amargor agradable y un ligero sabor a chocolate y café.



1

VARIANTES

Aquí se muestra el isologo en los siguientes comportamientos: Color, Positivo, Negativo, Escala de grises.



Color



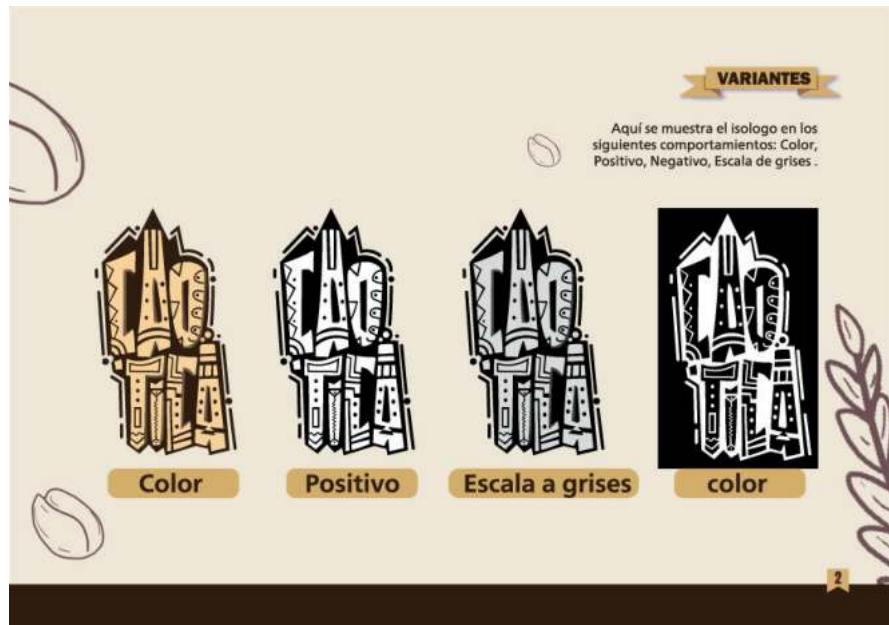
Positivo



Escala a grises



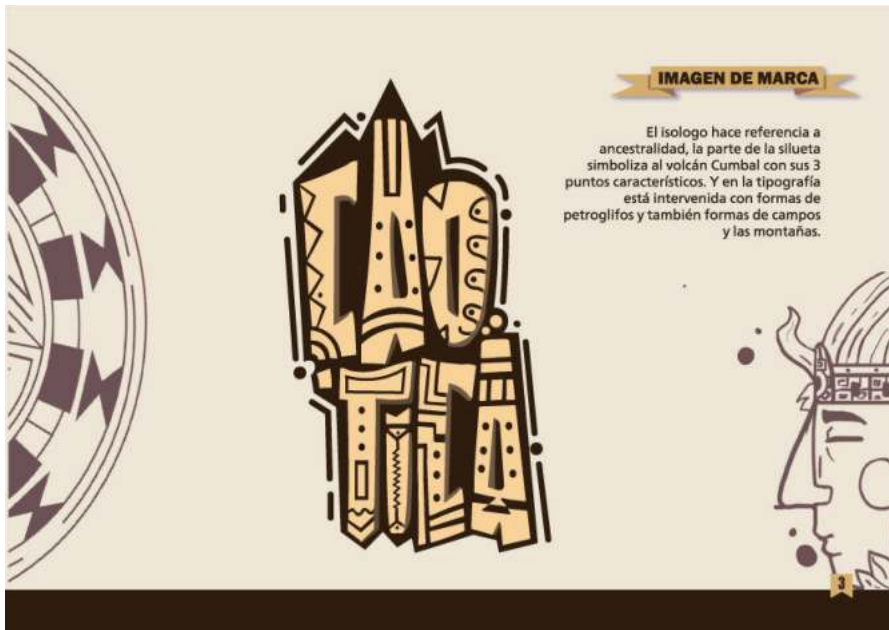
color



2

IMAGEN DE MARCA

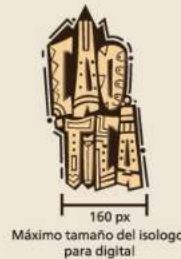
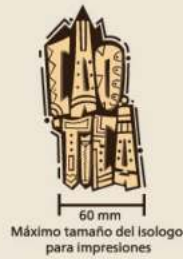
El isologo hace referencia a ancestralidad, la parte de la silueta simboliza al volcán Cumbal con sus 3 puntos característicos. Y en la tipografía está intervenida con formas de petroglifos y también formas de campos y las montañas.



