

Hanti raíces resilientes: emprendimiento creativo

Laura Melissa Celis Grueso

Programa de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura y Bellas Artes
Universidad CESMAG

Nota del autor

El presente Trabajo de Grado tiene como propósito cumplir el requisito exigido para optar al título de pregrado como diseñadora gráfica en la Universidad CESMAG.

La correspondencia referente a este trabajo debe dirigirse al Programa de Diseño gráfico de la Universidad CESMAG. Correo electrónico: disenografico@unicesmag.edu.co

Hanti raíces resilientes: emprendimiento creativo

Laura Melissa Celis Grueso

Programa de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura y Bellas Artes
Universidad CESMAG

Asesor: Dd. Camilo Andrés Varona Guerrero

14 de noviembre 2025



Hant

RAÍCES RESILIENTES

2025

NOTA DE RESPONSABILIDAD

El pensamiento que se
expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de su autor y
no compromete la ideología de la Universidad CESMAG.





Hant

RAÍCES RESILIENTES

2025

NOTA DE RESPONSABILIDAD

El pensamiento que se
expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de su autor y
no compromete la ideología de la Universidad CESMAG.



Resumen

La artesanía es una forma de expresión cultural que a través de un producto cuenta cultura, historias, saberes ancestrales e identidad, además contiene la narrativa que corresponde a la identidad cultural que puede ser de un pueblo, persona y nación o simplemente contar saberes que tiene una persona, quiere decir la artesanía como narrativa de identidad cultural y este es el objeto de estudio.

Las piezas artesanales son objetos tradicionales que se fabrican a mano y que reflejan la diversidad cultural del país. No son simplemente como un elemento decorativo, sino que es necesario entender la riqueza cultural que tiene, el mensaje que se quiere transmitir a través de un producto, por eso la importancia de reivindicar la función que cumplen las artesanías, justamente lo que busca el proyecto es poner de manifiesto la reivindicación del trabajo artesanal como narrativa de identidad cultural.

Palabras clave: Artesanías, narrativa, identidad cultural, técnicas.



Abstract

Crafts are a form of cultural expression that, through a product, conveys culture, stories, ancestral knowledge, and identity. They also contain the narrative that corresponds to the cultural identity, which can be that of a people, person, or nation, or simply the knowledge held by a person. Crafts are a narrative of cultural identity, and this is the object of study. Handcrafted pieces are traditional objects that are handmade and reflect the cultural diversity of the country. They are not simply decorative elements; rather, it is necessary to understand their cultural richness and the message that is intended to be conveyed through a product. Hence the importance of vindicating the function that handcrafts serve. This project seeks to highlight the vindication of artisanal work as a narrative of cultural identity.

Keywords: Crafts, narrative, cultural identity, techniques.



Agradecimientos

Cada proyecto nace de una semilla, pero florece gracias a los vientos, las aguas y las manos que lo rodean. Esta obra no sería posible sin la guía, el amor y el acompañamiento de quienes han sido raíz y sustento a lo largo del camino.

A Dios, fuente de luz y esperanza, por sostener cada paso con fe y propósito.

A los padres, quienes con su apoyo incondicional y su creencia firme en los sueños, han sido el pilar desde donde todo se construye.

Al docente Camilo Varona, por su entrega, paciencia y dedicación constante como asesor. Su guía permitió que este proyecto encontrara rumbo, sentido y profundidad.

A Katherin Celis, hermana y compañera en este recorrido, por su apoyo en la revisión, organización y participación activa en las distintas fases del proyecto.

A Yalecy Grueso, tía y diseñadora de modas, por su generosidad y compromiso, aportando su mirada creativa y profesional al desarrollo de esta propuesta.

A Ibonne Carlosama por su talento y arte al capturar la esencia de cada una de las personas y piezas en cada fotografía.

A cada uno, gracias por entretener con su presencia y entrega este proyecto que hoy florece como símbolo de identidad, memoria y gratitud.



CONTENIDO

- a.Lista de figuras 15
- b.Lista de fotografías 15

- Descripción del emprendimiento 16
- Explicación consumer trend canvas 17
- Identidad del emprendimiento 18
- Consumer trend canvas 19
- Propuesta de valor 20
- Lienzo propuesta de valor 21
- Infografía modelo de negocio 22
- Lienzo canvas 23
- Objetivos: general y específicos 24
- Investigación de mercados y/o clientes 25
- Mapa de empatía 27
- Explicación mapa de empatía 28
- Plan de negocios 29
- Estrategia de las 4ps 30

2

Página 31

Línea de investigación	31
Metodología	32
Infografía metodología	33-34
Equipo interdisciplinar	35
Mercado análisis de la competencia	36
Análisis DOFA	37
Microentorno y Macroentorno	38
Aproximación estadística del mercado	39
Proyección financiera	40
Fase de incubación	41
Proyección de ingresos y costos	42
Estrategia financiera	43-44
Marketing (audiencias)	45
Estrategia de promoción	46
Marketing de contenidos	47
Técnicas utilizadas	48-49
Prototipos de acciones	50
Diseño de marca	51-53
Fotografía y diseño de productos	54-92
Encuesta formulario de google	93-94
Journaling	95-98
Diseño de empaque	99
Diseño de texturas	100-101

3

Página 102

Análisis de referentes	103
El tejido y la simbología de los pastos	104
XZAE - Francisco Sepúlveda	105
El artesano como creador y recreador	106-107
Descripción de resultados	108
Validación de marca	109-111
Participación en la feria	112
Creación de la colección	113
Creación marca	115
Pasarela colección	115
Anexos	116
Aporte al diseño	117
Gala	118
Conclusión	119
Referencias	120-121



LISTADO DE FIGURAS

imagen 1	19
imagen 2	21
imagen 3	23
imagen 4	27
imagen 5	30
imagen 6	33
imagen 7	34
imagen 8	35
imagen 9	37
imagen 10	39
imagen 11	42
imagen 12	47
imagen 13	52
imagen 14	101

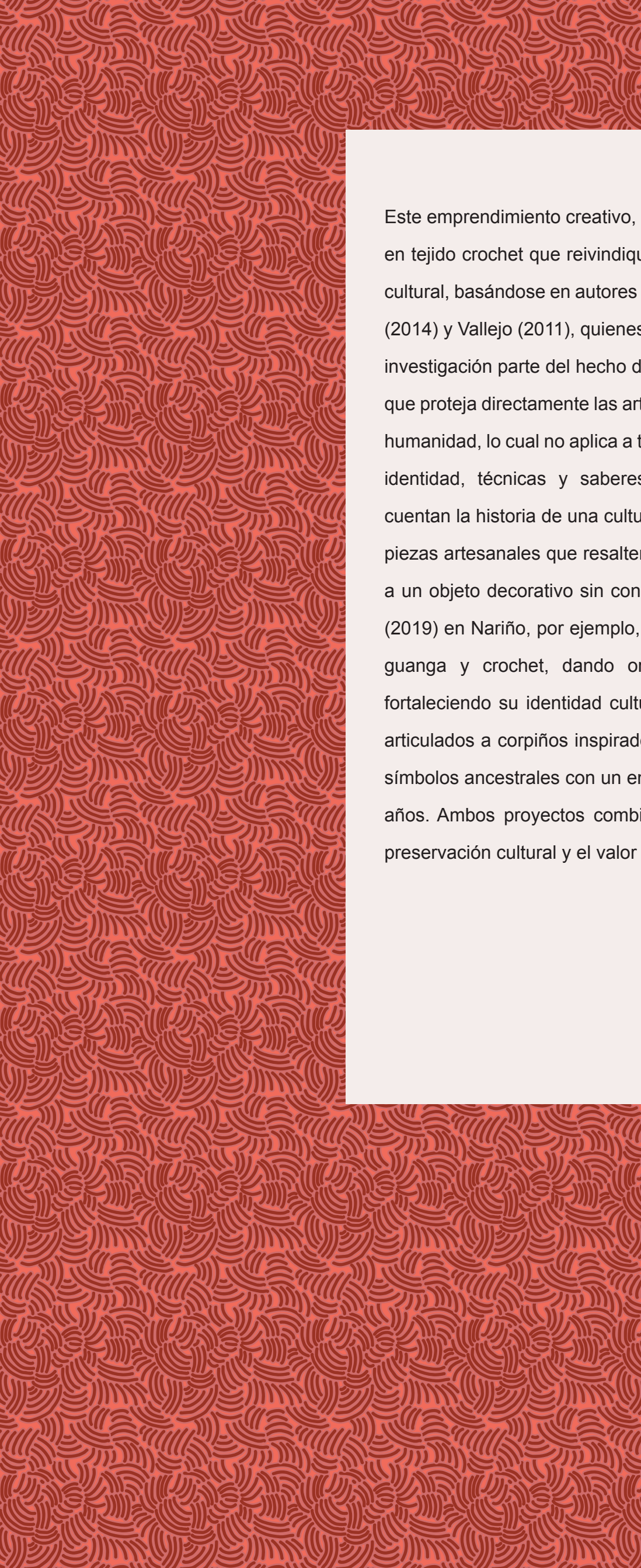


LISTADO DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1	58
Fotografía 2	59
Fotografía 3	62
Fotografía 4	63
Fotografía 5	64
Fotografía 6	67
Fotografía 7	68
Fotografía 8	71
Fotografía 9	74
Fotografía 10	77
Fotografía 11	80
Fotografía 12	83
Fotografía 13	86
Fotografía 14	89
Fotografía 15	92

INTRODUCCIÓN





Este emprendimiento creativo, busca diseñar una colección de piezas artesanales en tejido crochet que reivindique el trabajo artesanal como narrativa de identidad cultural, basándose en autores como Torcivia (2019), Rivas (2018), Navarro-Hoyos (2014) y Vallejo (2011), quienes abordan las artesanías desde esa perspectiva. La investigación parte del hecho de que en Colombia no existe una norma específica que proteja directamente las artesanías, salvo cuando son patrimonio cultural de la humanidad, lo cual no aplica a todas. Según Torcivia (2019), las artesanías reflejan identidad, técnicas y saberes ancestrales, convirtiéndose en productos que cuentan la historia de una cultura, comunidad o persona. El objetivo es diseñar 11 piezas artesanales que resalten el valor del trabajo artesanal, a menudo reducido a un objeto decorativo sin considerar su trascendencia. El proyecto de Figueroa (2019) en Nariño, por ejemplo, resaltó la cultura de los Pastos mediante tejido en guanga y crochet, dando origen a la línea de ropa Pawa para jóvenes, fortaleciendo su identidad cultural. Por otro lado, Stefannia (2021) creó collares articulados a corpiños inspirados en la comunidad Saraguro de Ecuador, usando símbolos ancestrales con un enfoque neotradicional dirigido a mujeres de 25 a 35 años. Ambos proyectos combinan moda e identidad ancestral, promoviendo la preservación cultural y el valor del trabajo artesanal.



Fotografía tomada por colorsepia_23

Capítulo 1:

Contextualización



Fotografía tomada por colarsepi_23

Descripción del **emprendimiento**

Consumer Trend Canvas

HANTI es un emprendimiento de piezas artesanales contemporáneas tejidas a crochet, que surge ante la subvaloración del trabajo artesanal frente a la producción en masa. Su propósito es reivindicar la artesanía como un lenguaje de identidad y memoria, combinando técnicas tradicionales con un estilo contemporáneo, accesible y emocional. Cada pieza es única y personalizada, resultado de una reflexión profunda sobre la historia, las raíces y las emociones de quien la llevará.

Más que adornar, HANTI busca vestir la memoria y narrar historias a través del hilo, el color y la forma, convirtiendo cada accesorio en un símbolo que representa herencia y esencia personal. En un contexto de consumo acelerado y estandarizado, la marca ofrece una alternativa creativa y sostenible, donde el tejido se convierte en un puente entre pasado y presente, y la artesanía en un acto de expresión y resistencia cultural.

IDENTIDAD DEL EMPREDIMIENTO

VALORES CLAVE:

- Autenticidad: Cada pieza es irrepetible.
- Memoria: El tejido como herramienta de narración y conexión intergeneracional.
- Raíz: Todo parte de lo ancestral, de lo que nos constituye culturalmente.
- Participación: El cliente es parte del proceso creativo.

LENGUAJE VISUAL

- Colores tierra, fibras naturales, texturas tejidas.
- Inspiración en formas orgánicas, elementos simbólicos y patrones de la naturaleza.
- Diseño gráfico sobrio, limpio, pero con toques cálidos y humanos.



EL PRODUCTO

- Tipo:** Piezas artesanales.
- Técnica:** Tejido a crochet con hilos de alta calidad como el hilo coreano.
- Materiales:** Hilo coreano, abalorios en madera, semillas, piedras, acero inoxidable.
- Propuesta diferenciadora:** Cada pieza tiene un nombre, una historia y una simbología específica. Puede incluir símbolos personales, colores emocionales, frases bordadas.
- Empaque reutilizable que también sirve para exhibir la joya.

"Tejemos lo que eres. Diseñamos joyas que hablan de ti."

HANTI ofrece joyas con alma. Cada pieza representa una historia personal o colectiva, tejida con respeto, paciencia y belleza. Lo que diferencia a HANTI no es solo la técnica, sino el propósito con el que se crea: hacer visible lo invisible, expresar lo que no siempre se puede decir con palabras.

ANALIZAR

TENDENCIA

Artesanía tejida contemporánea

Los consumidores buscan productos con un significado más profundo, que reflejen su identidad, raíces y valores. HANTU responde a esta tendencia mediante joyas artesanales que combinan tradición, técnicas ancestrales.

Factores clave de la tendencia:

- Revalorización de lo artesanal: Crece el interés por productos hechos a mano con historia.
- Conexión con la identidad: La moda deja de ser solo estética y se convierte en un reflejo de las vivencias y raíces.
- Exclusividad y personalización: Cada pieza es única, lo que la hace especial para el usuario.



INSPIRACIÓN

patagonia LOEWE

Etsy: Plataforma donde artesanos venden productos únicos y personalizados.

Loewe: Ha integrado el tejido artesanal en sus colecciones de lujo.

Patagonia: Enfatiza la sostenibilidad y el impacto social en la moda.

Marcas de bisutería artesanal en redes sociales: Crecimiento de emprendimientos que venden piezas únicas a través de Instagram y TikTok.



EXPECTATIVAS EMERGENTES

¿Qué nuevas expectativas de los consumidores están surgiendo?

- Personalización avanzada: No solo elegir un diseño, sino adaptarlo a la historia del cliente.
- Joyas con significado: No basta con ser bonitas, deben tener una historia detrás.
- Exclusividad real: Que las piezas no se repitan en grandes cantidades.
- Experiencia sensorial y emocional: La compra debe sentirse como una conexión con la marca y su historia.



NECESIDADES BÁSICAS

¿Qué necesidades y deseos profundos del consumidor aborda esta tendencia?

- Exclusividad: Cada pieza debe ser única y diferente a la producción en masa.
- Calidad: Materiales duraderos y un trabajo detallado que garantice resistencia.
- Diseño significativo: No solo un accesorio, sino una pieza con simbolismo personal o cultural.
- Identidad y conexión personal: Joyas que cuenten historias y reflejen la esencia del usuario.

Emocionales

- Pertenencia y orgullo: Conectar con raíces, tradiciones o valores personales a través de una pieza especial.
- Valor del trabajo artesanal: Sentir que cada joya es más que un objeto, es una expresión de arte y tradición.
- Autenticidad: Expresión única del estilo de cada persona, alejándose de lo genérico.

Sociales

- Historia y significado: Interés en saber quién y cómo se hizo la joya, con qué inspiración.
- Diferenciación: Usar una pieza que se sienta especial y refleje un rasgo único del usuario.
- Expresión de identidad: Mostrar rasgos de personalidad, vivencias o raíces culturales a través de la joya.

