

# DGNL.

**REVISTA DIAGONAL VOL.24**

Agosto 2023

ISSN 2256-1781 | En línea  
Circulación Semestral | Cali - Col.

**MOULAGE & MACRAMÉ**  
María Camila Herrera Sapuyes

Proyectos de Investigación Formativa  
de la Fundación Academia de Dibujo Profesional

# DG

**REVISTA DIAGONAL**  
Edición N° 24  
Enero - Junio 2023  
ISSN 2256 - 1781 (En línea)  
Circulación Semestral  
Cali - Valle del Cauca - Colombia.

# NL.

La **REVISTA DIAGONAL** es una publicación de la Unidad de Investigación de la Fundación Academia de Dibujo Profesional que publica los resultados reflexivos e investigativos alcanzados por los estudiantes en los diferentes módulos curriculares, proyectos integradores y proyectos de los semilleros de investigación del grupo de investigación EIDON en el campo disciplinar del Diseño mediante las dinámicas pedagógicas de las cuales son protagonistas.

Sandra Patricia Valencia  
**Rectora**  
[rectoria@fadp.edu.co](mailto:rectoria@fadp.edu.co)

Orfa Garzón Rayo  
**Vicerrectora Académica**  
[vacademico@fadp.edu.co](mailto:vacademico@fadp.edu.co)

Fabian Castro  
**Vicerrector Administrativo**  
[vadministrativo@fadp.edu.co](mailto:vadministrativo@fadp.edu.co)

Victoria Eugenia Rivas Ramírez  
**Jefe de la Unidad de Investigación**  
[Investigacion@fadp.edu.co](mailto:Investigacion@fadp.edu.co)

Carlos Andrés Arana Castañeda  
**Comité de Publicaciones**  
[produccion.investigativa1@fadp.edu.co](mailto:produccion.investigativa1@fadp.edu.co)

Jesús David Pino Montoya  
**Diagramación**  
[diseño.investigacion@fadp.edu.co](mailto:diseño.investigacion@fadp.edu.co)

María Camila Herrera Sapuyes  
**Imagen portada**

© Derechos reservados de autor.

El material publicado puede ser reproducido o traducido sin autorización, siempre y cuando se cite el título, el autor y la fuente.

Síguenos en:



@FadpCali



/FadpCali



/FadpCali1



@FadpCali

Fundación Academia de Dibujo Profesional  
Calle 27 Norte # 6BN - 50  
PBX: 4862907 Ext. 117  
[www.fadp.edu.co](http://www.fadp.edu.co)

## Nota editorial

El volumen 24 de la Revista Diagonal, que tiene como propósito divulgar los resultados de los procesos de investigación formativa que realizan docentes y estudiantes de los ocho programas técnicos profesionales de la Fundación Academia de Dibujo Profesional (FADP) en el marco del proyecto integrador, puede ser comprendido como un escenario donde, de manera específica, se abordan diálogos entre el diseño y la comunicación, y de estos con las dinámicas de inclusión social, recuperación de la memoria y las necesidades de comunidades productivas y sociales

De esta manera, los y las lectoras, en su interacción con las reseñas elaboradas por docentes líderes(as) de investigación de los diferentes programas, y los resúmenes técnicos propuestos por los y las estudiantes de los mismos, podrán identificar como las dinámicas asociadas al diseño reconocen y se preocupan por las realidades de comunidades mayores que por cuestiones de su ciclo vital o distintas vicisitudes a lo largo de este, ven afectado su acceso a los espacios y la posibilidad de usufructuarlos. Asimismo, se podrá reconocer la importancia de los objetos en contextos de alteridad, donde la preocupación por las otras edades requiere de elementos que favorezcan, por ejemplo, la manipulación y conservación de los alimentos.

De igual forma, reconocer el papel del diseño y la comunicación en sus expresiones análogas y digitales como herramienta para la expresión social, la representación y construcción de memoria, e incluso el desarrollo de modelos de negocio, permitirá entender la versatilidad de los procesos técnicos profesionales que periodo a periodo se gestan en la FADP. Cada uno de los proyectos que acá tienen lugar, puede ser leído también como una llamado a la coherencia, donde docentes y estudiantes, durante la ejecución de técnicas e instrumentos, se preocupan por obtener resultados que materialicen lecturas pertinentes entre los principios de lo que puede considerarse un producto de la innovación, con las necesidades concretas que emergen de comunidades productivas, sociales y creativas, esto en aras de generar valor a las dinámicas de los diferentes contextos que ya cuentan con sus procesos y realidades.

Finalmente, cabe mencionar que todos los diálogos que arriba se mencionan, y que se reseñan a profundidad en las páginas siguientes, con el ánimo de ser parte de lógicas regionales, nacionales e internacionales, lo cual refleja el compromiso ético y de responsabilidad social de cada uno de los programas que conforman la FADP, toman en cada uno de los casos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como ventanas de observación y producción que se constituyen en referentes en cada dinámica de indagación, definición, ideación y socialización que suscita el proyecto integrador.

**Carlos Andrés Arana Castañeda**  
Magister en Estudios Sociales y Políticos  
Líder Apropriación Social del Conocimiento  
Comité de Publicaciones.

# CONTENIDO

03

**Nota editorial**  
Carlos Andrés Arana.

08

**Programa Técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores**

La contribución del diseño interior para el cumplimiento de comunidades inclusivas y sostenibles / **Victoria Eugenia Rivas.**

Propuesta recubrimiento de pared reutilizando residuo plástico para la generación de soluciones bidimensionales del espacio arquitectónico / Marcela Restrepo; Loreley Joaqui; Héctor Ivan Rincón; Brayan Garcia. **Pág. 16**

Propuesta de inmueble sostenible chalet para espacios abiertos con madera plástica ALMARA / Natalia Martínez Castillo; Valentina Arbeláez Hurtado; Jhon Cristian Albornoz Vásquez. **Pág. 18**

Panel exhibidor de maquetas y mueble de almacenaje / Angie Sofía Zuluaga Abril, María Fernanda Andrade Bautista, Oscar Enrique Bandris Castrillon, Valeria García Peña, Daniel Stiven García Sarria, Zulma Lozada Gutiérrez, Diana Marcela Montoya Valencia Katherin Muñoz Vera, Yineth Valentina Torres Rodriguez. **Pág. 20**

Ecopisos / Stefania Gonzalez Arenas,

Natalia Mena Cortes, Angela Ossa Castillo, Maria Jose Quintero Trujillo, Valeria Rojas Londoño. **Pág. 22**