3

TAMAÑOS REPRODUCCIÓN

De los tamaños máximos ilimitados, se determinan tamaños mínimos de impresión y digital.

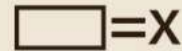


4

PLANO TÉCNICO

El logotipo se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor X.

El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



5

DESCOMPOSICIÓN DEL COLOR

Los colores son un elemento importante para identificar y personalizar la apariencia visual. El uso de estos colores debe mantenerse constante tanto como sea posible.



#362316
CMYK
52%, 67%, 74%, 78%



#FAD8A1
CMYK
52%, 67%, 74%, 78%



#7C6146
CMYK
52%, 67%, 74%, 78%

6



Anexo 2

Entrevista

Nombre: Hector Amador
Maestro cervecero

Entrevistador: Hola, tengo entendido que eres el maestro cervecero y dueño de la cervecería artesanal llamada Leghada. ¿Podrías contarnos un poco sobre cómo empezaste a elaborar cerveza?

Maestro cervecero: Sí, por supuesto. Todo empezó como un hobby en casa. Me gustaba experimentar con diferentes ingredientes y ver cómo afectaban al sabor de la cerveza. Con el tiempo, lo fui perfeccionando y decidí convertirlo en mi profesión.

Entrevistador: ¿Qué hace que la cerveza Leghada sea única?

Maestro cervecero: Creo que la clave está en la calidad de los ingredientes que utilizamos y en el proceso de elaboración artesanal que llevamos a cabo. Cada cerveza que hacemos es cuidadosamente elaborada y embotellada a mano. También nos aseguramos de que nuestros ingredientes sean locales y orgánicos cuando es posible.

Entrevistador: ¿Cuáles son tus cervezas favoritas del portafolio de Leghada?

Maestro cervecero: Es difícil elegir, pero diría que la IPA es una de mis favoritas. Tiene un sabor intenso a lúpulo que me encanta. También me gusta mucho nuestra cerveza de trigo, que es perfecta para el verano.

Entrevistador: ¿Cómo ves el futuro de la cerveza artesanal en el mercado?

Maestro cervecero: Creo que hay un gran potencial para la cerveza artesanal en el mercado. Cada vez hay más gente que valora la calidad y el sabor de una buena cerveza, y están dispuestos a pagar un poco más por ello. Además, la cerveza artesanal tiene una historia y una personalidad únicas que la hacen muy atractiva.

Entrevistador: Por último, ¿tienes algún consejo para aquellos que quieran empezar su propio negocio de cerveza artesanal?

Maestro cervecero: Mi consejo sería que hagan lo que les apasiona y que no teman experimentar con diferentes ingredientes y procesos. También es importante tener paciencia y perseverancia, ya que el proceso de elaboración de la cerveza artesanal es mucho más laborioso que el de una cerveza comercial. Pero si se hace con amor y dedicación, los resultados valen la pena.

Entrevista personas de cumbal

Entrevista 1: Doña Elvia – Artesana de tejidos tradicionales

Entrevistador: Buenas tardes, doña Elvia. Usted que lleva tantos años en Cumbal y ha conservado las tradiciones... ¿qué piensa de la cerveza que se consume por aquí?

Elvia: Ay mijo, pues la verdad, aquí la gente toma bastante cerveza. Sobre todo los fines de semana o en las fiestas patronales. A veces uno se toma una con la familia o en el mercado, pero todas son esas que vienen de otras partes, ¿no?

Entrevistador: Claro. Y si existiera una cerveza artesanal, hecha aquí mismo en Cumbal, con símbolos nuestros, ¿usted la probaría?