Estéticas y simbólicas

- Diseños inspirados en la naturaleza y la cultura: Elementos gráficos y texturas que evocan símbolos ancestrales.
- Técnicas de tejido artesanal: Representan el entrelazado de historias y saberes.



DRIVERS DE CAMBIO

¿Por qué esta tendencia está surgiendo ahora?
¿Qué está cambiando?

VARIACIONES (corto plazo)

- Auge del consumo emocional: Se prefiere lo que transmite algo sobre el usuario.
- Rechazo a la producción masiva: Búsqueda de objetos con más valor personal.
- Revalorización del trabajo artesanal: Lo hecho a mano es visto como sinónimo de calidad y autenticidad.

VARIACIONES (largo plazo)

Aumento del consumo responsable post-pandemia. Popularidad de productos artesanales en redes sociales. Fuerte crítica a la producción en masa y al fast fashion.

Redes sociales: Exposición de marcas que -

- Tendencia de la nostalgia: El interés en conectar con raíces, tradiciones y elementos personales ha crecido.
- Búsqueda de regalos con sentido: Las personas prefieren obsequiar algo con significado en lugar de algo genérico.

Imagen 1

APLICAR



TIPO DE INNOVACIÓN

¿Cómo y dónde podría aplicar esta tendencia a mi negocio?

Personalización extrema: Permitir que el cliente se vea reflejado en su pieza.
Storytelling de marca: Mostrar la historia detrás de cada producto y su artesanía.
Interacción digital: Experiencia de compra basada en redes sociales y realidad aumentada.

TU INNOVACIÓN

Una colección de bisutería artesanal que conecta a cada persona con sus raíces, historia y esencia. Cada pieza contará con un certificado de historia, narrando su significado y proceso de creación. Estrategia de marketing digital centrada en storytelling y personalización.
Joyas con storytelling: Cada pieza cuenta una historia única y representativa del usuario.
□ Diseños inspirados en raíces culturales y vivencias personales: Posibilidad de elegir símbolos o patrones significativos.
□ Consultoría de personalización: Crear experiencias donde el cliente participe en el diseño de su pieza.
□ Colaboraciones con artistas o diseñadores: Trabajar con expertos en diferentes estilos para colecciones únicas.
□ Grabados o texturas especiales: Incorporar elementos únicos en cada joya para acentuar su autenticidad.



QUIEN

¿A qué nuevos grupos de consumidores podría aplicar esta tendencia?

Jóvenes interesados en moda sostenible y artesanal.
Amantes de la cultura y la identidad propia.
Personas que buscan exclusividad y piezas únicas.
Consumidores activos en redes sociales que valoran la conexión con la marca.

Consumer Trend Canvas

En Nariño, Colombia, las mujeres han preservado la cultura a través del tejido, símbolo de memoria, cuidado y resistencia, al igual que las mujeres somalíes desde lo invisible. La elección de un nombre en somalí no busca apropiación cultural, sino crear un puente simbólico entre contextos lejanos que comparten valores universales: la fuerza femenina, la sabiduría silenciosa y el poder de lo hecho a mano para preservar la identidad.

Propuesta de valor

1. Diseño exclusivo y personalizado

Diseño exclusivo y personalizado:
Cada pieza refleja la identidad de quien la lleva, traduciendo historias, recuerdos o emociones en un diseño único con elección de colores, patrones y detalles.

2. Artesanía de alta calidad

Se emplean materiales premium y procesos detallados que garantizan durabilidad y resistencia.



3. Valor cultural emocional

Disponibilidad en redes, tienda en línea, ferias y tiendas físicas, con múltiples opciones de pago.

4. Producción ética

Elaboración 100% artesanal con impacto positivo en la comunidad.

5. Accesibilidad y Conveniencia

Fusión de técnicas tradicionales y contemporáneas, donde cada producto transmite una historia y resalta el valor artesanal.

Lienzo propuesta de valor



HANTI crea piezas de joyería artesanal tejidas a crochet que rescatan tradiciones, historias y la identidad de cada persona. Cada pieza es única y representa la conexión con el pasado, la esencia individual y la expresión personal a través del arte textil.

Imagen 2



Lienzo Canvas



HANTI – Raíces Resilientes combina la tradición artesanal con un enfoque contemporáneo a través de piezas exclusivas en crochet. Sus productos son estéticos, significativos y personalizados, elaborados con materiales de alta calidad. La marca rescata técnicas tradicionales, impulsa el impacto al resaltar la artesanía que cuenta una historia y así beneficia la compra de artesanías en la ciudad de Pasto y se adapta a tendencias actuales. Su modelo de negocio se basa en ventas digitales, ferias, colaboraciones con tiendas y marketing en línea, dirigido a consumidores que buscan piezas únicas que reflejen identidad y generen un impacto positivo frente a la producción en masa.

1. Cambio en las preferencias del consumidor:

Mayor demanda por productos hechos a mano con valor cultural y emocional, personalizados y exclusivos, con conciencia social.

2. Crecimiento del comercio digital:

Las redes sociales y el e-commerce facilitan la venta de artesanías y permiten llegar a públicos más amplios.

3. Segmento de mercado bien definido:

Personas de 25 a 54 años, estratos 3 a 5, con ingresos de 1–2 SMMLV, que valoran la artesanía, la identidad cultural y la autenticidad.

4. Tendencias en la moda y el diseño:

La artesanía contemporánea gana relevancia en moda y decoración, con alta demanda de piezas que fusionen tradición y modernidad.



- **Proveedores de materiales:** Compañías que suministran materiales para la elaboración de las piezas artesanales, tales como: Santorini Bisutería, Cacharrería Cervantes, Surtillanas.
- **Distribuidores:** Empresas de mensajería como Servientrega y coordinadora.
- **Influencers y embajadores de marca:** Colaboradores en redes sociales, bloggers, y artesanos reconocidos tales como: XZAE de el maestro Francisco Sepúlveda, Suani trejos - Hecho a mano.
- **Fondo emprendedor.**
- **Bancos:** Banco Davivienda, Banco de Bogotá, Bancolombia.

7. Actividades clave

- **Actividades clave:**
 - Investigación y desarrollo de tendencias en la moda.
 - Diseño y fabricación de las piezas artesanales.
 - Estrategias de marketing y ventas.
 - Distribución eficiente a tiendas y plataformas online.
 - Atención al cliente.
 - Venta directa a través de Instagram, Facebook y WhatsApp.
- Implementación de una tienda en línea para facilitar la compra.
- Alianzas con tiendas físicas y boutiques de productos artesanales.
- Seguimiento postventa para asegurar satisfacción del cliente.
- Recopilación de feedback para mejorar productos y servicios.

1.Propuesta de valor

- **Producto:** Piezas elaboradas con técnica de crochet mezcladas con estilo contemporáneo, estas piezas muestran la identidad de cada persona a través de dichas piezas.
- **Prezio:** igual al precio que manejan los productos artesanales con un valor diferenciador, el cual es que son diseños exclusivos para cada persona, ya que van cargados de significado e identidad con los ellos se pueden sentir identificados.
- **Proceso:** Elaborados a mano con la técnica de crochet, con materiales como hilo coreano, con colores y diseños personalizados.
- **Diseño:** Personalizado, destacando la identidad y mezclado con la contemporaneidad.
- **Infraestructura:** Ubicación en casa en un espacio dedicado exclusivamente al tejido.
Áreas bien iluminadas y ventiladas para comodidad de los artesanos con espacios con superficies adecuadas para el almacenamiento de materiales, bocetos y herramientas.
- **Calidad:** Gracias a la selección de materiales como lo es en este caso hilo coreano, y la atención al detalle y cuidado del producto, suelen tener una vida útil más larga, además de que cada pieza refleja la identidad y cultura de cada persona lo que hace a la única y exclusiva.
- **Tendencia:** Artesanía tejida contemporánea.

4. Relación clientes

- **WhatsApp:** Atención rápida y personalizada para resolver dudas sobre productos, disponibilidad, tiempos de entrega y opciones de personalización. También se usa para enviar catálogos, gestionar pedidos y brindar soporte postventa
- **Messenger de Facebook:** Espacio para consultas generales, atención a clientes que descubren la marca en Facebook, y seguimiento de compras. Se utiliza para compartir información sobre promociones, eventos y novedades.
- **Mensajería de Instagram:** Canales directos para asesoría sobre diseños, colores y materiales, además de interacción con los clientes que se interesan en los productos a través de publicaciones e historias. También se emplea para coordinar pedidos y recibir feedback sobre las piezas.

3. Canales

- **Redes sociales:** Facebook, instagram, tik tok.
- **Tienda física**
- **Ferias artesanales:** Artesanías de colombia(Expoartesano Medellín, Expoartesanas Bogotá) Carnaval artesano en Pasto.
- **Colaboraciones:** XZAE de el maestro Francisco Sepúlveda, Suani trejos - Hecho a mano.

2. Segmento

- **Ciudad:** San Juan de Pasto.
 - **Género:** Hombres y mujeres.
 - **Edad:** 25 a 54 años.
 - **Estrato:** Estrato 3 a 5
 - **Ingresos:** 1-2 SMMLV
- **Gustos y preferencias:** Personas que valoran la artesanía y la identidad cultural, buscando piezas únicas que reflejen su esencia y estilo personal. Prefieren piezas elaboradas a mano con atención al detalle, que combinen la tradición del tejido a crochet con un diseño contemporáneo. Además, están interesados en piezas exclusivas que transmitan historia y significado, apreciando la personalización y la originalidad en cada creación.
- **Servicio:** Piezas personalizadas con técnica a crochet mezcladas con lo contemporáneo, resaltando la identidad de cada persona o lugar.

6. Recursos clave

- **Materia prima:** Hilos, agujas
- **Insusmo:** Hilo coreano, Cuentas o abalorios (madera, semillas, piedras), agujas lanas, tijeras de precisión, cinta métrica, broches o ganchos de acero inoxidable, empaques para el producto, cuaderno de boceto para los diseños.
- **Planta:** Bodega para almacenamiento y taller de elaboración de 2x2 metros
- **Equipo:** Diseñador(a) de productos. Responsable de la creación de nuevas piezas, combinando técnicas artesanales con tendencias contemporáneas.
- **Mano de obra**
Directa: artesano(a) especialista en tejido a crochet.
Indirecta: Mensajería
Especialista en marketing y redes sociales.
- Fotógrafo(a) de producto.
Encargado(a) de ventas y atención al cliente.
Coordinador(a) de logística y distribución.
- **Capital:** Inversión inicial en investigación y desarrollo, adquisición de maquinaria, v campañas de marketing.

9. Costos

Costos de materias primas:

- Taller de producción, que incluya áreas para ensamblaje, almacenamiento de materiales, Costos asociados a los servicios públicos (electricidad, agua, internet).

Insumos y materiales:

Cuencas o abalorios (madera, semillas, piedras), agujas laneras, tijeras de precisión, cinta métrica, broches o ganchos de acero inoxidable, empaques para el producto, cuaderno de boceto para los diseños.

Mano de obra:

- Costo del tiempo de la mano de obra de las piezas artesanales.

Capital:

- Financiación inicial o préstamos para cubrir costos de maquinaria, planta, y materiales necesarios para iniciar la producción.
- Costos operativos adicionales:
 - Costos de modelos para la elaboración de los productos artesanales.



- Ventas:** Venta directa al consumidor final.
Venta directa a empresas de distribución de artesanías.

- Ferias:** Ingresos derivados de la participación en eventos y ferias, incluyendo ventas directas y acuerdos comerciales.

-Por medio de colaboraciones con personas importantes en el sector artesanal.

Formas de pago:

Transferencias electrónicas: Ofrecer la opción de realizar pagos a través de transferencias bancarias directas para quienes prefieren evitar el uso de tarjetas. (Nequi, Bancolombia, Daviplata).

Pago en efectivo en tienda física



Objetivo general

Diseñar una colección de piezas artesanales a partir de la técnica del crochet como narrativa de identidad cultural.

Objetivos específicos

- Identificar técnicas de tejidos propicias para el diseño de una colección de piezas artesanales.
- Identificar elementos propios de la identidad cultural para ser plasmadas en la colección.
- Consultar información relacionada con tendencias de moda como narrativa de identidad cultural.
- Documentar los procesos de producción de piezas artesanales para resaltar las técnicas de elaboración y difundir este conocimiento, lo que permitirá una mayor apreciación y comprensión de la artesanía como narrativa de identidad cultural.



Investigación de

mercado y/o clientes

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Segmentación del mercado

HANTI - Raíces Resilientes está dirigido a un público específico que valora la artesanía y la identidad cultural. La segmentación del mercado se basa en los siguientes criterios:

•Ubicación: Ciudad de San Juan de Pasto, con potencial de expansión a nivel nacional a través de plataformas digitales.

• **Género:** Hombres y mujeres interesados en productos artesanales con un diseño contemporáneo.

• **Edad:** Personas entre 25 y 54 años, con un alto nivel de apreciación por el trabajo hecho a mano.

•Nivel socioeconómico: Estratos 3 a 5, con ingresos entre 1 y 2 salarios mínimos.

• **Estilo de vida y preferencias:** Personas que buscan productos únicos y personalizados que reflejen su identidad y estilo personal.

Clientes que valoran la historia y la cultura detrás de cada pieza artesanal.

Consumidores conscientes que prefieren productos hechos a mano.

Relaciones con el Cliente

Para fortalecer la conexión con los clientes y brindar una experiencia de compra satisfactoria, HANTI implementa diversas estrategias de comunicación y servicio:

- Atención personalizada: Se ofrece asesoramiento directo sobre diseños, colores y materiales para que cada pieza refleje la identidad del cliente.

- Canales de interacción:

WhatsApp: Atención rápida y personalizada para consultas, pedidos y soporte postventa.

Facebook Messenger: Espacio para consultas generales, información sobre promociones y novedades.

Instagram Directo: Interacción con clientes a través de historias, publicaciones y mensajes directos.

- Seguimiento postventa:

Garantía de satisfacción mediante la recopilación de feedback y posibles ajustes en futuras compras.

Creación de una comunidad de clientes satisfechos que comparten sus experiencias con la marca.

Estrategias de fidelización:

Descuentos exclusivos para clientes recurrentes.

Programas de referidos para atraer nuevos compradores.

Contenido educativo sobre la importancia de la artesanía y el valor del crochet en la identidad cultural.

El objetivo es generar confianza y fidelización a largo plazo, asegurando que cada cliente se sienta parte de la historia y la esencia de HANTI.

Mapa de empatía

HANTI- Raíces resilientes

27

¿Que piensa y siente?

Valora la identidad cultural y el trabajo artesanal.

Siente admiración por los productos hechos a mano y su historia.

Quiere diferenciarse a través de su estilo y piezas únicas.

Se identifica con narrativas culturales y tradiciones transmitidas a través del arte.

Puede tener dudas sobre la autenticidad y la calidad de las piezas artesanales.

¿Que ve?

Moda comercial con poca representación de tradiciones artesanales.

Diseños masivos que no reflejan la identidad personal o cultural.

Redes sociales llenas de tendencias efímeras sin profundidad cultural.

Pocas opciones de moda que incluyan técnicas artesanales auténticas.

¿Que oye?

Moda comercial con poca representación de tradiciones artesanales.

Diseños masivos que no reflejan la identidad personal o cultural.

Redes sociales llenas de tendencias efímeras sin profundidad cultural.

Pocas opciones de moda que incluyan técnicas artesanales auténticas.

¿Dice y hace?

Expresa su interés por el arte y la cultura en la moda.

Comparte en redes sociales el significado detrás de las piezas que usa.

Se interesa por conocer las técnicas y procesos de producción artesanal.

Busca piezas con historia y significado para incorporar en su estilo personal.