Propuesta de diseño “encaminando sueños” para la zona de pasillos del hogar geriátrico “comunicando con amor” / María Camila Cabrera García, Lina María Arias Riascos, María Elizabeth Flores Vargas, Mariana Andrea Gutiérrez, Laurent Michelle Rodríguez López, Nicoll Vanessa Cifuentes Guzmán, Angie Mercedes Jiménez Medina, Juan Esteban Gómez Vélez, Jorge Iván Muñoz Zambrano. **Pág. 24**

Jardín de experiencias y vida universal / Nathalia Erazo Cubillos. **Pág. 26**

Propuesta de intervención para mejorar la accesibilidad del adulto mayor y personas con discapacidad en el zoológico de Cali / Jannin Yulitza Caro Rosero; Lauren Oriana Colorado Mesa; Mariajose Gomez. **Pág.28**

30

**Programa Técnico Profesional en Diseño de Modas**

Inmersión en el sector productivo, sensibilización y promoción de la inclusión social / **Raúl Quinayás**

Discriminación de mujeres transgénero en Cali: sensibilizando a la comunidad caleña a través de la moda / Catherine Molina Martinez. **Pág. 38**  
Propuesta vestimentaria generan-

do conciencia sobre “el espectro trans” en la ciudad de Cali / Gloria Cecilia Castaño Rivera, Luz Carime Sanchez Tombe, Sebastian Vargas Vargas; Lisette Paz Zamora. **Pág. 41**

Tecnología textil para optimizar la indumentaria del agricultor de piña / Ambar Geraldine Mosquera Charrupi, Valeria Velasco Mora; Frank Felipe Mejía Diaz. **Pág. 42**

MOULAGE & MACRAMÉ: salvaguardando tradiciones ancestrales y sostenibles por medio del diseño de modas / María Camila Herrera Sapuye. **Pág. 44**

La comunidad drag como una comunidad significativa en Cali / Daniela Cortes Salazar, Katerine Aristizabal Gallego, Bibiana Patricia Montoya Álvarez, Claudia Viviana Sánchez. **Pág. 46**

Negocios circulares: la respuesta a un nuevo consumidor / Valentina Vallejo Rojas, Valeria Orozco Sierra; Maria Paula Duque Millá. **Pág. 48**

50

**Programa Técnico Profesional en Dibujo Arquitectónico y Decoración**

Laboratorio proyectual del patrimonio arquitectónico, caso: barrio San Antonio, Santiago de Cali / **Zandra Benavides Orozco**

Caracterización de la fachada

patrimonial, barrio San Antonio de Santiago de Cali / Yeison Pérez Palomino; Sareth Giuliana Triviño Jiménez; Sara Sofía Peña; Jhon Alexander Ordoñez Jaramillo; Aru Realpe Sánchez; Jhonny Alejandro Leyton Araujo. **Pág. 56**

La fachada patrimonial – estilos y ornamento (detalles de puertas y ventanas) barrio San Antonio de Cali / Juan Felipe Amaya Meneses; Ana María Bernate Valverde; Valentina Puente Marulanda; Hilary Michel Serrano Miranda. **Pág. 58**

Oportunidades de mercado en el sector de la arquitectura y la construcción / Yulissa Rudas, Alejandra Salazar, Yulitza Tapia, Andrés Delgado. **Pág. 60**

Observatorio de realidades urbanas, caso parque del acueducto - barrio San Antonio, Cali / Danae Atehortua Vásquez, Claudia Isabella Carabali Valencia. **Pág. 62**

Representación digital 2D del patrimonio construido, barrio San Antonio. Perfiles urbanos / David Gómez Quijano Andrés Felipe Rodríguez Enríquez Jhoan Manuel Hernández Hernández. **Pág. 64**

Representación digital modelado 3D, del patrimonio arquitectónico barrio San Antonio – Cali, valle / Alejandra Montaña, Lina Burbano, Isabella Rengifo, Luisa Balanta. **Pág. 66**

68

**Programa Técnico Profesional en Producción Multimedial**

La gamificación en la educación, marketing y expansión hacia nuevos mercados / **Yair Vega.**

Look back: gamificación sobre historia de los complementos de la moda / Luis Angel Benavides Viera, Maria Jose Gamez Franky, Juliana Lopez Londoño, Mateo Minota Arizala, Diana Montaña Rentería; Johan Esteban Valladares Taborda. **Pág. 72**

Moda ancestral. Proyecto gamificado para explorar la riqueza cultural de las regiones de Colombia / Isabela Iguaran Gongora; Georgina García. **Pág. 73**

La interacción con los clientes como clave para alcanzar el éxito con una ecommerce / Valeria Estefania Hoyos; Esteban Medina Torres. **Pág. 74**

OTTO's PET's: plataforma para conectar de forma más efectiva a los clientes y propietarios de mascotas / Juan Sebastian Cabrera; David Ruiz Luke. **Pág. 75**

Video interactivo “Arturo: historias temporales” / Joshua Benavides; Laura Caicedo; Alejandro Cobo; Julián Gómez; Jorge Lopez; Sara Vallecilla. **Pág. 76**

Las consecuencias de la drogadicción: cortometraje animado para reflexionar sobre el consumo de drogas / Valeria Quiñonez Correa. **Pág. 77**



# CONTENIDO

## 78 Programa Técnico Profesional en Producción en Diseño Industrial

Soluciones técnicas en seguridad alimentaria y nutricional / Raquel Moy Arcila

PORÚ: dispensador de líquidos / Gabriela Restrepo; Abraham Vivas. Pág. 82

Propuesta técnica de diseño industrial para la mejora de las condiciones de trabajo en zona de empaque de alimentos no perecederos / Jully Alejandra Jiménez Castro; Víctor Manuel García Perea; Yessica Asprilla Zúñiga. Pág. 84

FRUBLE – mesa para el trabajo de alimentos / Valentina Echeverri Rojas; Laura Molina Casas; Julián Triana Vásque. Pág. 86

MODU WASH. Solución técnica para el banco de alimentos de la ciudad de Cali en sus áreas productivas / Juan Diego Sanchez; Juan Manuel Serna; Stiven Domínguez. Pág. 88