Elvia: Pues mire que sí. Yo siempre he pensado que lo nuestro también puede ser bueno, hasta mejor. Imagínese una cerveza que tenga en la etiqueta nuestros volcanes, nuestros tejidos, la laguna de la Cocha... eso sería bonito. Y que el sabor tenga algo distinto, como con maíz o plantas que usamos por acá.

Entrevistador: ¿Y qué elementos de la simbología de Cumbal le gustaría que llevara?

Elvia: El taita Cumbal, sin duda. Es el espíritu de nuestro territorio. También los colores que usamos en las ruanas, el rojo y el negro, los tejidos de las mochilas, y hasta una palabra en quechua o pasto.

Entrevistador: ¿Usted cree que la gente de aquí apoyaría algo así?

Elvia: Yo creo que sí, sobre todo los jóvenes. Y si uno sabe que es de acá, que da trabajo a nuestra gente y respeta la cultura... pues uno lo apoya.

Entrevista 2: Andrés – Joven campesino y músico aficionado

Entrevistador: Andrés, ¿usted toma cerveza?

Andrés: Pues sí, la verdad me gusta. Cuando uno se junta con los amigos a tocar música, una cerveza siempre cae bien.

Entrevistador: ¿Le interesaría probar una cerveza artesanal hecha en Cumbal?

Andrés: ¡Sería una chimba! Yo siempre he pensado que todo lo que hacemos acá tiene un sabor distinto. Sería bacano tomar una cerveza que represente lo que somos, no solo tomar lo que viene de afuera.

Entrevistador: ¿Y cómo se imaginaría esa cerveza?

Andrés: Con una etiqueta que tenga el volcán Cumbal o la laguna. Que tenga nombres en lengua ancestral, o en honor a leyendas de por aquí. Y que el sabor sea único, con ingredientes que se cultivan en esta tierra. De pronto algo que huela a páramo, no sé si me entienden.

Entrevistador: Totalmente. ¿Y en qué espacios cree que se podría vender o compartir?

Andrés: En los festivales culturales, en los mercados, en los conciertos de música andina. Hasta podríamos tocar y promocionarla juntos. Sería como tomarse un pedazo de Cumbal.

Entrevista 3: Don Hermel – Comerciante de Cumbal Centro

Entrevistador: Don Hermel, usted que vende productos en la plaza, ¿cómo ve el consumo de cerveza en la región?

Hermel: Pues es algo común, la verdad. A la gente le gusta compartir una cerveza en las tardes o cuando vienen de trabajar. Yo vendo también y sé qué marcas se mueven.

Entrevistador: ¿Y cree que una cerveza artesanal hecha aquí mismo funcionaría?

Hermel: Mmmm... tendría que ser bien hecha. La gente al principio duda, pero si uno les dice que es de Cumbal, que apoya al pueblo, ahí cambia. A muchos les gustaría. Pero tiene que saber bien, tener presentación bonita, algo que diga "esto es nuestro".

Entrevistador: ¿Qué elementos simbólicos pondría usted en esa cerveza?

Hermel: Yo pondría el escudo del pueblo, las montañas que nos rodean. De pronto una frase en idioma nativo, o una imagen de los taitas. Y que el color del diseño recuerde los telares tradicionales.

Entrevistador: ¿Y la vendería en su negocio?

Hermel: Claro, si es legal y buena, yo le doy espacio. Sería un orgullo tener algo así entre lo que ofrezco.

Entrevista 4: Laura – Estudiante universitaria, activista cultural

Entrevistador: Laura, ¿tú crees que una cerveza artesanal con estética y símbolos de Cumbal podría ser bien recibida?

Laura: ¡Sí! Estoy convencida. Estamos en un momento donde muchos jóvenes estamos buscando reconectarnos con nuestras raíces. Imagínate una cerveza que no solo sepa bien, sino que tenga un mensaje. Que recupere saberes ancestrales, nombres originarios, que honre a nuestros abuelos.

Entrevistador: ¿Cómo sería esa estética que te imaginas?

Laura: Minimalista, pero poderosa. Con trazos inspirados en los tejidos tradicionales, siluetas del volcán, colores tierra. Y que cuente una historia. Cada botella podría tener un mito o una leyenda. Como una conexión con el territorio.

Entrevistador: ¿Y qué piensas del consumo responsable en ese contexto?