Limitaciones / Obstáculos

Falta de reconocimiento del valor de la artesanía en la sociedad.

Percepción de las piezas artesanales como objetos decorativos y no como elementos con significado cultural.

Dificultad para encontrar piezas artesanales con un diseño contemporáneo que se adapte a estilos modernos.

Desconocimiento sobre las técnicas y el proceso de elaboración de los productos.

Competencia con productos industriales y comerciales que imitan el estilo artesanal a menor precio.

Accesibilidad y distribución limitada de productos artesanales auténticos en ciertos mercados.

Oportunidades / Necesidades

Crear piezas artesanales que fusionen tradición y modernidad, atrayendo a públicos que buscan exclusividad y autenticidad.

Educar a los consumidores sobre el valor del trabajo artesanal y su impacto en la identidad cultural.

Diseñar productos con una fuerte narrativa cultural, resaltando la historia de los artesanos y las técnicas utilizadas.

Conectar con clientes que buscan moda con identidad y significado, no solo tendencias pasajeras.

Posicionar las piezas como artículos de lujo accesible, destacando la exclusividad del trabajo artesanal.

Generar comunidad en torno al proyecto, involucrando a personas interesadas en la preservación de las tradiciones.

Explicación mapa de empatía

Para garantizar la accesibilidad de los productos, HANTI emplea una combinación de canales físicos y digitales:

- Redes sociales y plataformas digitales: Instagram, Facebook y WhatsApp: Principales medios de venta directa y promoción.

Tienda en línea (futura implementación): Plataforma donde los clientes podrán realizar compras de manera rápida y segura.

- Ferias artesanales y eventos especializados: Participación en ferias nacionales como Expoartesano Medellín y Expoartesánías Bogotá.

- Colaboraciones y alianzas: Venta en tiendas físicas especializadas en productos artesanales.

Colaboraciones con diseñadores, artistas y marcas afines para ampliar el alcance del negocio.

- Distribución y envíos: envíos nacionales a través de empresas de mensajería como Servientrega y Coordinadora.

Opciones de entrega a domicilio en Pasto para mayor comodidad de los clientes.

Plan de Negocios



Artesanía Contemporánea Tejida

Se busca diseñar una colección de piezas artesanales tejidas a mano mediante técnicas tradicionales como el crochet. El objetivo principal es reivindicar el trabajo artesanal como una narrativa de identidad cultural, reflejando la historia, el conocimiento y la tradición de las comunidades que las elaboran. Para estructurar el modelo de negocio, se emplea la estrategia de las 4Ps del marketing: precio, plaza, producto y promoción.



Las 4P



Precio

El precio debe reflejar el valor del trabajo artesanal y el tiempo invertido en cada pieza, diferenciándose de productos industrializados. Puede posicionarse como un artículo de lujo accesible o de edición limitada.

Estrategias de precios:

- Precio basado en valor: Justificar el costo resaltando la exclusividad y el trabajo manual.
- Estrategia de precios escalonados: Ofrecer piezas de diferentes niveles de complejidad y, por lo tanto, de precios distintos.
- Paquetes o ediciones limitadas: Crear colecciones exclusivas con precios diferenciados.



Plaza

- HANTI debe estar disponible en canales donde el público objetivo valore la artesanía y el diseño.

Opciones de distribución:

- Tiendas de diseño y boutiques especializadas en productos artesanales.
- Ferias de arte, exposiciones de diseño y mercados de creadores.
- Venta en línea mediante una tienda e-commerce y redes sociales como Instagram y TikTok.
- Colaboraciones con diseñadores o marcas de moda que busquen integrar elementos artesanales en sus colecciones, como: XZAE, Suani trejos.



Producto

HANTI ofrece una colección de piezas artesanales tejidas a mano con técnicas tradicionales como el crochet. Cada pieza es única y cuenta una historia basada en la identidad cultural de 11 personas, lo que le da un valor emocional y narrativo.

Preguntas clave:

¿Qué hace que las piezas de HANTI sean diferentes de otras colecciones artesanales?
La fusión entre diseño contemporáneo y técnicas tradicionales.

¿Cómo se percibe el producto?
Como un artículo artesanal de alto valor cultural y estético.

¿Qué necesidades satisface?
Expresión de identidad, conexión con la cultura y aprecio por la artesanía.



Promoción

Es clave destacar la historia detrás de cada pieza y el valor cultural del proyecto.

Estrategias promocionales:

- Storytelling: Compartir las historias de las 11 personas que inspiran las piezas, destacando el proceso de creación.
- Marketing en redes sociales: Crear contenido visual atractivo con fotos y videos de las piezas en proceso, entrevistas con los artesanos, y testimonios de clientes.
- Colaboraciones con influencers y diseñadores: Asociarse con figuras que valoren la artesanía y la identidad cultural.
- Eventos y lanzamientos: Organizar exhibiciones donde los clientes puedan conocer el proceso de creación en vivo.



Capítulo 2: **Ideación/ conceptualización**

Línea de investigación: Cultura y sociedad

METODOLOGÍA

El proyecto emplea la metodología "Hilo vivo", caracterizada por su exhaustividad y sistematicidad, con un enfoque centrado en la valoración del trabajo artesanal, especialmente en tejidos. Este enfoque busca reforzar la autenticidad al explorar lugares relevantes, lo que enriquece tanto la comprensión teórica como la conexión con las prácticas artesanales. La experimentación, parte integral de esta metodología, refleja un compromiso con la innovación al explorar materiales y crear prototipos, combinando la investigación teórica con un enfoque práctico y experimental.

surge de una vivencia íntima con el tejido, donde el proceso de creación no responde a esquemas convencionales, sino que se construye a través del hacer, del contacto con las manos, los materiales y las historias. Esta metodología se origina en el contexto del proyecto HANTI, como respuesta a la necesidad de dar valor a los saberes ancestrales y al trabajo artesanal, fusionando investigación, experiencia y emoción.

Metodología

Hilo Vivo



Objetivos

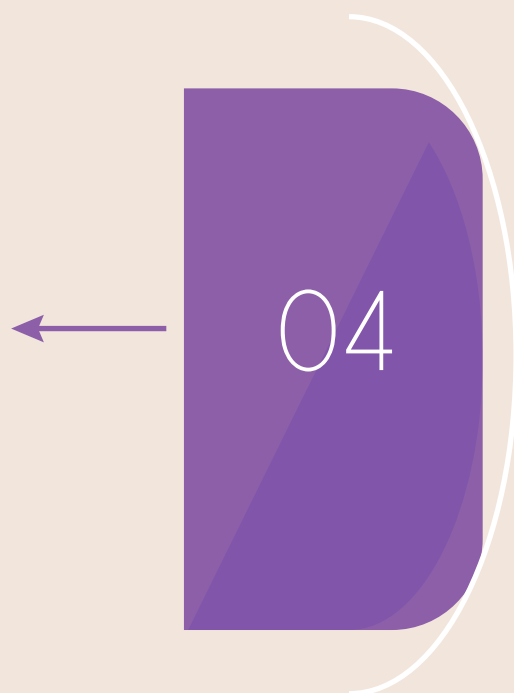
- o Definición de objetivos generales y específicos del proyecto.
- o Experimentación de materiales: Pruebas y ensayos con diferentes materiales.
- o Prototipos: Creación de prototipos incorporando diversas técnicas y materiales.

Herramientas de recolección de información

- o Herramientas de recolección de información: Diario de campo, análisis de documentos, registros audiovisuales, entrevistas en profundidad.

Punto Popcorn (conceptualización y diseño)

- o Aprendizaje y manipulación de técnicas: Desarrollo de destrezas a través de la práctica constante.
- o Interacción y aprendizaje de expertos: Colaboración e intercambio de conocimientos con expertos.
- o Entrevistas con personas referentes: Realización de entrevistas para obtener insights y validar métodos y conceptos.



Punto Alto Doble (comercialización)

- o Estrategía de comercialización.
- o Proyección financiera.
- o Lienzos estratégicos.
- o Plan de negocios.
- o Estrategia de promoción para redes sociales.

Equipo interdisciplinar

Abarca diferentes áreas clave para el desarrollo, producción y comercialización de los productos.

35

EQUIPO DE TRABAJO



Diseño y producción

-Diseñador de productos.
Laura Celis

Artesana en crochet. Laura Celis



Diseño y producción

Diseñadora de modas: encargada de la elaboración de diseños de vestuario complementario con las piezas artesanales. Yaley Grueso (Yale casa de modas)



Marketing y comunicación

Especialista en redes sociales,
Laura Celis, diseñadora gráfica.



Marketing y comunicación

Fotógrafo de productos: Ibonne Carlosama. (colorsepia_23)



Logística y distribución

Coordinador de logística y distribución.



Ventas y atención al cliente

-Gestiona pedidos, consultas y personalización de piezas a través de WhatsApp, mensajería de Instagram y Messenger.



Finanzas y administración

Gestión financiera: contador: Leydi María Grueso

Análisis de la competencia

Competencia indirecta

Negocios que venden accesorios artesanales, pero no necesariamente trabajan con crochet o personalización.

Tiendas de bisutería artesanal

Venden accesorios hechos a mano aunque sin la misma exclusividad.

-ZUA accesorios.

-Udará.

-Samia.

-FXA.

-Arte mullos.

Ferias artesanales: Espacios donde artesanos venden productos similares.

-Expoartesanías.

-Carnaval artesano.

-Feria nacional de artesanías.

Marcas de moda sostenible

Algunas marcas ofrecen accesorios con materiales naturales y un enfoque en identidad pero no necesariamente con tejido.

-Pilu joyería: Joyería artesanal inspirada en la naturaleza.

Competencia directa

Artesanos y marcas que ofrecen productos similares en términos de crochet, personalización y combinación con lo contemporáneo.

-XZAE de Francisco Sepúlveda:

Marca reconocida en el sector artesanal, con enfoque en la fusión de técnicas tradicionales y modernas. Su diferenciador radica en su reconocimiento dentro del sector.

-A mano de Suani Trejos:

Emprendimiento de artesanía que también trabaja con técnicas tradicionales y personalización dirigido a un público similar.

Factores de la competencia directa

-Personalización y exclusividad.

-Calidad y materiales.

-Canales de venta.

Análisis Dofa

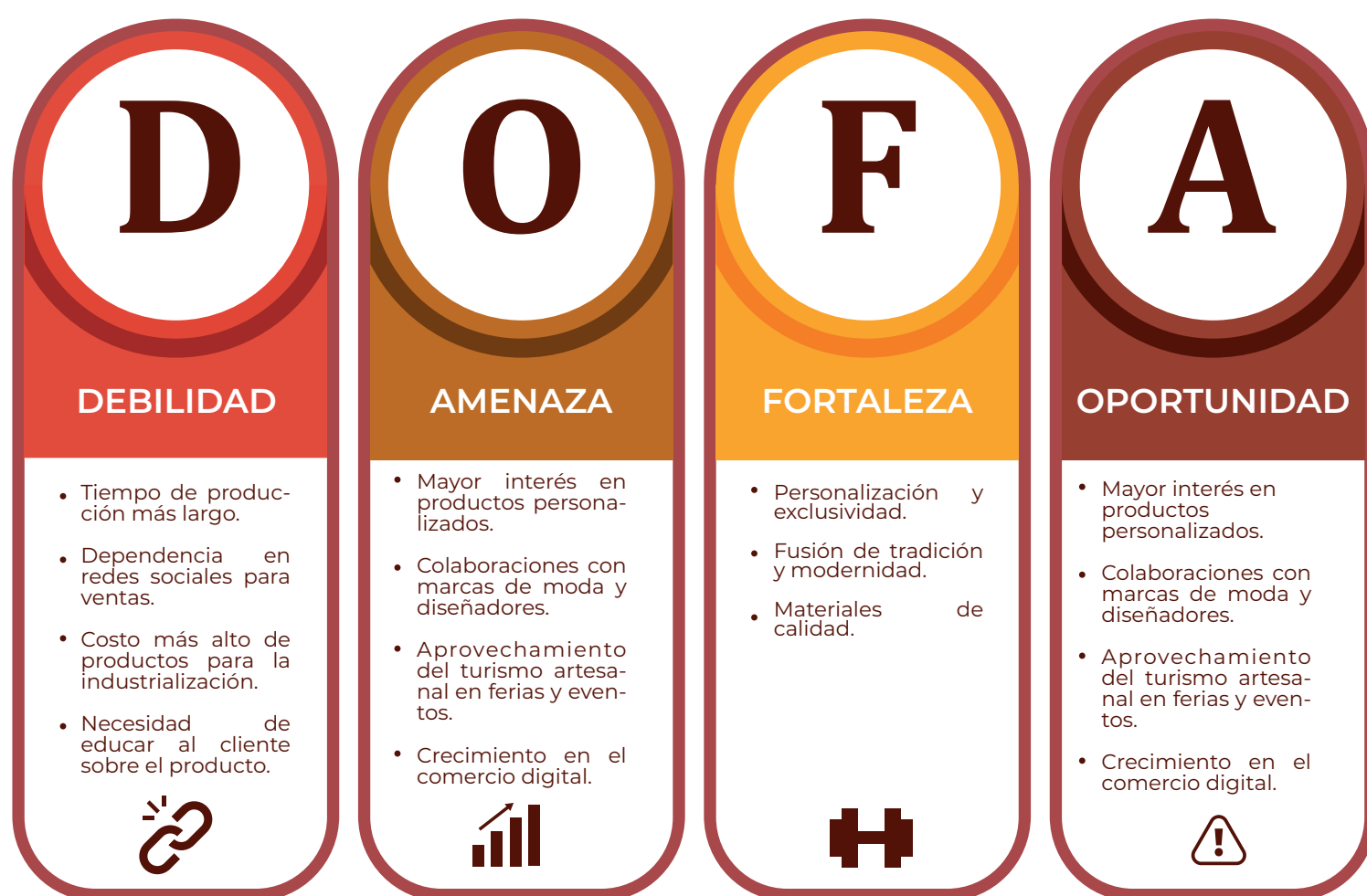


Imagen 9

MICRO ENTORNO

- Clientes potenciales: Personas interesadas en identidad cultural, artesanías y piezas únicas.
- Proveedores: Comerciantes de hilo, cuentas, fibras naturales y empaques sostenibles.
- Aliados: Influencers de moda ética, tiendas de diseño local, ferias artesanales.
- Competencia: Marcas de diseño independiente y bisutería local/artesanal.
- Canales: Instagram, WhatsApp, ferias, y próximamente tienda virtual.

MACRO ENTORNO

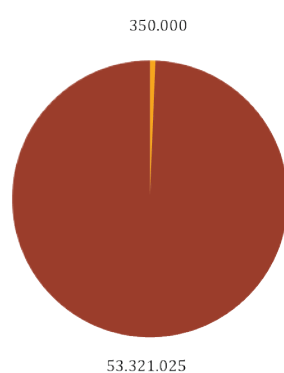
- Dimensión: Consumidores prefieren productos duraderos frente a moda rápida.
- Cultural/social: Revalorización de lo artesanal y lo hecho a mano.
- Tecnológico: Redes sociales permiten visibilidad y crecimiento sin local físico.
- Político/Legal: Apoyo a emprendimientos creativos desde programas de economía naranja.



Aproximación estadística del mercado

Tamaño del mercado en Colombia (referencial)

- Según Artesanías de Colombia, el sector de las artesanías representa una industria en crecimiento, activos en el país.



■ artesanos en el país ■ Habitantes

Imagen 10

- La categoría de accesorios artesanales y moda ética representa un mercado que crece entre 6% y 8% anual.
- Se estima que el 60% del público consumidor de bisutería artesanal en Colombia está conformado por mujeres entre los 25 y 45 años de nivel socioeconómico medio a alto, interesadas en propuestas con historia, identidad o diferenciación.
- Las plataformas como Instagram y ferias presenciales son los principales canales de compra en este nicho.