## 90 Programa Técnico Profesional en Producción de Audio y Video

Deporte en acción / Adriana Villafañe Solarte

Visibilizar el arte de la Lucha Greco-romana, de Ronaldo Sánchez en Cali y Colombia / Jefferson Rodríguez Tenorio; Juan Camilo Guzmán Mejía; Samuel David Lame Rivero; Maira Alejandra Vargas Arrechea y Juan Sebastián Toro Salinas. Pág. 96

Deporte femenino en acción / Luisa Fernanda Guerrero Martínez, Valeria Trujillo Soto Verónica Cobo Cañas, Edwin Efrén Sánchez Ocampo. Pág. 98

Inclusión somos todos / Roxana Medina Valencia, Arley Peña Osnas, Carlos Milán Cuellar, Alejandro Riaño Del Castillo, Tatiana Narváez Urbano. Pág. 100

Prada Sport Consultancy / Ana María Fuentes, Andrés Benavidez Blanco, Isabella Romero Rengifo, Hanna Muñoz Ospina, Santiago Bonilla Muriel. Pág. 102

Aquator del Valle / Daniel Betancur Londoño, Julio Carrasquilla Giraldo, Camilo Moncayo Bermúdez, Christian Alejandro Ocampo Henao. Pág. 106

Un sueño Cuesta arriba / Rosa Tatiana Mangual Ortiz, Jhayler Jelián Cabrera Muñoz, Johana Camila Agudelo Guevara. Sebastián Jaramillo Valencia, Evelyn Dayana López, Juan Pablo García Trujillo. Pág. 110

SKATEMIND / Lina Arias, Bryan Flor, Jhosue Aragón, Alejandro Villasis, Alejandro González. Pág. 112

## 114 Programa Técnico Profesional en Diseño Gráfico

Lúdica y didáctica en el diseño / María Fernanda Ramírez

Propuesta de módulo a favor del mejoramiento del ambiente en el comedor comunitario K10 / Samuel González Riascos, Angela Martínez Cerón, Leidy Viviana Revelo Gómez, María Victoria Oropeza Rojas, Gabriela Quiñones Zambrano. Pág. 116

Propuesta gráfica de material didáctico para motivar a alimentarse adecuadamente a los niños y niñas de recursos limitados en Cali, Colombia / Laura Daniela Rivera Giraldo; Camilo José Reyes Fernández; Doney García Guaita; Juan José Cadavid Reyes y Luisa María Castro. Pág. 122

Propuesta de marca orientada a la creación de juegos lúdico-didácticos, que buscan generar un aprendizaje mediante el juego, teniendo la cultura caleña como un aspecto característico de la marca, dirigido a niños de 6 a 8 años. Pág. 124

Barbosa Claudia Marina; Camayo Mayra Alejandra, Camayo Juan Sebastián, Fontecha Laura Marcela, Maturana Marin Isabella y Montañó Alejandra. Pág. 126

Redescubrir la historia "Un viaje por las leyendas de nuestro país" / Jesús David Pino Montoya; Angélica Mora Muñoz; Dahiana Escobar Guerrero. Pág. 128

Propuesta Gráfica para la Reactivación Cultural y Económica de la Fundación nuevo Amanecer / Angela Nicolle Fernández Ruiz, Carlos Esteban Cleves Miranda,

Diego Fernando Valencia Olaya, Paula Andrea Guerrero Acosta. Pág. 134

Torbellino: Propuesta gráfica para la creación de material lúdico didáctico con énfasis en la crisis emocional en el área de la educación / Stephania Castaño Cardona, Miguel Ángel Bolaños, Natalia Jaramillo Granda, Karina Andrea Lancheiros y Alejandra Gutiérrez Carvajal. Pág. 138

## 142 Programa Técnico Profesional en Producción en Publicidad

Publicidad y generación de valor / Carlos Andrés Arana Castañeda

Estrategia creativa para la marca Rito Sostenible, que impulsa la interacción y su posicionamiento a través de sus canales de comunicación / Natalia Zuluaga Duque, Estefanía Gomez Ramirez, Daniela Ocampo Naranjo, Erika Vanessa Yepes, Laura Caviedes Sarmiento. Pág. 146

Propuesta de producción publicitaria que agreguen valor a emprendimiento de la ciudad de Palmira pertinente con el comportamiento de consumo y post-consumo / Daniela Sánchez Escobar, Guillermo Vargas Méndez, Karol Dayan Quevedo, Daniela Largo, Juan Pablo Cantero Benitez. Pág. 150

Fresh Fruit Natural: La forma más práctica de ponerle sabor a tus días / Maria Paula Sterling Alvarez, Angie Carolina Mazo Perez, Luisa Fernanda Polo Pungo. Pág. 152

Distribuidora del Maíz y sus derivados S.A.S: Producción publici-

taria, mercados y generación de valor / Valeria Espinosa Muñoz, Laura Isabella Osorio Chávez, Alejandro Lizalda Ibañez, Santiago López Carvaja. Pág. 154

Generación de contenido para promover conciencia ambiental sobre el plástico de un solo uso / Carlos Alberto Bolaños Álvarez, María De Los Ángeles Baldrich Silva; Isabella Calderón Suarez y Marian Estrada Martínez. Pág. 156

ANVURGO. Real como vos / Jhon Jairo Aricapa López. Pág. 158

Ápice café art un lugar, tranquilo, familiar y seguro. Un lugar para todos / Lizeth Fragua Guayara, Kelly López Morales. Pág. 160

CRAVINGS. Bienestar y placer / Lina Maria Moreno Cruz; Isabella Ricaurte Reyes. Pág. 162

Propuesta de generación de valor para el emprendimiento Juntoox: Conecta con tu niña interior / Tatiana Fernández Samboni; Geraldine Rangel Torres. Pág. 164



Programa Técnico Profesional  
en Producción en

**DISEÑO DE INTERIORES**



PRODUCCIÓN  
EN **DISEÑO DE  
INTERIORES**

CÓD. SNIES: 103500. Registro calificado. Resolución MEN. 014197 de agosto 5 de 2021.  
Acreditación de alta calidad Resolución MEN. 002302 de marzo 1 de 2022.

## La contribución del diseño interior para el cumplimiento de comunidades inclusivas y sostenibles

*The contribution of interior design to the compliance of inclusive and sustainable communities*

Victoria Eugenia Rivas<sup>1</sup>

El mundo cada vez está más urbanizado. Desde 2007, más de la mitad de la población mundial ha estado viviendo en ciudades, y se espera que dicha cantidad aumente hasta el 60% para 2030. Las ciudades y las áreas metropolitanas representan alrededor del 70% de las emisiones de carbono mundiales y más del 60% del uso de recursos. La rápida urbanización da como resultado la oferta de **servicios inadecuados para la población**, lo cual impacta mayormente a la población vulnerable, entre ella la población adulta mayor (Naciones Unidas).