Laura: Fundamental. Si se hace una cerveza así, también tiene que haber un enfoque educativo. Que no sea solo vender, sino generar identidad, conciencia, respeto por el entorno.

Entrevista 5: Gabriel – Agricultor de papas

Entrevistador: Gabriel, usted que trabaja en el campo... ¿qué opina de la cerveza artesanal?

Gabriel: La verdad no he tomado mucho de esas, solo las comerciales. Pero me han dicho que las artesanales saben mejor, y uno apoya a los suyos.

Entrevistador: ¿Qué pensaría si hicieran una cerveza aquí en Cumbal, con símbolos de la cultura?

Gabriel: Eso sería lindo. Uno trabaja esta tierra y se siente orgulloso. Si sacaran una cerveza con nuestra historia, nuestros símbolos... yo sería el primero en probarla. Sería como brindar con el alma del territorio.

Entrevistador: ¿Qué ingredientes del territorio podrían usarse?

Gabriel: Hay papas nativas, hay cebada que crece aquí, hasta plantas como la guayusa o el mortiño. Que tenga un sabor del páramo, algo único, algo que solo se da aquí.

Entrevistador: ¿Y cree que la comunidad la adoptaría?

Gabriel: Al principio cuesta, pero si uno ve que es de verdad local, que genera empleo, que representa... ahí la gente se mete. Solo falta que alguien se anime a hacerlo.

Entrevista 2

Nombre: Ricardo Plano
Coleccionista de etiquetas

Entrevistador: Buenas tardes, ¿cómo te llamas y cuánto tiempo llevas coleccionando etiquetas de cerveza?

Coleccionista: Hola, mi nombre es Ricardo y llevo más de 15 años coleccionando etiquetas de cerveza.

Entrevistador: ¡Vaya, eso es impresionante! ¿Cómo comenzó tu interés por coleccionar estas etiquetas?

Coleccionista: Empecé a coleccionar etiquetas de cerveza cuando trabajaba en una cervecería local en Colombia. Me encantaba ver el diseño y la creatividad de cada etiqueta, así que empecé a guardarlas.

Entrevistador: Interesante, ¿cuántas etiquetas tienes actualmente en tu colección?

Coleccionista: Actualmente tengo más de 2.000 etiquetas de cerveza colombianas en mi colección.

Entrevistador: Wow, eso es una gran cantidad. ¿Tienes algunos favoritos?

Coleccionista: Sí, hay algunas etiquetas que son mis favoritas por su diseño y su historia. Una de ellas es la etiqueta de la cerveza Club Colombia Roja, que es una de las cervezas más populares en Colombia. También tengo una etiqueta de la cerveza BBC de Bogotá, que fue una de las primeras cervecerías artesanales en el país.

Entrevistador: Definitivamente son dos opciones interesantes. ¿Has tenido alguna experiencia emocionante relacionada con tu colección?

Coleccionista: Sí, una vez tuve la oportunidad de conocer al fundador de la cervecería BBC en una feria de cerveza en Bogotá. Fue emocionante conocer al hombre detrás de una de las marcas que tanto admiro y tener la oportunidad de intercambiar algunas etiquetas de cerveza con él.

Entrevistador: Es genial que hayas podido conocer a uno de tus ídolos en la industria cervecera. ¿Cuáles son tus planes futuros para tu colección?

Coleccionista: Mi objetivo es seguir ampliando mi colección con etiquetas de cerveza cada vez más raras e interesantes. También me gustaría algún día tener mi propia exhibición en línea para compartir mi colección con otros coleccionistas y aficionados a la cerveza.

Entrevistador: Suena increíble, definitivamente estaré atento para ver tu exposición en línea en un futuro cercano. Gracias por compartir tu historia y por permitirnos conocer tu fascinante colección de etiquetas de cerveza colombianas.

Coleccionista: ¡Gracias a ti por la entrevista!

Anexo 3

Taller scamper



S

Sustituir

-Sustituir la tipografía por una tipografía mejor tanto de la web y app.

A

Adaptar

- Adaptar una estrategia de marketing.

E

Eliminar

-La saturación de elementos app y web.