Datos de comportamiento del consumidor (tendencias)

- +70% de los consumidores están dispuestos a pagar más por productos sostenibles o hechos a mano.
- +80% de compradores en ferias artesanales priorizan la historia detrás del producto y su originalidad frente al precio.



Fotografía tomada por colosepia_23

Proyección **Financiera**

Fase de incubación

41

Fase incubación

- Proceso de validación de mercado.
- Desarrollo de identidad de marca y consolidación de canales de venta
- Gestión financiera enfocada en minimizar costos, aumentar la visibilidad y generar ventas sostenibles.

Supuestos financieros

Fase de incubación

- Producción y ventas: cantidad de piezas producidas y ventas por mes.
- Precio promedio por pieza.
- Crecimiento estimado
- Canales de venta primarios: Instagram, Facebook, WhatsApp.
- Canales de venta secundarios:** Ferias artesanales locales como el carnaval artesano y alianzas con tiendas físicas.

Estructura de costos de incubación

Costos fijos

- Infraestructura mínima.
- Espacio de trabajo.
- Servicios públicos.
- Gastos administrativos reducidos.

Costos variables iniciales

- Mano de obra para de la elaboración de las piezas tejidas.
- Materia prima.
- Gastos en empaques y envíos.

Inversión inicial en fase de incubación

- Compra de herramientas básicas.
- Creación de identidad visual.
- Fotografía de productos.
- Publicidad digital.

Proyección de ingresos y costos

Excel

Presupuesto colección 11 juegos

Producto	unidad	total producto	Precio unitario	Total
Hilo (Madejas)	4	48	9.000	432.000
Ganchos aretes Pares	1	12	3.000	36.000
Alambre rollo	2	2	8.000	16.000
Piedras tipo semilla (Docena)	1/2	6	4.000	24.000
Anillas de salto (par)	4	48	3.000	144.000
Pegante (50 ml)	1	1	7.500	7.500
Agujas de tejer	4	4	3000	12000
				671.500
Proyección de unidad productiva				
Unidades a producir			11	
Costo Variable unitario	55.917			
Mano de obra	2 días de trabajo por 7 horas		11 juegos	
	Costo: 100.000			
Costo Total unitario	60.917			

Imagen 11

La tabla muestra la proyección de costos para las once piezas de la colección HANTI, considerando materiales, herramientas y mano de obra. Esta última se calculó con base en el pago diario de un trabajador en Colombia, convertido a horas efectivas y ajustado al tiempo de elaboración de cada pieza, garantizando una compensación justa para el oficio artesanal. Al costo total se añadió un margen de ganancia acorde con productos artesanales de valor diferenciador en la región, manteniendo la sostenibilidad del proyecto y precios accesibles para el público.

Estrategia financiera

Fase de

incubación

Objetivos Principales

- Minimizar costos y operar estructura flexible.
- Validar producto en el mercado y generar ventas recurrentes.
- Construir una base sólida de clientes a través de estrategias digitales.
- Obtener capital semilla o financiamiento.

Estrategias claves para maximizar la escalabilidad

- Producción bajo demanda: No acumular inventario para evitar costos de almacenamiento.
- Marketing de bajo costo: Uso intensivo de redes sociales.
- Venta en ferias y eventos: participar en ferias locales para aumentar visibilidad.
- Ofrecer precios de lanzamiento: Promociones especiales para futuros clientes.
- Alianzas estratégicas: Vender en tiendas de diseño y concept stores



Escalabilidad y crecimiento post incubación



Corto plazo

- Implementación de tienda en línea.
- Expansión de producción de piezas mensuales.
- Participación en ferias nacionales.
- Aumento de presupuesto en publicidad digital.

Largo plazo

- Exportación a mercados internacionales.
- Alianzas con diseñadores y marcas de moda.
- Expansión en línea de productos (bolsos, decoración, ropa)
- Apertura de un showroom físico (un espacio en donde se exhiban productos o servicios de la empresa como herramienta de marketing para mostrar novedades de la marca y conectar con el público.

Marketing

45

Audiencias

- Personas de 25 a 54 años, sensibles al valor de lo hecho a mano, que buscan productos con identidad y significado.
- Personas interesadas en el consumo con intención cultural o ancestral.
- Amantes de la moda artesanal, el diseño independiente y la expresión personal a través de accesorios únicos.
- Público con interés en el arte, lo simbólico, el diseño, y en productos que cuenten historias.



Canales involucrados Redes sociales

- Instagram (principal canal visual): para mostrar el proceso, la historia detrás de cada pieza, y generar comunidad.
- TikTok: para atraer una audiencia más joven mediante reels mostrando el proceso del tejido, la inspiración, y tendencias.
- Facebook: Atraer una audiencia más adulta por medio de post publicitarios de las piezas.

Ferias artesanales y de diseño

- Canal físico fundamental para dar a conocer la marca, generar contacto directo y recibir retroalimentación inmediata.

WhatsApp Business

- Canal directo para pedidos personalizados, atención al cliente y asesoría sobre los significados de cada pieza.

Estrategia de promoción

Según (MailChip, 2021) dice que el marketing de contenido es una estrategia de promoción útil para atraer, captar y lograr la fidelización del público creando contenido con el que ellos puedan conectar y sentirse identificados. Esto acerca a los clientes con la marca para que sea la primera opción del cliente al momento de la compra. Por lo tanto, es una estrategia utilizada para HANTI con el objetivo de Aumentar el reconocimiento de marca, atraer nuevos públicos, generar confianza y fidelizar a través de contenido que transmita el propósito de HANTI: identidad, raíces, significado y valor del trabajo artesanal.

Estrategia de PROMOCIÓN

Marketing de contenidos



FASE 1



Concienciación

Objetivo: Dar a conocer la historia, valores y esencia de HANTI. Generar interés alrededor de los conceptos de identidad, tradición, tejido y conexión con las raíces.

Tipo de contenido:

- Publicaciones en Instagram y TikTok con videos tipo reels mostrando los procesos de tejido, desde la elección del hilo hasta el resultado final.
- Blog o carruseles educativos en redes: "¿Qué significa tejer con memoria?"

- "5 formas de conectar con tus raíces a través del arte"
- "El poder simbólico del crochet en las culturas ancestrales"
- Historias de mujeres reales (clientas o artesanas) que cuentan qué representa su pieza HANTI para ellas.



FASE 2



Consideración

Objetivo: Educar al público sobre por qué HANTI no es bisutería común. Mostrar el valor diferencial: piezas hechas a mano, con historia, que representan a quien las lleva.

Tipo de contenido:

- Comparativas visuales: artesanía vs producción industrial.
- Casos reales: "una viajera que encontró en su pulsera HANTI una forma de conectar con sus raíces."

Guías:

- "Cómo elegir una pieza artesanal que hable por ti"
- "5 formas de cuidar tu bisutería tejida a mano"
- Video testimonios de clientas: ¿Por qué eligieron HANTI? ¿Qué historia representa su pieza?



FASE 3

Cierre

(Decisión de compra)



Objetivo: Mostrar por qué HANTI es la mejor opción para quienes buscan más que adornos: buscan identidad, alma y conexión.

Tipo de contenido:

- Historias de impacto (cliente feliz + pieza personalizada).
- Videos mostrando el proceso de diseño personalizado.
- Guía del comprador: "¿Buscas una pieza con significado? Esta guía te ayuda a elegir la tuya."

- Testimonios en video o reseñas escritas con enfoque emocional. Contenido generado por usuarias que muestran cómo combinan su pieza HANTI.

UTILIZADAS

TÉCNICAS

Tejido Crochet

La técnica crochet según (Betzabeth, 2023) es muy difícil determinar los orígenes exactos del crochet o ganchillo, Sin embargo, hay algunas evidencias que sugieren que fue en el siglo XVI en Europa. El arte de entrelazar hilos utilizando como instrumento la aguja crochet era inicialmente utilizado para crear encajes y bordados en las vestimentas que portaba la nobleza, pero, también unos historiadores dicen que existía una técnica similar en la antigua china que se utilizaba para adornar los sombreros.

Está técnica comenzó a ser popular en el siglo XIX gracias a que la reina victoria de Inglaterra tomó esta técnica como una de sus actividades favoritas. Con el pasar del tiempo esta técnica fue evolucionando gracias a que los artesanos fueron perfeccionando diferentes tipos de nudos entre los más reconocidos están: El punto cadena (es uno de los más básicos y vitales), punto bajo (Utilizado para tejidos compactos y aunque es básico es muy importante para todo tipo de patrones) y por último el punto alto (es un nudo más alto que genera tejidos más sueltos, haciéndolo ideal para prendas ligeras y adornos).

Está técnica antigua es utilizada para la creación de las 11 piezas de la colección de HANTI con el fin reivindicar una técnica artesanal tan antigua, trayéndola a la contemporaneidad con diseños únicos, cargados de significado, modernos pero sin perder su valor artesanal.



Prototipo de Acciones

El proceso de diseño de las piezas en HANTI se fundamenta en una investigación previa que busca comprender la identidad de 11 personas seleccionadas. Para ello, se aplica una encuesta estructurada a través de un formulario de Google, en la que se exploran aspectos clave de su identidad, historia personal, experiencias significativas y elementos simbólicos que los representan. A partir de esta información, se realiza un análisis profundo para identificar patrones, emociones y narrativas que puedan ser traducidas en formas y colores. En este punto, el diseño juega un papel fundamental, ya que se convierte en el medio a través del cual estas identidades se transforman en piezas tejidas con un significado único.

Una vez definidos estos elementos, se procede a la elaboración de los tejidos, en donde cada puntada y cada combinación de colores tienen un propósito simbólico. De esta manera, las piezas finales no solo son objetos decorativos o funcionales, sino también manifestaciones de identidad y memoria cultural, dotadas de un profundo valor narrativo. En las piezas se resaltan varios elementos como emociones, gustos, entornos, familia, todo aquello que hace parte de su identidad, en cuanto a las emociones se escogió el miedo, tristeza, alegría, desagrado y la ira porque según DR. Ekman (Group, 2004) Declara que después de unos estudios se revelan estas 5 emociones básicas que tiene el ser humano y las manifiesta a través de las expresiones faciales.

Por medio de una investigación se creó el nombre HANTI, que significa raíces en somalí, simboliza la conexión con la identidad y la resiliencia que se encuentran en nuestras raíces. La elección de este nombre se inspira en la fortaleza de las mujeres en Somalia, quienes, según el documento de (Pérez Sánchez, 2020), enfrentaban una sociedad donde no tenían voz ni voto, viéndose obligadas a depender de los hombres incluso en situaciones de abuso. Esta resistencia refleja el propósito del emprendimiento: exaltar la historia, la identidad y la fuerza que se entrelazan en cada tejido, mostrando a las nuevas generaciones el valor que tiene el trabajo artesanal y lo importante que es mantenerlo y transmitirlo a las nuevas generaciones.

A partir de esto se generó la imagen de la marca por medio de la herramienta de diseño de identidad visual, la marca refleja las raíces que se entretajan fuerte para formar una base estable y fuerte que dura, esta contiene la identidad, vivencias y personalidad que hacen parte de nuestras raíces. Su paleta de color de colores tierra refleja esas raíces y a su vez la parte artesanal del emprendimiento.

De manera similar, en el departamento de Nariño, Colombia, según Ordoñez (2021), las mujeres han sido guardianas de conocimientos que trascienden lo técnico: saberes que se tejen con memoria, emociones y vivencias personales. En ambas culturas —la somalí y la nariñense— el tejido no es solo una práctica artesanal, sino un lenguaje silencioso que permite expresar aquello que conforma la identidad de cada persona: su historia, su fuerza, su forma de resistir y de habitar el mundo.

La elección del nombre HANTI, que significa “raíces” en somalí, no busca apropiarse de una cultura ajena, sino construir un puente simbólico entre experiencias femeninas que, aunque nacen en territorios distintos, comparten un mismo espíritu: mujeres que, desde lo íntimo y cotidiano, bordan su identidad con hilos de memoria, resistencia y sentido. En este tejido intercultural, lo importante no es el lugar de origen, sino el acto de reconocerse a través de lo que se crea con las manos y con el alma.