El ODS 11 pretende conseguir ciudades y comunidades sostenibles, a través del **acceso de toda la población** a viviendas, servicios básicos y medios de transporte adecuados, asequibles y seguros, **especialmente para las personas en situación de vulnerabilidad** y fomentando en las ciudades la reducción del **impacto medioambiental**, las **zonas verdes** y **espacios públicos seguros e inclusivos**.

Son las ciudades las que determinan si se logra un **crecimiento económico inclusivo** o se cede ante una mayor desigualdad. En las ciudades será donde la gente buscará oportunidades de empleo y educación superior. Además, serán las ciudades las que determinarán si se sigue por el camino del **aumento constante y creciente de la explotación de los recursos del mundo** o si se toma una senda más sostenible. Es por ello que hacen falta soluciones innovadoras que contribuyan a **crear ciudades centradas en las personas**, cuyos

<sup>1</sup> **Victoria Eugenia Rivas** - Líder Investigadora del programa. Magister y Especialista en Entornos Virtuales de Aprendizaje en la Universidad de Panamá. Arquitecta de la Universidad San Buenaventura.

**Autores:** Natalia Martínez Castillo; Valentina Arbeláez Hurtado; Jhon Cristian Albornoz Vásquez /  
**Tutora:** Victoria Eugenia Rivas Ramírez



habitantes influyan en su forma de vivir e interactuar con la comunidad.(Daniel, s.f.)<sup>2</sup>. Para este IIP2023, el programa Técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores determinó enfocar el desarrollo de los proyectos de investigación formativa desde dos líneas de investigación:

### Diseño, Tecnología y Medio Ambiente

Para el programa es fundamental que el estudiante obtenga bases conceptuales en relación al impacto que el diseño de interiores causa en el medio ambiente. Por esta razón, desde la ejecución del Proyecto Integrador dentro del énfasis de **FUNDAMENTACIÓN**, se abordaron problemáticas asociadas a la creciente generación de basuras y la exploración de soluciones técnicas a partir de la reutilización de residuos aplicando principios de la **ECONOMÍA CIRCULAR**.

### Diseño, Cultura y Sociedad

Para este periodo, desde la ejecución del Proyecto Integrador de los énfasis de **SOLUCIONES PRODUCTIVAS, PROYECCIÓN SOCIAL y ARTICULACIÓN CON EL MEDIO**, los proyectos abordaron soluciones técnicas dirigidas a la población adulta mayor, en donde los estudiantes comenzaron por comprender el contexto social de dicha generación para entender sus necesidades y poder impactar positivamente desde el diseño por medio de la aplicación de los principios del **DISEÑO UNIVERSAL**. Desde los cuatro énfasis del programa, se relacionan los objetivos para cada uno de ellos:



**1ER SEMESTRE  
FUNDAMENTACIÓN I**

Reutilización de residuos plásticos para la generación de soluciones bidimensionales en el espacio arquitectónico.



**2DO SEMESTRE  
FUNDAMENTACIÓN II**

Desarrollo de mobiliario circular a partir de residuos plásticos.



**3ER - 5TO SEMESTRE  
(ELECCIÓN DE ÉNFASIS)**

Desarrollo de soluciones productivas que puedan funcionar bien ya sea como producto o servicio en el mercado a partir de la identificación de necesidades del adulto mayor.

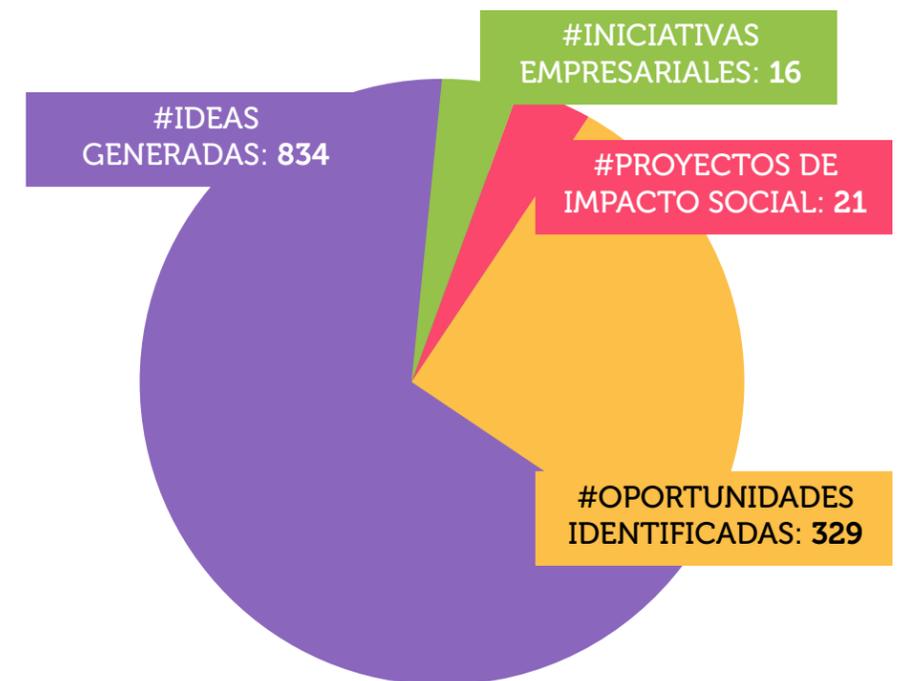
Realizar intervenciones espaciales/Paisajísticas para mejorar la calidad de vida de la población adulta mayor en condiciones de vulnerabilidad.

Desarrollo de propuestas de intervención espacial/paisajística y objetual para mejorar la accesibilidad de la población adulta mayor en el espacio público.



**Fundación Academia de Dibujo Profesional.**  
Presentación de Resultafos de Investigación Formativa,  
13 de Junio de 2023 - Imagen tomada de @fadpcali.