Fernanda Arévalo Carlos Jiménez

Diseñadores gráficos



S

Sustituir

- Sustituir la tipografía por una tipografía mejor tanto de la web y app.

C

Combinar

- Hacer promoción de la colección de vasos en el empaque del 4 pack de cervezas.

A

Adaptar

- Darle más importancia a la mascota corporativa.
- En la app se pueden adaptar botones más intuitivos.

E

Eliminar

- En el packaging se podría eliminar la parte superior y hacerla más pequeña.



Leonardo Bastidas

Comunicador social

- La tipografía de la caja de texto por fuente mas acorde a la temática.
- La distribución de la información de la empresa en la app y sintetizar.

- Ordenar de mejor manera los panes en página web.

- Combinar las diferentes festividades de nariño para crear una cerveza de edición limitada.

- Sintetizar el panel de información de cultura cerveza.

- Adaptar de mejor manera la apropiamiento de la cultura de Cumbal que se vea mejor de mejor manera de representar

- Más ediciones de cervezas con diferentes temáticas de festividades nariñenses y elementos culturales y simbólicos.
- Un foro en donde los usuarios pueden compartir sus experiencias y fotos de Cumbal.

- Mejorar el empaque del cuatro pack la agarradera.
- Mejorar el nivel de información tanto de la página web como de app
- Más ediciones de cervezas con diferentes temáticas de festividades nariñenses y elementos culturales y simbólicos.

M

Modificar

- Mejorar el empaque del cuatro pack la agarradera.
- Mejorar el nivel de información tanto de la página web como de app

R

Reordenar

- Ordenar de mejor manera los panes en página web.



Santiago Calle

Estudiante de psicología

-Sustituir los colores de la marca o unos colores mucho más vibrantes.

-Se podrían reorganizar lo que son los apartados de las curiosidades y quiénes somos de una manera mucho más intuitiva y que las personas puedan conocer acerca de estos apartados

-Eliminar los elementos ornamentales en la página web.

-Que en la página web se pueda comprar el productos Referente hacia la marca.



-modificar de mejor manera los patrones expuestos en el empaque de la cerveza.

-adaptar de mejor manera los patrones expuestos en el empaque de la cerveza.

-Mejorar la ubicación en donde se ubicará el código para los puntos de la aplicación.

-Modificar el apartado de curiosidad ya que estan compactados.

C

Combinar

-modificar de mejor manera los patrones expuestos en el empaque de la cerveza.

M

Modificar

Mejorar la ubicación en donde se ubicará el código para los puntos de la aplicación.
-Modificar el apartado de curiosidad ya que estan compactados.

R

Reordenar

-Se podrían reorganizar lo que son los apartados de las curiosidades y quiénes somos de una manera mucho más intuitiva y que las personas puedan conocer acerca de estos apartados

Anexo 4

Testeos de Experiencia

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfQKqceBxomPe7CPZ6JMcmRHVubdIFtwQFB_BEnfN4i32BN8w/viewform?usp=sf_link

¿Qué opinas de la nueva imagen de Caótica?

6 respuestas



¿Te parece llamativa la página web?

6 respuestas



¿Te resultó fácil encontrar el código de puntos?

6 respuestas



¿Cómo calificarías la facilidad de navegación en la página web?

6 respuestas



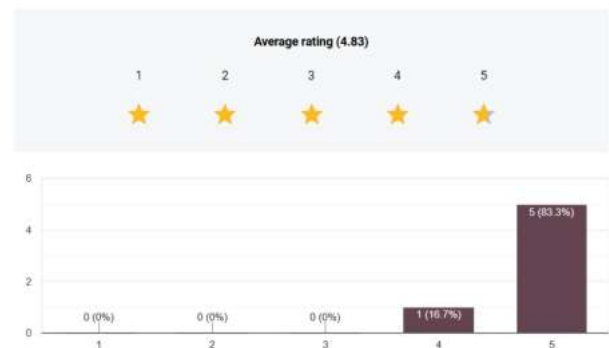
¿Fue sencillo encontrar el enlace de descarga de la app?

6 respuestas



¿Te llamó la atención la promoción del vaso?