Proceso de Bocetación

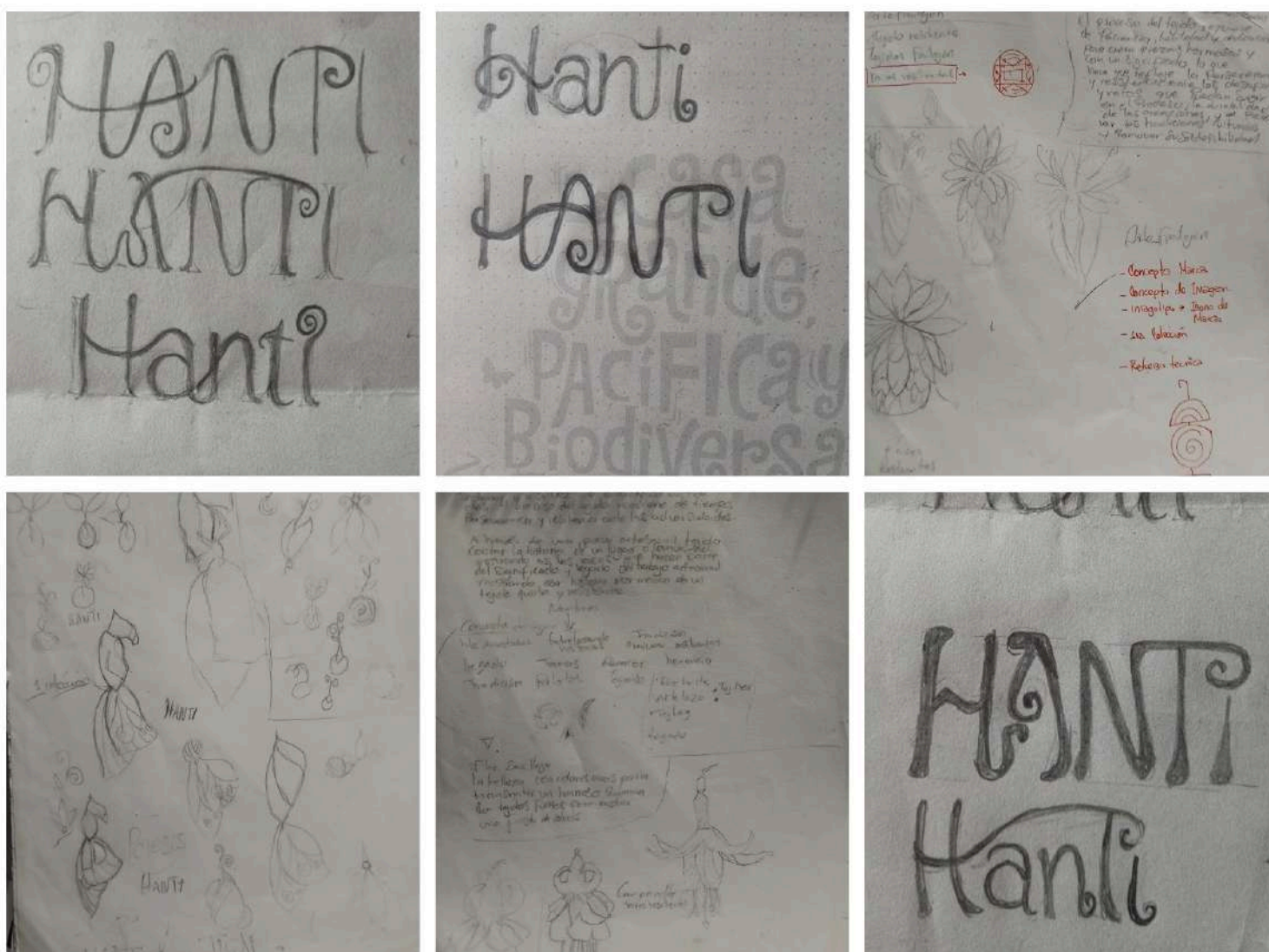


Imagen 13

Prototipo 1



Prototipo 2



Prototipo 3



Prototipo 4



Final



ESTILO DE VIDA



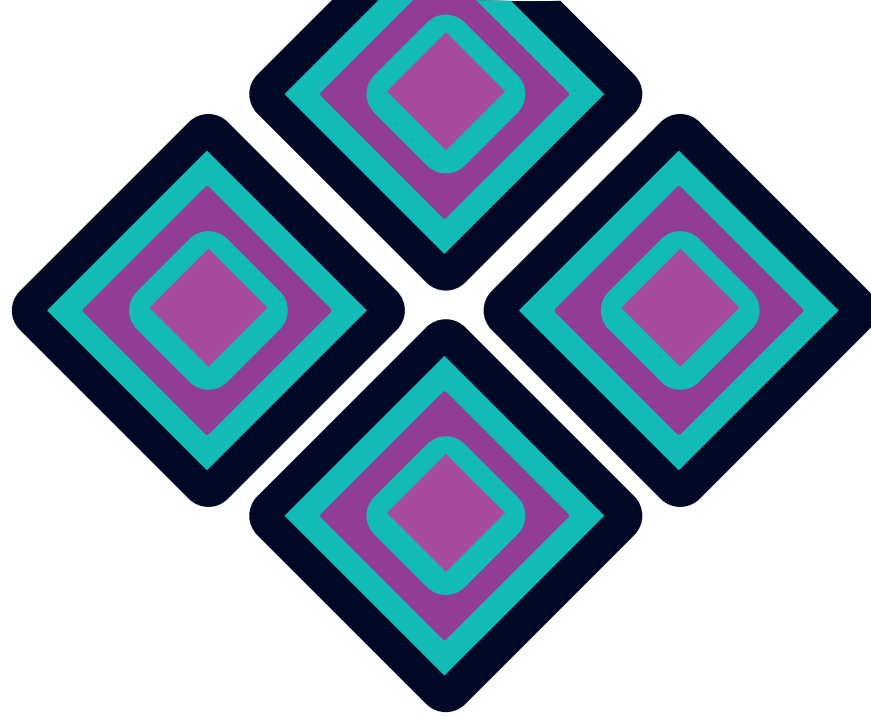
Para desarrollar la colección y lograr que cada pieza narrara la historia de la persona que la inspiró, se aplicó una encuesta en Google Forms con preguntas sobre personalidad, emociones, valores y entorno. A partir de estas respuestas se obtuvo la información necesaria para traducir rasgos individuales en formas y colores, articulando un proceso creativo basado en la morfología y acompañado por un journal que permitió identificar las decisiones más acertadas antes de llegar a los diseños finales.

La creación de las composiciones visuales refuerza el carácter artesanal y emocional de HANTI. Cada pieza funciona como un libro tejido con hilos: cada forma, volumen y textura cuenta la historia de quien la inspira. Por esta razón, la colección está compuesta por once piezas, un número que permitió explorar lenguajes formales, técnicas y gamas cromáticas variadas sin sobrecargar el proyecto, logrando un equilibrio entre calidad, coherencia y representatividad del concepto general de la marca.

Carolina Ordoñez

Es una joya nacida de la introspección, que encuentra fuerza en la quietud y magia en lo invisible. Representa a quienes caminan en silencio con firme convicción, combinando colores profundos, formas simbólicas y emociones sutiles. Refleja una personalidad introvertida que florece en la soledad, halla compañía en los animales, calma en la música y sentido en lo inexplicable. Su mundo interior es un bosque de pensamientos donde conviven fantasía, muerte, misterio y la belleza de lo imperceptible.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

Rombo: símbolo central que representa lealtad, humildad, respeto y motivación para construir un futuro sólido cuidando a los seres amados. También expresa la pasión tranquila por la música, en especial por una banda de rock que se convierte en hogar emocional.

AZUL OSCURO

Refleja la personalidad introvertida y el refugio de la soledad; color de lo profundo, que no busca validación externa.

AGUAMARINA

Simboliza espontaneidad, tranquilidad al evitar conflictos y la felicidad simple de hobbies como cantar, caminar o dibujar.

VIOLETA

simboliza la conexión con lo oculto y lo mágico, la fascinación por los gatos, el misterio, la muerte y la fantasía. También representa el vínculo emocional con los animales como fuente de ternura y calma.







Lorena Pantoja

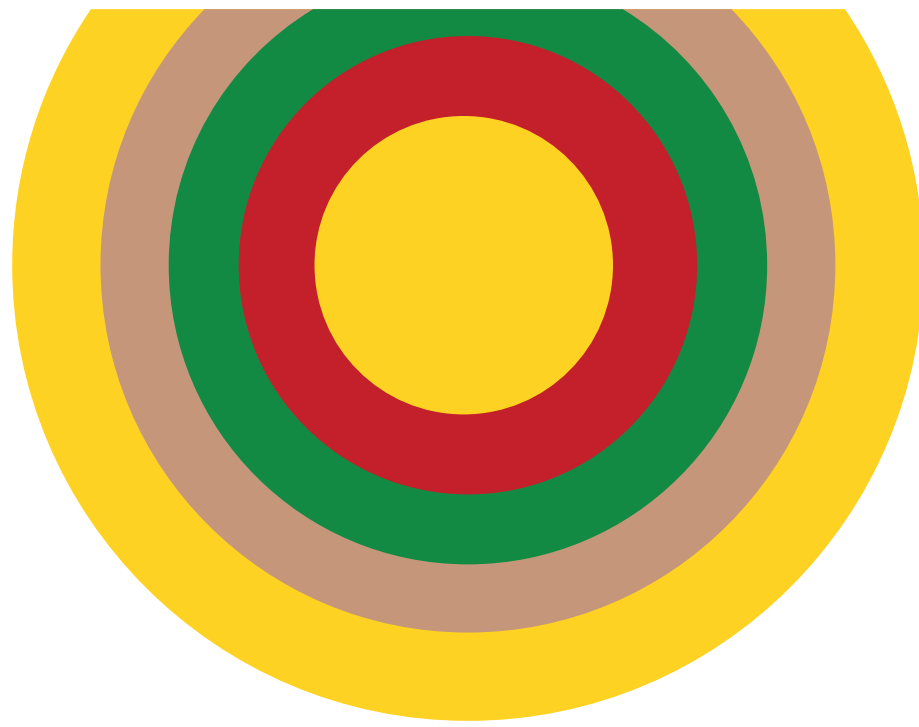
Es una joya que refleja la dualidad de una identidad rica y compleja: una personalidad introvertida que esconde un universo de emociones intensas bajo una apariencia serena.

Cada forma, color y trazo tejido expresa contradicciones que conviven: fuerza y sensibilidad, contención y fuego, calma y lucha.

La pieza surge del equilibrio entre lo que se muestra y lo que se calla, entre emociones que arden y otras que reposan en silencio. Es una

historia tejida con decisiones firmes y sentimientos profundos que, aunque a veces se ocultan por protección, nunca desaparecen.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

Triángulo: representa la introversión, las decisiones drásticas y la contención emocional. Es el filo interno que toma decisiones valientes, aunque no siempre se expresen en voz alta. Círculo: símbolo de la bondad, la honestidad, la generosidad y la conexión emocional. Refleja la suavidad de quien elige cuidar, perdonar, compartir.

ROJO

Representa la ira y la capacidad de tomar decisiones con fuerza; expresión del carácter colérico que lucha por lo que cree.

CAFÉ CLARO

Expresa comodidad emocional con quienes inspiran confianza, amor por la música y hobbies que nutren el alma; también cubre la tristeza con suavidad y sin dramatismo.

AMARILLO

Simboliza el deseo de superación y la alegría que se mantiene incluso en la dificultad; motor de sueños, estudios y crecimiento.

VERDE

Refleja la tranquilidad de los espacios seguros y los momentos con personas cercanas, donde todo se siente en equilibrio.









RAÍZ SILENCIOSA

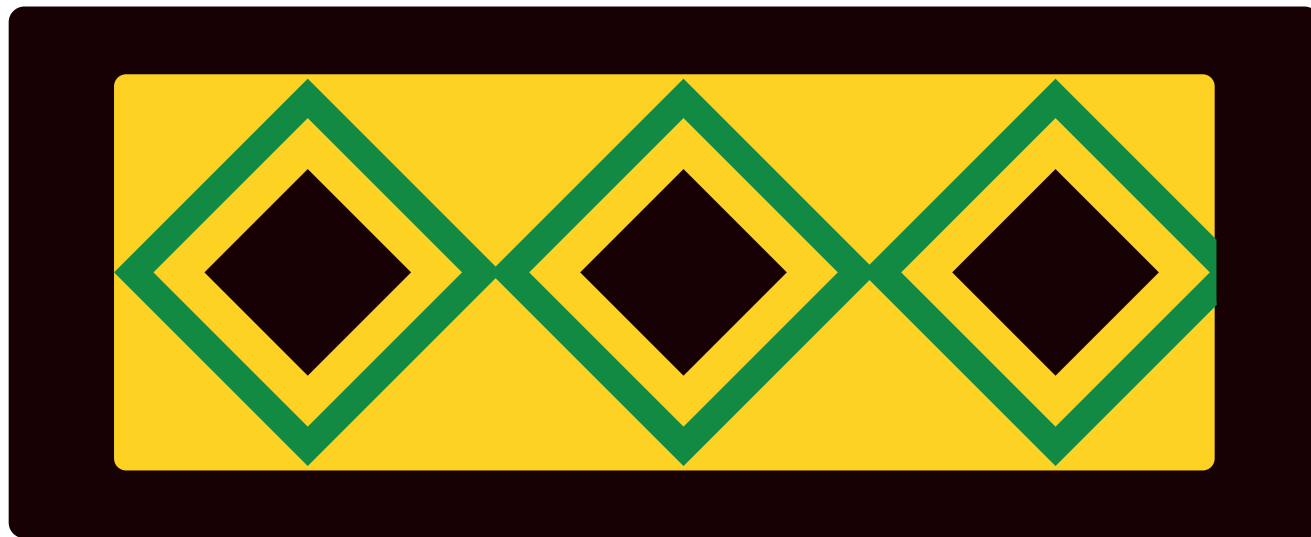


Carlos Acosta

Una joya que crece hacia adentro, tejida desde el silencio interior y la calma de la música, una mascota, la lectura o la ilustración. Representa una personalidad introvertida, sincera y comprometida, que florece con esfuerzo constante y la meta de construir su propio camino y mundo.

No busca brillar hacia afuera, sino sostenerse desde lo profundo. Cada color y forma narra una historia de crecimiento, sensibilidad y transformación.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

Rombo: representa la personalidad introspectiva y conectada con su mundo interior.

Rectángulo: simboliza sinceridad, compromiso y perseverancia; la estructura del esfuerzo silencioso.

Triángulo: refleja el crecimiento personal y la voluntad de superarse a través de la experiencia.

Espiral: expresa el movimiento creativo que guía hobbies como ilustrar, leer, pintar, escuchar música o jugar, espacios íntimos de exploración y expresión.

CAFÉ

Color de la música que calma, del miedo que se reconoce, de los hobbies que construyen identidad.

VERDE

Los lugares abiertos, los viajes y el carácter flemático que sabe encontrar paz en lo simple y conexión con lo esencial.

BEIGE

La calma, el refugio en las mascotas, el equilibrio emocional que se cultiva desde lo cotidiano.

AMARILLO

la felicidad y el sueño de tener su propia empresa, símbolo de metas que brillan sin estridencias.







FULGOR INTERIOR



Diana García

Es una joya que irradia con la fuerza de quien vive con pasión, autenticidad y disciplina. Es una pieza que encarna el impulso de una personalidad extrovertida, marcada por la energía que contagia, por la emoción de alcanzar logros, por la alegría que nace de ser fiel a sí misma.

Esta joya es el reflejo de una identidad que no teme ser visible, que vibra alto y sueña en grande. Cada forma, cada color, ha sido elegido para representar un universo emocional y espiritual donde la pasión por el baloncesto se cruza con la tranquilidad de la lectura, y la fe en Dios guía cada paso con firmeza.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

--**Forma de estrella:** representa las aspiraciones altas, el deseo de ser profesional, de brillar por mérito y esfuerzo. Es el símbolo del éxito y de la constancia.

-**Círculo:** representa los lugares donde se siente más auténtica: la cancha, la habitación, la familia, y la conexión profunda con Dios. Es símbolo de plenitud, unión y espiritualidad.

FUCSIA

Simboliza la extroversión, la pasión, la disciplina y la autenticidad. Es energía emocional que da forma a la felicidad de las metas alcanzadas y a la impaciencia que impulsa el movimiento constante.

VIOLETA

simbolo de pasiones que equilibran la fuerza; color del baloncesto y la lectura, donde la calma se abre paso en medio de la intensidad.

AZUL

calma que acompaña la lectura y respiro en medio de la energía; color del pensamiento introspectivo que coexiste con la acción.





ESENCIA VIVA

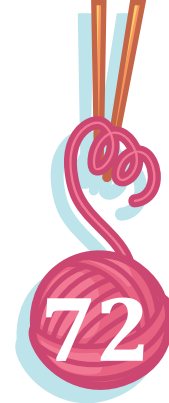


Foto: colorsepia_23

Leydi Grueso

Refleja plenitud y empatía, transmitiendo una conexión profunda con las emociones humanas. Incluye sentimientos intensos como la alegría y el enojo, el amor sincero hacia la familia, así como la pasión por la danza y el canto, expresiones que liberan y dan vida. A ello se suma la firme convicción en Dios, que guía y fortalece, conformando un conjunto de valores y vivencias que se entrelazan para dar forma a la identidad de la persona.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

Alegría, enojo y empatía, cada una representa algo significativo, pero en conjunto para componer una forma central de toda la pieza:

Girasol: representa la alegría, compuesto por el círculo que representa la familia y los triángulos la empatía.

NARANJA

La alegría, la pasión por la danza y el impulso emocional como el enojo

VERDE

La empatía, la prudencia y la serenidad del carácter flemático.

CAFÉ OSCURO

La compañía de la familia, la introspección y la sabiduría adquirida con el tiempo.

AMARILLO

La alegría auténtica, la creatividad y la calidez espiritual.

AZUL

La conexión con Dios, la personalidad introvertida y la sabiduría emocional.





VIBRAS TEJIDAS



Foto: colorsepia_23

Camila Terán

Representa la identidad única de la persona, integrando en cada tejido no solo técnica y detalle, sino también elementos simbólicos que guardan un significado profundo.

Cada forma, color y textura se convierten en huellas de experiencias, memorias y sentimientos que narran su recorrido vital. Es una fusión entre lo visible y lo intangible, donde el tejido trasciende lo material para transformarse en un lenguaje silencioso que cuenta su historia, evocando raíces, emociones y vivencias, que hacen irrepetible a quien lo porta.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

Círculo: Representa la unidad y la familia, símbolo de unión y continuidad en los lazos que permanecen.

Triángulo: Simboliza la amistad y la conexión emocional, reflejando confianza, apoyo y equilibrio en las relaciones.

Pentágono: Expresa la responsabilidad, asociada al compromiso, la solidez y la importancia de cumplir con los valores.

Hexágono: Representa la alegría y la armonía, evocando equilibrio y bienestar en la vida cotidiana.

Flor margarita: Refleja alegría, positivismo, calma y armonía, transmitiendo pureza y sencillez.

AMARILLO

Representa la alegría, la vitalidad y la energía luminosa, que inspira optimismo y entusiasmo en la vida cotidiana.