Desde el abordaje de los cuatro énfasis se desarrollaron 51 proyectos con 171 estudiantes del programa de las jornadas diurna y sabatina. De estos, se identificaron 329 oportunidades de diseño y 834 ideas generadas en el marco del desarrollo del Proyecto Integrador. 21 proyectos tuvieron un impacto social, todas atendiendo necesidades de la población adulta mayor. De los 47 proyectos desarrollados, 16 de ellos identificaron un potencial con oportunidad de escalamiento como posibles ideas de negocio



*Estadística Banco de Proyectos de Investigación formativa del programa para el IP2023.  
Fuente propia.*

De la totalidad de proyectos desarrollados, el 43% atendieron la línea de investigación DISEÑO, TECNOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE (énfasis de Fundamentación), y el 57% impactaron la línea de DISEÑO, CULTURA Y SOCIEDAD.



Dentro del énfasis de **FUNDAMENTACIÓN**, se desarrollaron 17 soluciones técnicas de propuestas de revestimientos para piso y/o pared a partir de la reutilización de residuos plásticos. Adicionalmente, gracias a la alianza gestada con Layco SAS, quienes brindaron asesoría, capacitación y acompañamiento a los proyectos de 2do semestre, se logró presentar 5 prototipos de mobiliario exterior utilizando madera plástica.

Desde el énfasis de **PROYECCIÓN SOCIAL**, se lograron 4 intervenciones en el Hogar Geriátrico Comunicando con Amor; se atendieron las necesidades de la población adulta mayor para mejorar la manera como se apropian de los diferentes espacios tales como el comedor y la sala de televisión entre otras.

Para el énfasis de **SOLUCIONES PRODUCTIVAS**, cabe mencionar las múltiples soluciones propuestas para atender necesidades cotidianas del adulto mayor tanto en sus hogares como en el espacio público. Entre estas, se destaca propuesta de desarrollo de un piso antideslizante elaborado con resina ecológica y residuos plásticos; este proyecto no es solo evidencia del impacto social sino también ambiental de la producción en diseño de interiores.

Por último, desde el énfasis de **ARTICULACIÓN CON EL MEDIO**, los estudiantes abordaron propuestas de intervención paisajística aplicando los principios de diseño universal para mejorar los recorridos al interior del Zoológico de Cali, pensado especialmente para el adulto mayor.

Durante un año de ejecución del proyecto integrador, se realizó una reflexión muy valiosa en torno a la responsabilidad del diseño interior y su rol impactando las necesidades de una población que ha sido sumamente descuidada, como es el adulto mayor. Se puede afirmar que gracias a los diferentes proyectos de investigación formativa que nuestros estudiantes ejecutaron, podemos favorecer la formación de un egresado social y ambientalmente responsable; esto gracias a la implementación de los principios de la economía circular y el diseño universal en el desarrollo de sus soluciones técnicas de diseño.



Fundación Academia de Dibujo Profesional.  
Presentación de Resultafos de Investigación Formativa,  
13 de Junio de 2023 - Imagen tomada de @fadpcali.



## Propuesta recubrimiento de pared reutilizando residuo plástico para la generación de soluciones bidimensionales del espacio arquitectónico

*Wall covering reusing plastic waste for the generation of two-dimensional solutions of the architectural space*

### Resumen

Los defectos de la actual economía lineal del patrón "fabrica, usa y tira", evidenciado desde el consumo del plástico, que finalmente desatan efectos negativos, suelen ponerse en marcha desde la etapa de fabricación hasta la disposición final, la cual puede terminar en un incinerador, relleno sanitario o peor aún, en el mar, o incluso en un garaje sin uso alguno. Es por esta problemática que partimos desde el proyecto junto con el conocimiento adquirido durante nuestra práctica e investigación, en donde nos conscientizamos sobre el reciclaje como una opción para poner en marcha la economía circular. Clasificamos el residuo de plástico por tipo y color para darle un re uso en un proceso de moler y lavar de impurezas para así llevarlo a un molde; este se lleva a altas temperaturas para lograr un estado semilíquido y por medio de un prensado lograr una ficha hexagonal. Ya con este pro-

ducto reutilizado queremos innovar en el medio de la industria del interiorismo donde el cliente vea la oportunidad de realizar un revestimiento arquitectónico a partir de una la pieza hexagonal fundida en plástico reciclado ayudando a mitigar la contaminación que este produce haciendo que el producto pueda retornar a su ciclo productivo y seguir innovando a lo largo de la línea de tiempo.

**Palabras clave:** reciclaje, reuso, residuos plásticos, economía circular.

### Abstract

The defects of the current linear economy of the "manufacture, use and throw away" pattern, evidenced from the consumption of plastic, which finally unleash negative effects, usually starts from the manufacturing stage to the final disposal, which can end in an incinerator, landfill or worse, in the sea, or even in an



unused garage. It is because of this problem that we start from the project together with the knowledge acquired during our practice and research, where we become aware of recycling as an option to implement the circular economy. We classify the plastic waste by type and color to give it a reuse in a process of grinding and washing of impurities in order to take it to a mold; this is taken to high temperatures to achieve a semi-liquid state and by means of pressing, an hexagonal token is obtained. With this reused product, we want to innovate in the interior design industry where the client sees the opportunity to make an architectural coating from a hexagonal piece cast in recycled plastic, helping to mitigate the pollution that it produces, making the product able to return to its productive cycle and continue innovating throughout the time line.

**Keywords:** recycling, reuse, plastic waste, circular economy.

**Autores:** Marcela Restrepo; Loreley Joaqui; Héctor Rincón; Brayan Garcia / **Tutor:** Fabio Charry.



## Propuesta de inmueble sostenible chalet para espacios abiertos con madera plástica ALMARA

*Proposal for sustainable furniture Chalet for open spaces with plastic wood*

### Resumen

Colombia es un país muy diverso en muchos aspectos como ambientales, faunas, riquezas en sus tierras, entre otros; sin embargo, existen factores que hacen que la vida de esta diversidad pueda disminuir como el alto consumo de la madera la cual se estima que anualmente se está consumiendo un total de 3 millones de metros cúbicos, lo que genera un gran valor económico, pero conlleva a la tala y tráfico ilegal de madera, como la pérdida forestal y la afectación al país. Por otra

parte, está el alto consumo de plástico el cual se estima que anualmente en Colombia se consume 1.250.000 toneladas, generando residuos y una gran contaminación ya que estos productos no se reúsan ni se reciclan. Es por ello que queremos resaltar la importancia de la "Madera plástica" la cual nos servirá como materia prima para realizar un mobiliario de exterior y así poder disminuir el consumo de la madera natural y poder darle un segundo uso a los residuos plásticos; esto lo realizaremos mediante un diseño de un mobiliario totalmente hecho



con madera plástica, logrando realizar un chalet que permita al consumidor un espacio de descanso, tranquilidad y a su vez disminuir el consumo de muchos productos que generan contaminación en el proceso de producción de este tipo de objetos arquitectónicos. Sabiendo todo esto podemos concluir que el uso de la madera plástica favorece al medio ambiente de manera considerable ya que se logra disminuir el uso de energías y el tratamiento químico para evitar la pudrición y la infección de plagas en la madera, además de tener una vida más larga y duradera, disminuyendo así el uso de la madera natural.