6 respuestas



¿Qué opinas de la interfaz de la app?

6 respuestas



¿Te parece intuitiva la app?

6 respuestas



¿Descargarías la app para obtener promociones y conocer más sobre Caótica?

6 respuestas



¿Consideras que el sistema de puntos es fácil de obtener y canjear?

6 respuestas



¿Compraría productos de Caótica para obtener recompensas?

6 respuestas



¿Qué opinas de los premios que ofrece Caótica?

6 respuestas

Me parecieron interesantes ya que pude observar el producto de mi tierra con un premio que me llama mucho la atención que son los vasos de esta marca

Están guapos, muy llamativos, especialmente la recompensa de los vasos, me parece que vale mucho la pena

muy buenos

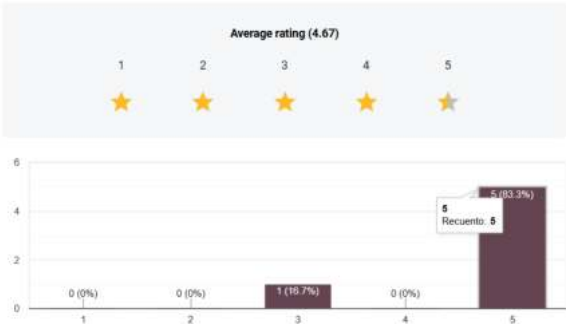
Me parece una propuesta muy interesante llena de novedad y elementos nuevos que pueden interesar al público y llamar la atención a partir de premios que captan la intensidad de la marca y motivan al comprador a reconocer las ventajas de obtener esta cerveza. Excelente

Es una idea bastante creativa, e incentiva en muchos aspectos a querer adquirir los productos de caótica para obtener esas magnificas recompensas

Bueno

¿Qué te parece la idea de poder reclamar una cerveza gratis con tus puntos?

6 respuestas



 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032 VERSIÓN: 1 FECHA: 09/JUN/2022
---	---	---

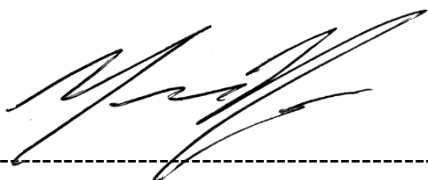
San Juan de Pasto, mayo 26 de 2025

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA DE USUARIO QUE PERMITA GENERAR UN VINCULO EMOCIONAL ENTRE EL PRODUCTO Y EL USUARIO DE LA CERVEZA CAÓTICA EN CUMBAL NARIÑO_ presentado por el autor(es) ____Jhon Sebastian Castro Guerrero el Programa Académico Diseño gráfico al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,



EDWARD MAURICIO MONTENEGRO CORDOBA
c.c. 13072028
Programa de Diseño Gráfico
Cel 3150647637
emmontenegro@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 26/MAY/2025

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Jhon Sebastian Castro Guerrero	Documento de identidad: 1085946502
Correo electrónico: jhoncastrog21@gmail.com	Número de contacto: 3184732773
Nombres y apellidos del asesor: Edward Mauricio Montenegro Cordoba	Documento de identidad: 13072028
Correo electrónico: emmontenegro@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3150647637
Título del trabajo de grado: DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA DE USUARIO QUE PERMITA GENERAR UN VÍNCULO EMOCIONAL ENTRE EL PRODUCTO Y EL USUARIO DE LA CERVEZA CAÓTICA EN CUMBAL NARIÑO	
Facultad y Programa Académico: FACULTAD DE ARQUITECTURA Y BELLAS ARTES PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve (mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje (mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.
- Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 26/MAY/2025

- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndose indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

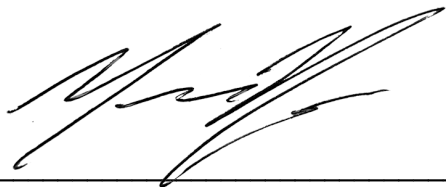
- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 26 días del mes de Mayo del año 2025


Nombre del autor: Jhon Sebastian Castro Guerrero

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 26/MAY/2025

Nombre del autor:



Nombre del asesor: MAURICIO MONTENEGRO CORDOBA