AZUL

Refleja la calma y la tranquilidad, evocando serenidad, equilibrio interior y un respiro en medio del movimiento constante.

AGUAMARINA

Simboliza el amor y la tranquilidad de la naturaleza, evocando frescura, armonía y paz.

BLANCO

Refleja el cariño y la ternura, asociado a la pureza, la sencillez y la sinceridad de los sentimientos más nobles.





LATIDOS ESENCIALES

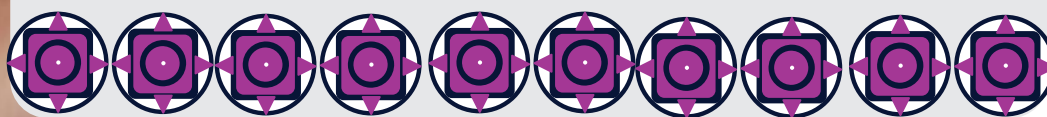


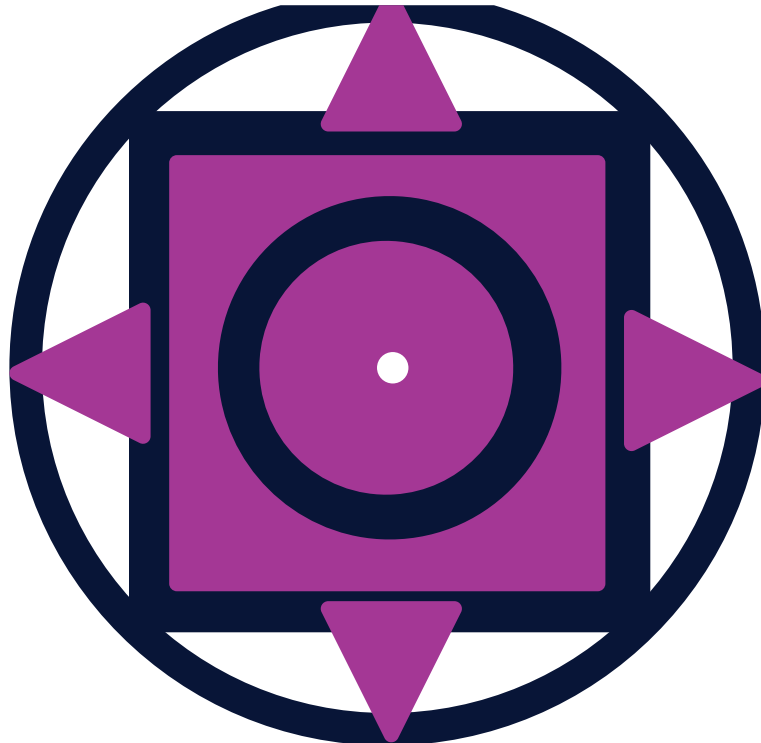
Katherin Celis

Personalidad extrovertida y apasionada. Refleja cualidad, emociones, creencias y motivaciones profundas, las cuáles hacen parte de la identidad personal.

Refleja algo tan fundamental como es la fe en Dios, que a pesar de tener emociones como la tristeza y el miedo, su fe es un pilar tan fundamental que hace que estas no tengan control en su vida.

También podemos ver cualidades que la caracterizan tales como lo apasionada al hacer las cosas, la sinceridad, amabilidad y la empatía.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

Triángulo: Justicia y equilibrio. Representa su deseo de actuar con rectitud y tomar decisiones justas.

Cuadrado: Confianza y seguridad. Denota estabilidad, firmeza y la importancia de valores sólidos en su vida.

Círculo: Protección y solidaridad. Simboliza el cuidado hacia los demás, la unión y el valor que da a las relaciones cercanas.

MORADO

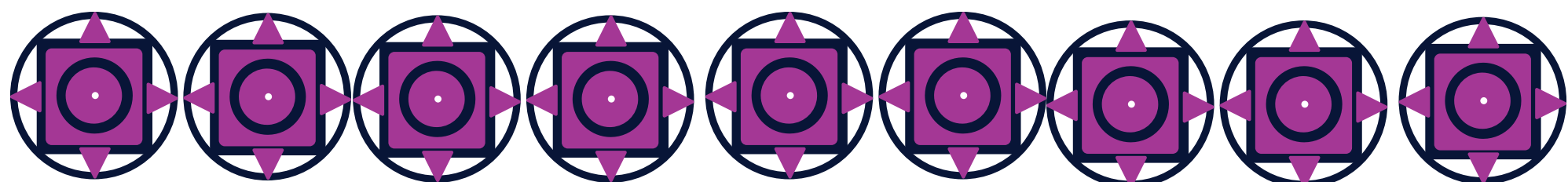
Asociado al miedo y la ansiedad, pero también refleja espiritualidad e introspección. En la persona, se conecta con su sensibilidad, su búsqueda interna y su tendencia a la reflexión profunda.

AZUL

Relacionado con la tristeza, pero también con serenidad y calma. Representa momentos de introspección y su forma de enfrentar los retos con paciencia.

BLANCO

Significa fe en Dios, paz y pureza. Para la persona, es el color que refleja su espiritualidad, confianza y el pilar fundamental de su vida.





SILENCIOS BRILLANTES



Claudia Guarnizo

Captura la profundidad de una personalidad introvertida, cuya alegría no solo ilumina su mundo interno, sino que tiene el poder especial de hacer reír a los demás.

La amistad es un pilar fundamental en su vida y valores como la honestidad, el respeto y la justicia, emociones muy marcadas tales como la ansiedad, alegría y tristeza.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

Triángulo: Justicia y equilibrio, asociado con su búsqueda de actuar con rectitud y coherencia.

Cuadrado: Simboliza confianza y estabilidad, características que proyecta en sus relaciones y proyectos.

Círculo: Protección y unión, conectado con su deseo de cuidar y mantener cercanas a las personas importantes en su vida.

AMARILLO

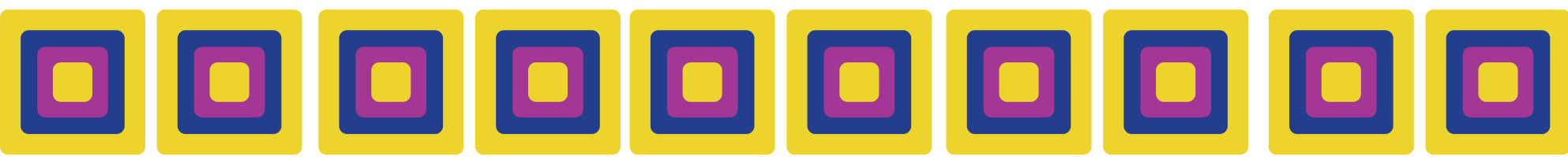
Representa alegría, energía y creatividad. Para la persona, este color conecta con su lado optimista y con la vitalidad que imprime en sus proyectos.

AZUL

Relacionado con la tranquilidad y la confianza. Este color refleja su capacidad de introspección, serenidad emocional y su tendencia a buscar estabilidad en su entorno.

MORADO

Vinculado con el misterio, la espiritualidad y también la ansiedad o el miedo. denota sensibilidad emocional, profundidad en su forma de pensar y cierta inclinación hacia la autocrítica.





ECOS DEL SILENCIO

Foto: colorsepia_23



Sharon Yanten

Un juego de joyas que nace desde lo más íntimo de una personalidad introvertida y flemática, tejida con calma, fe y emociones profundas. Cada pieza encarna un universo personal donde el silencio no es vacío, sino un espacio sagrado lleno de significados, sonidos suaves, pensamientos que fluyen y una conexión constante con lo esencial. Esta colección se expresa a través de formas y colores que no solo decoran, sino que hablan de una identidad tranquila, emocionalmente compleja y espiritualmente conectada. Ecos del Silencio no busca brillar con estridencia, sino con intención. Cada joya es un reflejo de quien habita con serenidad su mundo interior, de quien encuentra belleza en los pequeños rituales, de quien ama con profundidad y cree con convicción.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

Círculo: fluidez, calma, el vaivén del silencio y la música, el movimiento sin sobresaltos. También representa el compromiso, como un lazo sin principio ni fin.

Cuadrado y rectángulo: confianza, honestidad, estructura, orden. Formas que anclan la vida en principios sólidos como la familia, el compromiso y la organización.

AZUL

Representa la introversión, el carácter flemático, la tristeza que habita con profundidad y la calma que sostiene el día a día. .

ROSA

Representa el amor, romanticismo y sensibilidad emocional.

AMARILLO

Un destello de felicidad auténtica que brota desde dentro, pequeña pero poderosa, como una sonrisa inesperada.

MORADO

La profundidad de las creencias, la fe en Jesús, la espiritualidad silenciosa pero firme.

BLANCO

la conexión luminosa y pura con Jesús, guía espiritual y refugio del alma.



LATIDO SERENO

87

Foto: colorsepia_23

Maryeth

Joya tejida desde el corazón tranquilo de quien no necesita alzar la voz para habitar con fuerza el mundo. Representa una personalidad introvertida y flemática, enraizada en la empatía, la sencillez y una profunda conexión con lo natural.

Cada forma, color y símbolo guarda en sí una historia: el miedo y el enojo que también habitan en quienes sienten con profundidad; la alegría callada de caminar por el campo; el placer de cocinar con amor; la compañía silenciosa de los animales; la claridad de valores como el respeto, la honestidad y la lealtad. Todo ello, tejido con calma, como un latido que no se apura, que florece en su propio ritmo.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

Flor roja: figura de la empatía, la ayuda silenciosa, la presencia amable.

Espiral: representa la creatividad viva que se expresa en la cocina como acto de cuidado y expresión.

Cuadrado: la base firme de la responsabilidad, el respeto y la honestidad.

Rombo: la lealtad como pilar, como una guía interna que acompaña decisiones.

Círculo: símbolo de sencillez, de vida sin adornos innecesarios, de ser auténtico con uno mismo. Es símbolo de plenitud, unión y espiritualidad.

AZUL OSCURO

Esencia de la personalidad introvertida, profunda y reflexiva.

ROJO

Emociones intensas como el miedo y el enojo que, aunque no se vean siempre, también tienen su espacio y significado.

VERDE

Símbolo de naturaleza, de campo abierto, de tranquilidad buscada y habitada. También representa la meta más clara: vivir en paz.

DORADO

Carácter flemático que brilla sin imponerse, como la luz suave del sol al atardecer.





Fotografia 14

Fotografia 18

Foto: colorsepia_23

RAÍZ VIBRANTE



Camilo Varona

Expresa una personalidad vibrante, emocionalmente fluida y conectada con lo esencial. Cada forma, cada color, cada trazo representa la intensidad de una vida vivida desde la emoción, la pasión y los vínculos reales. Esta colección está inspirada en personas extrovertidas que abrazan el mundo con energía y verdad, pero también esconden una raíz profunda, flemática, que sostiene y da equilibrio. Es una danza entre la euforia y la ternura, la expresión y la introspección.





PSICOLOGÍA DEL COLOR

EMOCIONES Y VALORES

Flor roja: figura de la empatía, la ayuda silenciosa, la presencia amable.

Espiral: representa la creatividad viva que se expresa en la cocina como acto de cuidado y expresión.

Cuadrado: la base firme de la responsabilidad, el respeto y la honestidad.

Rombo: la lealtad como pilar, como una guía interna que acompaña decisiones.

Círculo: símbolo de sencillez, de vida sin adornos innecesarios, de ser auténtico con uno mismo. Es símbolo de plenitud, unión y espiritualidad.

CAFÉ CLARO

La sorpresa como chispa emocional, como forma de estar despierto al mundo.

BEIGE

Fluidez emocional y plenitud el espacio donde las emociones fluyen sin resistencia.

ROJO

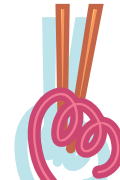
Pasión, alegría, amor, amistad — una energía que contagia, que abraza sin miedo.

CAFÉ OSCURO

El carácter flemático que se esconde en lo profundo tierra firme, raíz emocional.







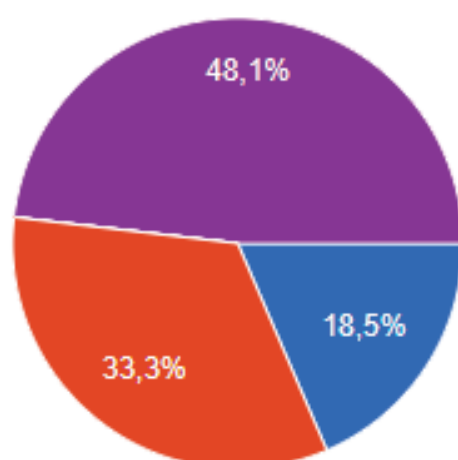
Encuesta formulario de Google

Se realizó una encuesta de formularios de Google con el fin de determinar aspectos de la personalidad, entorno, emociones, intereses, pasiones, hobbies, todo aquello que hace parte de la identidad de la persona, para después extraer los elementos más importantes y relevantes para la elaboración de las piezas.

personalidad: ¿Cómo describes tu personalidad?

27 respuestas

 Copiar gráfico

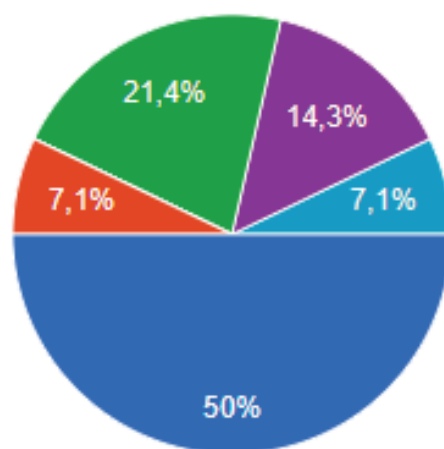


- Extrovertida: personas muy sociables que necesitan estar en continuo contacto con la gente, compartiendo y...
- Introvertida: suelen ser reservadas y evitar las situaciones sociales muy co...
- Tímida: Cuando una persona siente timidez es posible que dude en decir...
- Retraída: se refiere al auto-aislamiento de las personas en relación con su gr...
- cesar clase

¿Qué emociones predominan en tu vida cotidiana ?

14 respuestas

 Copiar gráfico

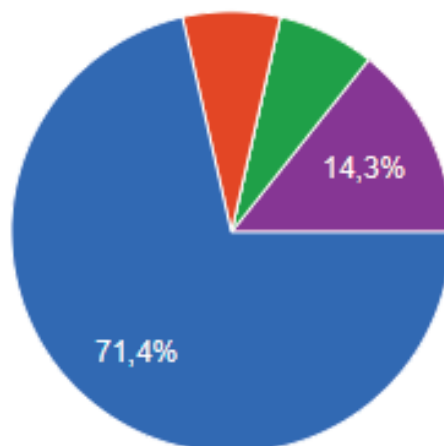


- Miedo: Anticipación de una amenaza o peligro (real o imaginario) que produc...
- Desagrado: Disgusto o asco hacia aquello que tenemos delante.
- Ira: Rabia, enojo que aparece cuando las cosas no salen como queremos o...
- Alegría: Sensación de bienestar y de seguridad que sentimos cuando cons...
- Tristeza: Pena, soledad, pesimismo a...
- Sorpresa: Sobresalto, asombro, desc...

¿Cómo es tu carácter?

14 respuestas

 Copiar gráfico



- Flemático: personas calmadas, pacientes controladas, perseverantes,...
- Sanguíneo: personas Optimistas Cariñosos/as con los demás Se focali...
- Amorfo: personas Despreocupados Impuntuales y poco educados con los...
- Apático: personas Melancólicos Poca motivación Conformistas Tranquilos C...
- Colérico: personas Toman poco tiempo para sus relaciones personales, llevan...