**Palabras clave:** Económica circular, residuo plástico, reúso, reciclaje.

### Abstract

Colombia is a very diverse country in many aspects such

as environmental, fauna, wealth in its lands, among others; However, there are factors that cause the life of this diversity to decrease, such as the high consumption of wood, which is estimated to be consuming a total of 3 million cubic meters annually, which generates great economic value, but entails to illegal logging and trafficking of wood, such as forest loss and the impact on the country. On the other hand, there is the high consumption of plastic, which is estimated to consume

1,250,000 tons annually in Colombia, generating waste and great pollution since these products are not reused or recycled. That is why we want to highlight the importance of "Plastic Wood" which will serve as raw material to make outdoor furniture and thus be able to reduce the consumption of natural wood and be able to give plastic waste a second use; We will do this by designing furniture made entirely of plastic wood, managing to create a chalet that allows

the consumer a space for rest, tranquility, and at the same time reduces the consumption of many products that generate pollution in the production process of this type of architectural objects. Knowing all this, we can conclude that the use of plastic wood favors the environment considerably since it is possible to reduce the use of energy and chemical treatment to avoid rotting and the infection of pests in the wood, in addition to having a longer more durable life, thus reducing the use of natural wood.

**Keywords:** circular economy, plastic waste, reuse, recycling.



**Autores:** Natalia Martínez Castillo; Valentina Arbeláez Hurtado; Jhon Cristian Albornoz Vásquez / **Tutora:** Victoria Eugenia Rivas Ramírez



## Abstract

As a group of students from the FADP's Professional Technician in Interior Design Production program, we came together to carry out an exciting intervention project in the Furniture Workshop. Our main objective was to achieve a successful and sustainable remodeling of two spaces, seeking to create safe and functional environments for us as students, while minimizing our impact on the environment. In

line with our commitment to sustainability, we decided to use recycled materials as the basis of our project. We embark on the search for recovered and reusable materials, giving them a new life in the transformation of workshop spaces. This allowed us to reduce the amount of waste generated and contribute to caring for the planet. Our vision for the remodel was to strike a perfect balance between aesthetics and functionality. We are inspired by the latest

trends and our own creativity to create visually appealing and stimulating environments. In addition, with the support of Layco SAS, who delivered plastic wood to us to develop our product, we focused on maximizing the functionality of the spaces. We design smart storage and display solutions in the existing showcase.

**Keywords:** circular economy, reuse, plastic Wood.

**Autores:** Angie Sofía Zuluaga Abril, María Fernanda Andrade Bautista, Oscar Enrique Bandris Castrillon, Valeria García Peña, Daniel Stiven García Sarria, Zulma Lozada Gutiérrez, Diana Marcela Montoya Valencia, Katherin Muñoz Vera, Yineth Valentina Torres Rodríguez / **Tutor:** Marco Arango

## Panel exhibidor de maquetas y mueble de almacenaje

*Display panel for models and storage furniture*

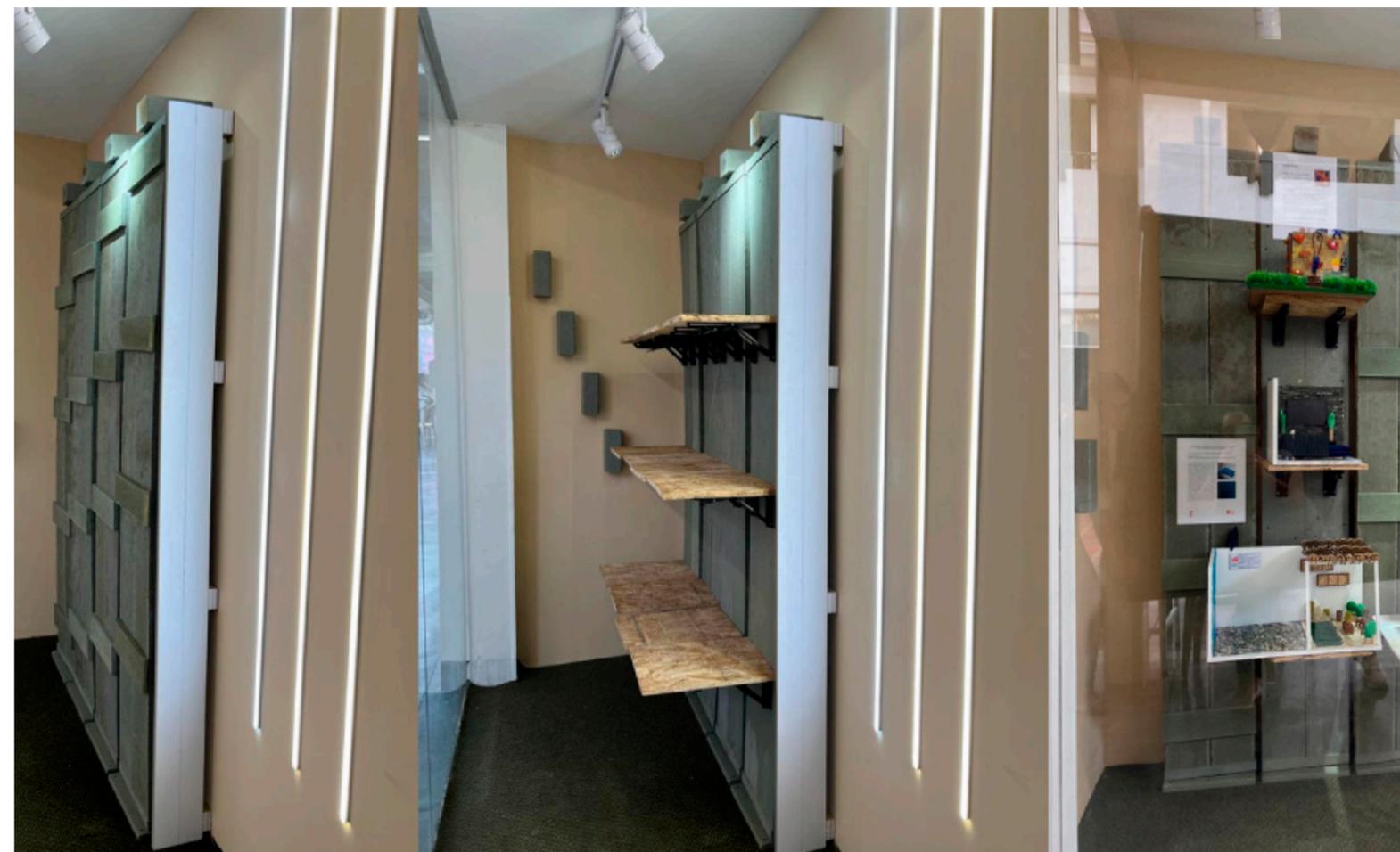
### Resumen

Como grupo de estudiantes del programa Técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores de la FADP, nos unimos para llevar a cabo un emocionante proyecto de intervención en el Taller de Muebles. Nuestro objetivo principal era lograr una remodelación exitosa y sostenible de dos espacios, buscando crear entornos seguros y funcionales para nosotros como estudiantes, al mismo tiempo que minimizábamos nuestro impacto en el medio

ambiente. En línea con nuestro compromiso con la sostenibilidad, decidimos utilizar materiales reciclados como base de nuestro proyecto. Nos embarcamos en la búsqueda de materiales recuperados y reutilizables, dándoles una nueva vida en la transformación de los espacios del taller. Esto nos permitió reducir la cantidad de residuos generados y contribuir al cuidado del planeta. Nuestra visión para la remodelación era lograr un equilibrio perfecto entre la estética y la funcionalidad. Nos inspiramos en las últi-

mas tendencias y en nuestra propia creatividad para crear ambientes visualmente atractivos y estimulantes. Además, con el apoyo de Layco SAS, quien nos hizo entrega de madera plástica para desarrollar nuestro producto, nos enfocamos en maximizar la funcionalidad de los espacios. Diseñamos soluciones inteligentes de almacenamiento y exhibición en la vitrina ya existente.

**Palabras clave:** economía circular, reutilización, madera plástica

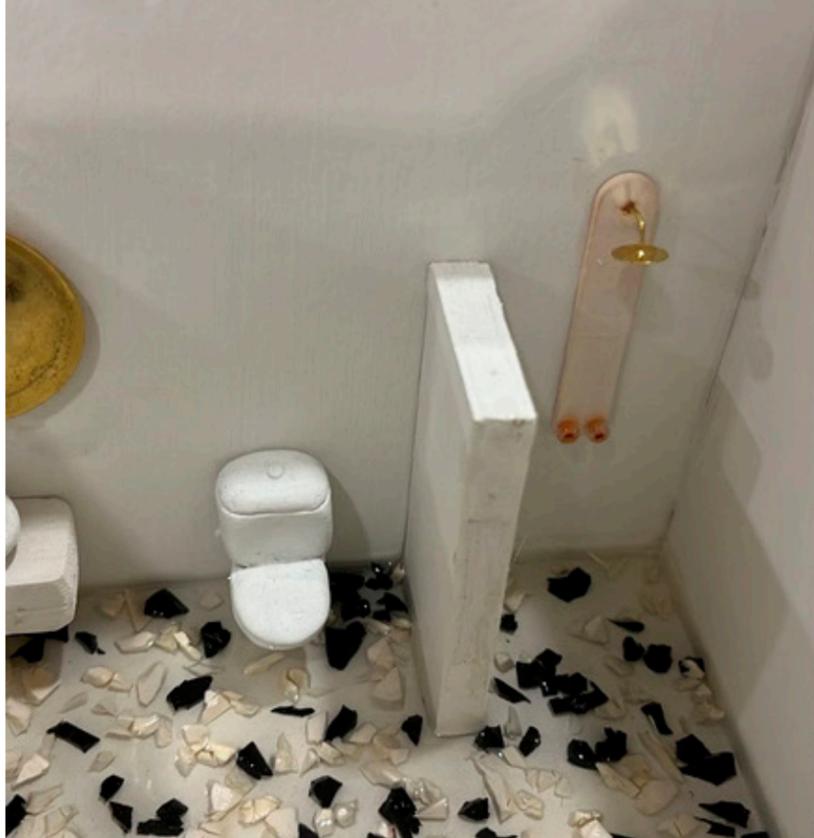


## Ecopisos

Ecofloor

### Resumen

“Se ha certificado un total de 127.857 personas con discapacidad en todo el territorio nacional, de las cuales el 39% son adultos mayores” (Minsalud). Este sector de la población se ha enfrentado a limitaciones y desventajas en diferentes aspectos de su vida, uno de sus principales retos es habitar espacios que no brindan seguridad y en donde es fácil caerse o lastimarse. Por esta razón, hemos decidido implementar un piso antideslizante que permite dar una solución a esta problemática desde el área del diseño de interiores. Para las personas mayores, los pisos antideslizantes son especialmente beneficiosos debido a su mayor riesgo de caídas y lesiones relacionadas. A medida que envejecemos, nuestra capacidad para mantener el equilibrio y recuperarnos de una caída se ve comprometida, lo que aumenta el peligro de sufrir lesiones graves, como fracturas de cadera u otras lesiones óseas. Se desarrolló una propuesta de piso antideslizante a base de



pigmentos naturales y foto luminiscentes, materiales reciclados como el plástico triturado, que aportan al cuidado del medio ambiente. El piso en resina EcoPoxy da nueva vida a los pisos viejos desgastados, creando una superficie de piso reluciente y muy atractiva. Es de fácil instalación y no necesita ningún tipo de pegamento. El piso en resina no se agrieta ni se astilla fácilmente debido a que es impermeable a la humedad.

**Palabras clave:** Innovación, emprendimiento, startup, planificación.

### Abstract

“A total of 127,857 people with disabilities have been certified throughout the national territory, of which 39% are older adults” (Minsalud). This sector of the population has faced limitations and disadvantages in different aspects of their lives. One of their main challenges is dwell spaces that do not provide security and where it is easy to fall

or get hurt. For this reason, we have decided to implement a non-slip floor that allows us to provide a solution to this problem from the interior design area. For older people, non-slip flooring is especially beneficial due to their increased risk of falls and related injuries. As we age, our ability to maintain balance and recover from a fall is compromised, increasing the risk of serious injury such as hip fractures or other bone injuries. A non-slip floor proposal was developed based on natural and photo luminescent pigments, recycled materials such as crushed plastic, which contribute to caring for the environment. EcoPoxy resin flooring breathes new life into worn-out old floors, creating a gleaming and highly attractive floor surface. It is easy to install and does not need any type of glue. Resin flooring does not crack or chip easily because it is impervious to moisture.