JOURNALING

Journaling

96

El journaling según (academy, 2023) es una práctica creativa y reflexiva que consiste en registrar diariamente pensamientos, ideas, metas y experiencias. No se limita únicamente a la escritura: también puede incluir dibujos, fotografías, esquemas, recortes, listas y cualquier otro elemento que ayude a expresar lo que se vive o se desea alcanzar. Es una herramienta personal muy versátil, que puede adaptarse a distintas intenciones y necesidades. Existen diversos tipos de journaling, entre ellos:

- Journaling de gratitud.
- Journaling de objetivos.
- Journaling de aprendizaje.
- Journaling de viajes.
- Journaling de reflexión.
- Journaling de escritura automática.

En el contexto del proyecto de diseño, se decidió implementar un journaling de diseño como herramienta de recolección y documentación del proceso creativo para la elaboración de una colección. Esta práctica se enmarca dentro del journaling de aprendizaje, ya que permite registrar todo el conocimiento generado a partir de la experimentación con materiales, técnicas y la interacción con distintas personas involucradas en el proceso.

Proceso de creación del JOURNALING



1

Selección de materiales

Se analizan las propiedades de los hilos y fibras textiles, considerando texturas, resistencia, maleabilidad y sostenibilidad.



2

Exploración de formas

Se estudian las posibles estructuras y siluetas que mejor representen la identidad de cada persona, asegurando que el diseño tenga coherencia conceptual y funcionalidad.



3

Diseño morfológico

Se analiza la interacción de las piezas con el cuerpo, explorando cómo pueden adaptarse a diferentes estilos y expresiones personales.



4

Bocetación de los diseños

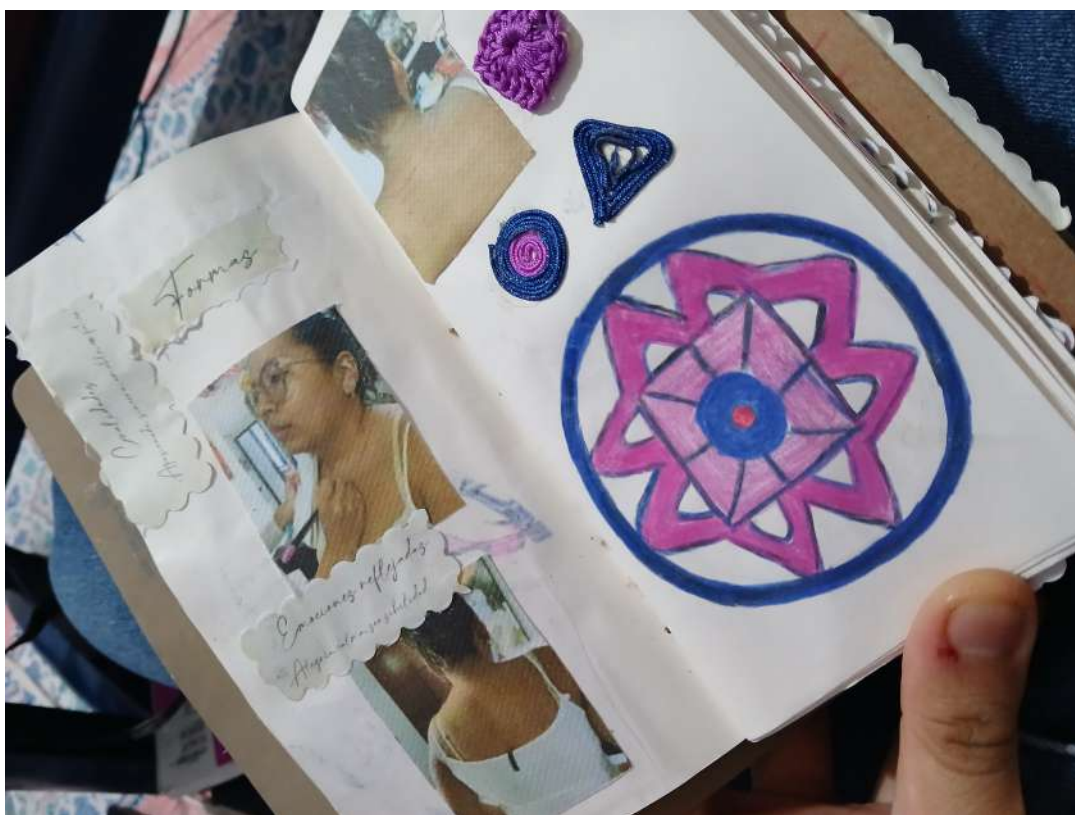
Se realizan dibujos y representaciones gráficas que plasman la visión de cada pieza, permitiendo evaluar su estética y viabilidad técnica.



5

Prueba de colores

Se experimenta con diferentes paletas cromáticas para encontrar aquellas que mejor transmitan los valores y emociones asociados a cada identidad.



Diseño de Empaque

Se realizó una un diseño con las siguientes características: Este empaque ha sido diseñado no solo para proteger la joya, sino para honrar su esencia y permitir que su belleza hable por sí sola. Su estructura busca preservar cada detalle de la pieza, mientras la realza como un pequeño tesoro digno de ser contemplado. En el interior, una etiqueta cuidadosamente elaborada ofrece información sobre los materiales, técnicas utilizadas y recomendaciones para su cuidado, conectando a quien la recibe con el trabajo y la dedicación detrás de cada creación. En la parte frontal, una ventana transparente invita a descubrir la joya antes de abrir el empaque, generando un vínculo visual y emocional inmediato. En la parte posterior, una etiqueta narra la historia única de la pieza, revelando su inspiración, origen y el alma artesanal que le da vida.





1. Primera textura (geométricos rojos sobre rojo intenso)

Esta textura representa la voz gráfica de las raíces. Los trazos geométricos recuerdan símbolos ancestrales que hablan sin palabras, como si cada forma tejiera un fragmento de historia, un recuerdo colectivo. En HANTI, esta textura es un homenaje a los orígenes, al legado que nos sostiene y guía. El rojo vibrante encarna la fuerza vital que pulsa en cada hilo y en cada historia tejida con sentido.

2. Segunda textura (patrón rojo sobre rojo claro con líneas curvas)

Esta textura expresa la fluidez de los saberes tejidos. Inspirada en la memoria del tejido continuo, evoca caminos, ríos y movimientos que reflejan la sabiduría que fluye entre generaciones. En HANTI, estas formas representan el hilo invisible que une lo vivido con lo que está por nacer. Es una textura que envuelve y conecta, como lo hacen los relatos pasados de abuelas y abuelos en cada puntada.

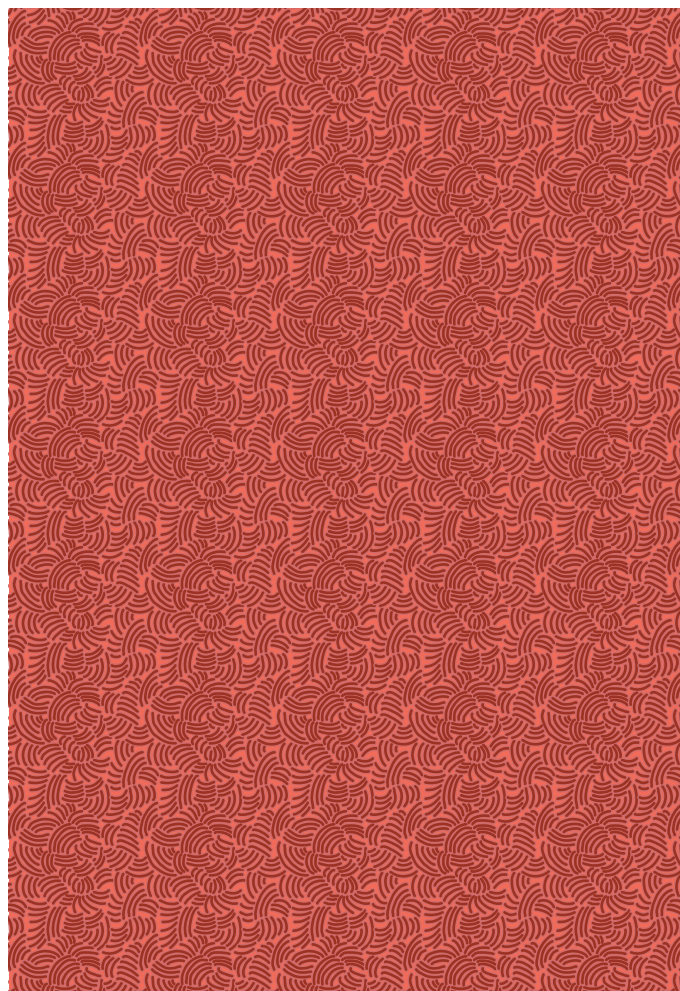
Diseño de texturas Complementarias



Textura 1



Textura 2





Fotografía tomada por: colorsepia_23

Capítulo 3:

Implementación y/o Materialización

Referentes que inspiren el proceso



El tejido y la simbología de los pastos



El proyecto de investigación de Figueroa (2019) tuvo como objetivo resaltar la cultura de los Pastos en el municipio de Cumbal, Nariño, destacando su simbología y tradición ancestral. Se centraron en el arte del tejido, específicamente el tejido en guanga, propio de esta comunidad, y el crochet, técnica adoptada por ellos. El proceso de investigación se desarrolló en cuatro etapas: acercamiento a la comunidad, ideación de propuestas culturales, experimentación con materiales y creación de prototipos. Como resultado, se creó la línea de ropa ancestral Pawa, dirigida a los jóvenes de Pasto, que fusiona moda, tejido y costura para reivindicar el valor del trabajo artesanal y conectar a las nuevas generaciones con sus raíces culturales.

105

XZAE

Francisco Sepúlveda



XZAE es una empresa de moda fundada por Francisco Sepúlveda en Pasto, Nariño, que fusiona diseño contemporáneo con raíces culturales a través del tejido de punto. Nacida con apoyo del Fondo Emprender del SENA en 2013, ha ganado reconocimiento nacional e internacional en pasarelas como Bogotá Fashion Week y Africa Fashion Week. Su propuesta valora la creatividad, el trabajo artesanal y la identidad local, demostrando que es posible innovar sin perder el vínculo con lo ancestral.

El artesano como creador y recreador



Según Torcivia (2019), para Macoritto las artesanías son más que elementos decorativos: son expresiones culturales que fusionan materiales, saberes y habilidades heredadas. El artesano no solo crea, sino que también transmite historia, identidad y valores a través de sus manos. Cada pieza artesanal es única, ya que refleja la creatividad y afecto del artesano, y funciona como una forma de narrativa cultural que conecta el pasado con el presente.

El artesano como creador y recreador



Dr. Ramón D. Rivas

Rivas (2018) afirma que la artesanía es patrimonio cultural porque preserva la identidad y saberes de los pueblos, transmitidos entre generaciones. Andrade-Amoroso (2020) la describe como una forma de vida ligada a la cosmovisión y tradiciones comunitarias. Vallejo (2011) señala que su concepto moderno surge del movimiento Arts and Crafts, destacando la producción manual creativa como forma de resistencia cultural.

Descripción de Resultados

Con el objetivo de evaluar cómo es percibida la marca por parte del público y qué tan atractivos resultan sus productos, se ha desarrollado una encuesta a través de Google Forms. Esta herramienta permitirá recolectar información clave que servirá para testear si las personas logran identificarse con el propósito de la marca, si encuentran valor en lo que ofrece y qué aspectos podrían mejorarse para generar una mayor conexión.

1. Percepción de la marca

Esta sección analiza cómo las personas interpretan el nombre de la marca, qué sensaciones o ideas les transmite, y si genera confianza y diferenciación. También se exploran asociaciones como innovación, estilo o calidad, para evaluar si el branding comunica bien sus valores y destaca frente a otras marcas.

Ejemplos de preguntas:

- ¿Qué te transmite el nombre de la marca?
- ¿Te parecería confiable en redes o tiendas?
- ¿Se diferencia de otras marcas?

2. Interés y percepción sobre los productos

Se evalúa el atractivo del producto, su utilidad, motivos de compra, expectativas de precio, diseño y puntos de venta. Se incluye una pregunta abierta para sugerencias de mejora.

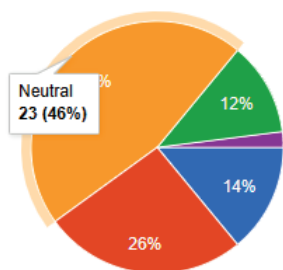
Ejemplos de preguntas:

- ¿Qué tanto te interesa este producto?
- ¿Qué lo haría más atractivo?
- ¿Qué precio considerarías adecuado?
- ¿Dónde prefieres comprarlo?

110

¿Qué tan atractivo te parece el nombre de la marca?

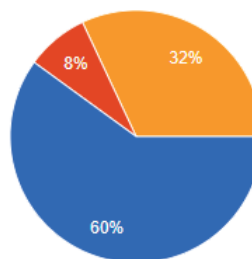
50 respuestas



● Muy atractivo
● Atractivo
● Neutral
● Poco atractivo
● Nada atractivo

¿Esta marca te parecería confiable si la vieras en redes sociales o una tienda?

50 respuestas

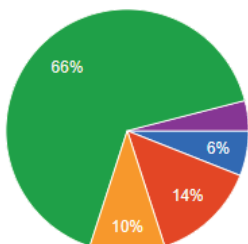


● Si
● No
● No estoy seguro(a)

[Copiar gráfico](#)

¿Con cuál de estas palabras asocias más esta marca?

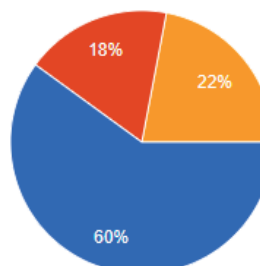
50 respuestas



● Innovación
● Calidad
● Estilo
● Tradición
● Ninguna de las anteriores

¿Esta marca se diferencia lo suficiente de otras que ya conoces?

50 respuestas

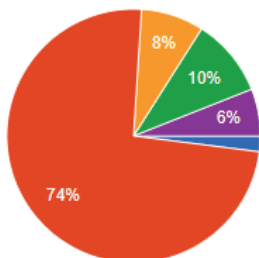


● Si
● No
● No estoy seguro(a)

[Copiar gráfico](#)

¿Cuál es tu edad?

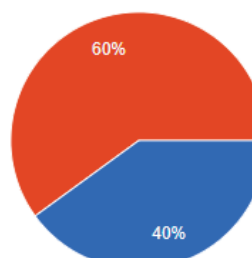
50 respuestas



● Menos de 18 años
● 18 a 30 años
● 30 a 40 años
● 40 a 50 años
● 50 a 60 años

¿Con qué género te identificas?

50 respuestas

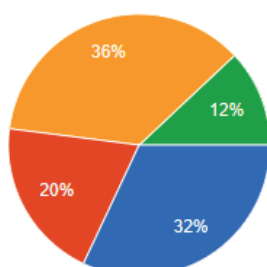


● Hombre
● Mujer
● Otro
● Prefiero no decirlo

[Copiar gráfico](#)

¿Con qué frecuencia compras accesorios o bisutería?

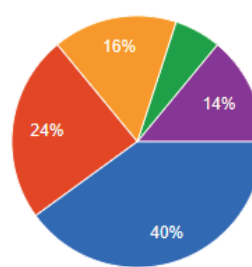
50 respuestas



● Casi nunca
● Una vez al año
● Cada de 3-6 meses
● Una vez al mes o más

¿Qué tipo de accesorios usas con más frecuencia?

50 respuestas

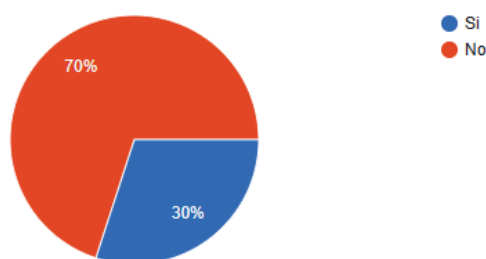


● Aretes
● Collares
● Pulseras
● Broches/Pines
● Otros

[Copiar gráfico](#)

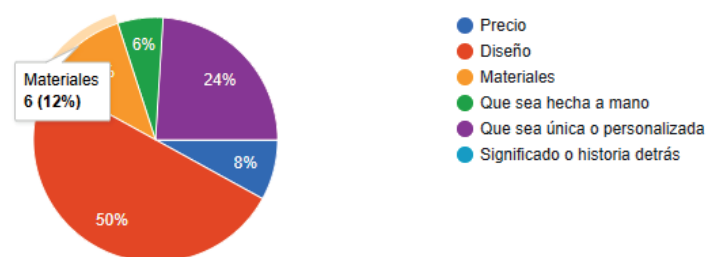
¿Conoces marcas que trabajen bisutería con tejido artesanal?

50 respuestas



¿Qué valoras más al comprar una pieza de bisutería?

50 respuestas

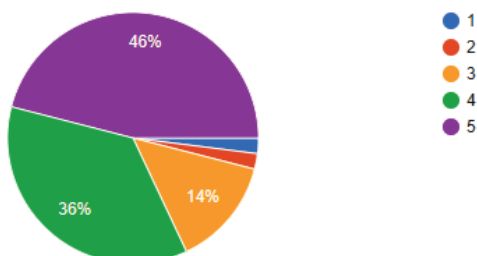


Copiar gráfico

¿Qué tan importante es para ti que un producto tenga un valor simbólico o emocional?

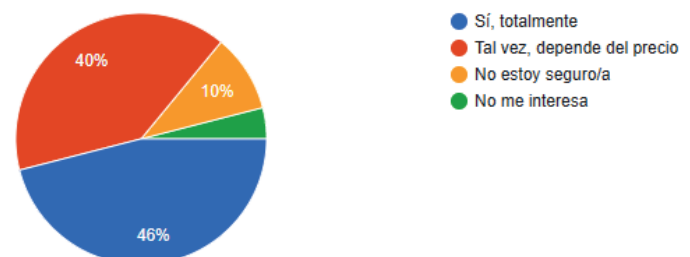
Escala de 1 a 5 (1 = nada importante, 5 = muy importante)

50 respuestas



¿Te interesaría comprar una joya tejida a mano con un diseño personalizado que represente tu historia, raíces o identidad?

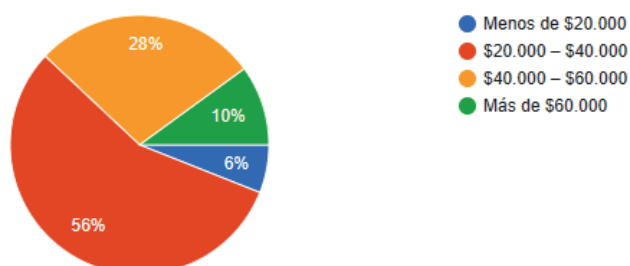
50 respuestas



Copiar gráfico

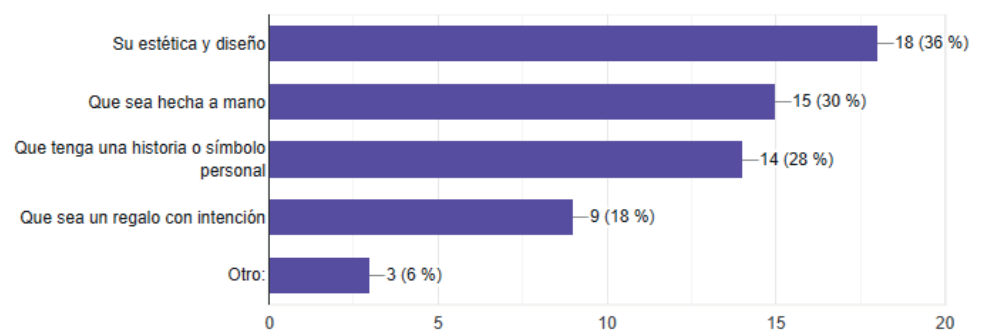
¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por una pieza artesanal tejida, única y personalizada?

50 respuestas



¿Qué te inspiraría a elegir una joya como las de HANTI?

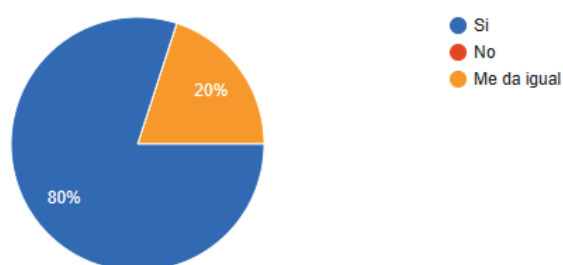
50 respuestas



Copiar gráfico

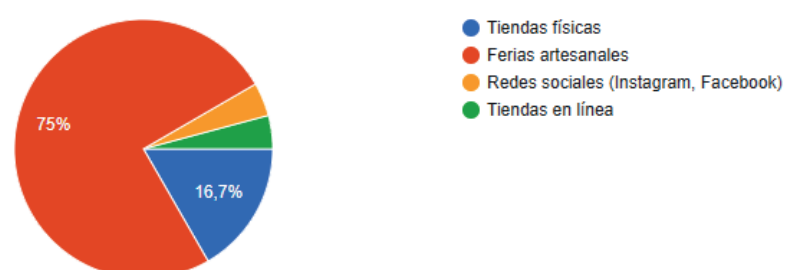
¿Te gustaría que la joya viniera con una historia explicativa o simbólica de su diseño?

50 respuestas



¿Dónde sueles comprar este tipo de productos?

48 respuestas



Copiar gráfico

Participación feria



La marca Hanti participó el 22 de mayo en la feria de diseño La Murga, organizada por la Universidad CESMAG, en el Campus Santiago. Estará presente en los stands comerciales para exhibir y vender sus productos artesanales, acercándose al público y potenciales clientes.

La feria será una oportunidad clave para observar la reacción de los visitantes frente al estilo y propuesta de la marca, evaluar su impacto visual y recibir comentarios en tiempo real.

Además, el stand permitirá reforzar la identidad de Hanti, destacando sus valores de conexión con las raíces y el saber artesanal, así como establecer vínculos con otros emprendimientos y explorar nuevas oportunidades de crecimiento.

Creación colección



Para el lanzamiento de la marca Hanti se creó una colección de 11 piezas inspiradas en la identidad de 9 mujeres y 2 hombres. Cada joya refleja emociones, pasiones y esencia personal, demostrando el poder narrativo del trabajo artesanal. Las piezas no solo plasman historias individuales, sino también los valores de Hanti: raíces, conexión y dedicación. La colección fue fotografiada por Ibonne Carlosama (@colorsepia_23) con vestuario de Yale Casa de Modas, y lleva por nombre Identidad. Su presentación oficial será en una pasarela el 5 de junio a las 11 a.m. en la sede Santiago de la Universidad CESMAG.

Creación Marca



HANTI es una marca cuyo nombre proviene del somalí y significa raíces. Simboliza la conexión con la identidad, la fortaleza interior y la resiliencia. Inspirada en la resistencia de las mujeres somalíes frente a contextos de opresión (Pérez Sánchez, 2020), la marca reivindica el trabajo artesanal como un acto de memoria, dignidad y resistencia cultural.

Desde este concepto se construyó su identidad visual: raíces entrelazadas como base firme, y una paleta en tonos tierra que conecta con lo ancestral. HANTI transmite un mensaje profundo sobre la importancia de preservar los saberes tradicionales y el valor del hacer manual.

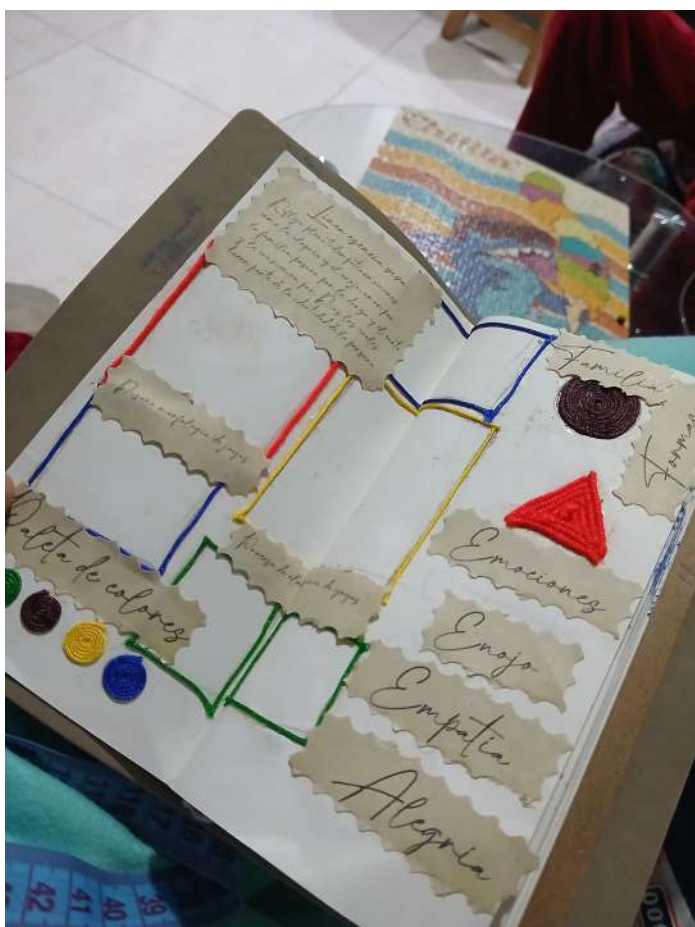
Pasarela

115



La colección se presentó en una pasarela que contó historias más que mostró productos. Cada joya, llevada por quien la inspiró, unió lo artesanal con lo emocional, reflejando vivencias y raíces, e invitando al público a conectarse con piezas que narran su propia historia.

Anexos



Aporte al diseño

HANTI aporta al diseño gráfico una visión profunda y significativa donde la identidad visual trasciende lo meramente estético para convertirse en un canal de comunicación de memoria, cultura y emoción. A través de su enfoque artesanal, integra símbolos, tramas y materiales ancestrales en un lenguaje gráfico contemporáneo, logrando que lo visual no solo represente, sino que narre y preserve saberes tradicionales.

El proyecto demuestra que el diseño gráfico puede ser una herramienta poderosa para visibilizar historias invisibilizadas, para conectar lo individual con lo colectivo, y para reforzar la identidad cultural desde una perspectiva ética y sensible. En lugar de construir una marca vacía o decorativa, HANTI propone un sistema visual coherente, arraigado en el territorio y cargado de sentido simbólico, donde cada color, forma y textura tiene una razón de ser.

Su propuesta de branding narrativo convierte cada pieza en una experiencia visual, emocional y simbólica, donde el diseño no solo embellece, sino que acompaña procesos de reconexión personal y social. De esta manera, HANTI amplía los límites del diseño gráfico tradicional y lo proyecta como una práctica comprometida con lo humano, lo local y lo ancestral.

Participación en la Gala de encuentro internacional

118



Participación de la marca Hanti en la gala de periodismo de encuentro internacional vistiendo a dos periodistas en colaboración con la marca Kantu_tejidos25 en cuanto al vestuario.

Conclusión

HANTI – Raíces Resilientes logró consolidarse como un proyecto que trasciende el diseño artesanal para convertirse en una expresión profunda de identidad cultural. A través de la técnica tradicional del crochet, reinterpretada desde una perspectiva contemporánea, se diseñó una colección única de piezas que no solo reflejan la estética del tejido, sino que narran historias personales, emociones y vínculos con lo ancestral. Cada creación no es simplemente un accesorio, sino un símbolo tangible de la memoria, la pertenencia y la resistencia cultural.

Este proyecto reivindica el trabajo artesanal como una forma legítima de narrativa, reconociendo el rol del artesano como portador de saberes ancestrales y como agente activo en la construcción del patrimonio cultural. Además, HANTI responde a una necesidad social: reconectar con nuestras raíces en un contexto dominado por el consumo masivo y la estandarización. El enfoque ético, emocional y personalizado del emprendimiento fortalece su propuesta de valor y lo posiciona como una alternativa consciente, con propósito y sentido.

Finalmente, el impacto de HANTI no solo se mide en piezas tejidas, sino en la transformación de la percepción hacia la artesanía. Este proyecto aporta a la visibilización del tejido como lenguaje visual, emocional y simbólico, reafirmando que la moda y el diseño también pueden ser canales de memoria, identidad y dignidad cultural.

academy, O. (2023, septiembre 11). Journaling: ¿Qué es? Santander Open Academy. <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/journaling-que-es.html>

Andrade-Amoroso, M. A.-Y.-R. (2020). Caracterización de los emprendimientos.

Ortega, J. M. R., & Figueroa, C. S. U. (2019). El tejido y la simbología de la cultura de los pastos en la indumentaria regional. *Encuentros de Investigación Formativa RAD*, (2), 314–329.

Mora, M. G., & Nexus-Gestando, U. T. (2014). Diferencia entre producto artesanal, arte manual y producto industrial.

Navarro-Hoyos, D. S. (2014). La artesanía como industria cultural: desafíos y oportunidades.

Página10. (2021, julio 18). Empresario nariñense Francisco Esteban Sepúlveda es el Personaje 10. <https://pagina10.com/web/empresario-narinense-francisco-esteban-sepulveda-es-el-personaje-10/>

Rivas, R. D. (2018). La artesanía: patrimonio e identidad cultural.

Vacacela Chalán, N. S. (2021). Diseño de accesorios articulados a corpiños con la aplicación de técnicas de tejido artesanal Saraguro (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Diseño y Arquitectura, Carrera de Diseño de Modas.

Cardozo, R. S. (2019). Manos que amasan la tierra y que cuentan historias... Destino Cafayate y Quebrada de las Conchas (Salta). En C. M. Torcivia, *Artesanías: entre materias, prácticas* (p. 114).

Ramírez, V. H., Domínguez, D. P., & Vallejo, M. A. A. (2011). Las mipymes artesanales como un medio de desarrollo para los grupos rurales en México. *Universidad & Empresa*, 13(21), 65–92.

Artesanías de Colombia. (1971). *Artesanías de Colombia*. Litografía Arco.

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

San Juan de Pasto, 23 de enero de 2026

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 **HANTI – RAÍCES RESILIENTES EMPRENDIMIENTO CREATIVO** presentado por la autora **Laura Melissa Celis Grueso** del Programa Académico de 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,



CAMILO ANDRÉS VARONA GUERRERO


c.c. 12.753.545 de Pasto
Programa de Diseño Gráfico
3112496774
Correo electrónico
cavarona@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Laura Melissa Celis Grueso	Documento de identidad: 1007149463
Correo electrónico: Lmcelis.9463@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3225447128
Nombres y apellidos del asesor: Camilo Andrés Varona Guerrero	Documento de identidad: 12753545
Correo electrónico: cavarona@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3112496774
Título del trabajo de grado: HANTI – RAÍCES RESILIENTES EMPRENDIMIENTO CREATIVO	
Facultad y Programa Académico: Facultad y Programa Académico: Arquitectura y Bellas Artes – 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.
- 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

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	<p>AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</p>	<p>CÓDIGO: AAC-BL-FR-031</p>
		<p>VERSIÓN: 1</p>
		<p>FECHA: 09/JUN/2022</p>

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:

- Permito(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 23 días del mes de enero del año 2026

Firma del autor	
Nombre del autor:	Nombre del autor: Laura Melissa Celis Grueso
<div style="text-align: center;">  </div> <p>Nombre del asesor: Camilo Andrés Varona Guerrero</p>	