**Keywords:** Innovation, entrepreneurship, startup, planning.

**Autores:** Stefania Gonzalez Arenas, Natalia Mena Cortes, Angela Ossa Castillo, Maria Jose Quintero, Valeria Rojas Londoño  
**/ Tutora:** Carolina Daza Escobar

## Propuesta de diseño "encaminando sueños" para la zona de pasillos del hogar geriátrico "comunicando con amor"

*Design proposal "Encaminando sueños" for  
the corridor area of the geriatric care center  
"Comunicando con Amor"*

### Resumen

El diseño universal y gerontodiseño (diseño dirigido en base a las necesidades de los adultos mayores) son movimientos que a través del tiempo se han vuelto más visibles e importantes al momento de iniciar un proyecto interiorista, con ciertos parámetros y recomendaciones que ayudan a la movilidad y funcionalidad de los espacios. Estos fueron implementados en la intervención de tres pasillos del Hogar geriátrico "Comunicando con amor" en la ciudad de Cali, donde como principales problemas pudimos encontrar el desgaste de algunos materiales los cuales cumplían con una función protectora de gran ayuda para los adultos mayores y la falta de color y vida al espacio. Para esto decidimos crear una metodología con base a la psicología del color, la percepción del espacio y la inclusión enfocada al adulto mayor, donde podemos evidenciar el uso de tonalidades azul violáceo y verdes para estimular la salud y tranquilidad de los pacientes, formas orgánicas las cuales rompen con la simplicidad del espacio creando una pers-

pectiva más fluida de este; se percibió la apropiación de parte de los residentes ya que se tomaron en cuenta sus opiniones y gustos en el diseño y todos los parámetros de seguridad para que estos no corran riesgo en la zona. Todas las vivencias del proyecto nos dejaron como enseñanza la importancia como interioristas de generar propuestas de diseño que no se limite a un solo nicho de población e implementar el diseño universal como parte de nuestra vida laboral.

**Palabras clave:** Adulto mayor, Diseño Universal, Gerontodiseño.

### Abstract

Universal design and gerontodesign (design directed based on the needs of the elderly) are movements that over time have become more visible and important when starting an interior design project, with certain parameters and recommendations that help mobility and functionality of the spaces. These were implemented in the intervention of three corridors of the "Comu-



nicando con amor" geriatric home in the city of Cali, whereas main problems we were able to find the wear of some materials that fulfilled a protective function of great help for the elderly and the lack of color and life to space. For this we decided to create a methodology based on the color psychology, the perception of space and the inclusion focused on the elderly, where we can demonstrate the use of purple-blue and green tones to stimulate the health and tranquility of patients, organic shapes which break with the simplicity of the space creating a more fluid perspective of it; the appropriation on the part of the residents was perceived since their opinions and tastes were taken into account in the design and all the security parameters so that they are not at risk in the area. All the experiences of the project taught us the importance as interior designers of generating design proposals that are not limited to a single population niche and implementing universal design as part of our working lives.

**Key words:** Elderly, Universal Design, Gerontodesign.

### Autores:

María Camila Cabrera,  
Lina María Arias,  
María Elizabeth Flores,  
Mariana Andrea Gutiérrez,  
Laurent Michelle Rodríguez,  
Nicoll Vanessa Cifuentes,  
Angie Mercedes Jiménez,  
Juan Esteban Gómez,  
Jorge Iván Muñoz

**/ Tutor: Marco Arango**

## Jardín de experiencias y vida universal.

*Garden of experiences & universal life*

### Resumen

La exclusión y falta de participación del adulto mayor y las personas con discapacidades en el diseño de espacios públicos es un fenómeno que se presenta cada vez más alrededor del mundo, creando una barrera para la accesibilidad y la inclusión en el futuro. Considerando que el pensamiento de las actuales generaciones está afectando las tasas de natalidad, ignorar que en un futuro no muy lejano enfrentaremos nuestras propias limitaciones es un error. Por el simple hecho de que todos merecemos el mismo derecho al goce y comodidad de los espacios públicos, tomamos como punto de partida uno de los lugares más visitados en la ciudad de Cali: el zoológico. De este modo, se seleccionó una oportunidad para desarrollar una solución que brindara una experiencia única: una zona de descanso implementando el Diseño Universal. Para llevar a cabo esto, fue necesario pasar por una fase de investigación para una correcta ejecución, siguiendo las



normativas correspondientes a los parámetros del Diseño Accesible. Antes de continuar con el proceso creativo, se validaron los prototipos con profesionales expertos en el área. Finalmente, se concretó la solución final, dando paso a una proyección más realista de la propuesta junto con planos, alzadas, renderizados y un recorrido virtual. Con este proyecto, se logró que todos seamos parte de todos, independientemente de nuestras limitaciones o condiciones. Se trabajó desde la calidad humana y se obtuvo el mejor resultado para convertir un espacio inactivo en un jardín de experiencias. En este lugar, todos los usuarios pueden sentir el zoológico de Cali sin necesidad de recorrer todo el parque.

**Palabras clave:** Experiencia, Diseño Universal, Adulto mayor.

### Abstract

The exclusion and lack of participation of older adults and people with disabilities in the design of public spaces is a phenomenon that is increasingly prevalent worldwide, creating a barrier for accessibility and inclusion in the future. Considering that the mindset of current generations is affecting birth rates,

ignoring the fact that we will face our own limitations in the not-too-distant future is a mistake. Simply because we all deserve the same right to enjoy and be comfortable in public spaces, we took as a starting point one of the most visited places in the city of Cali: the zoo. In this way, an opportunity was identified to develop a solution that would provide a unique experience: a resting area implementing Universal Design. To accomplish this, it was necessary to go through a research phase for proper execution, following the corresponding guidelines for Accessible Design parameters. Before proceeding with the creative process, prototypes were validated by professionals' experts in the field. Finally, the final solution was realized, leading to a more realistic projection of the proposal along with plans, elevations, renderings, and a virtual tour. With this project, we achieved that we all become part of each other, regardless of our limitations or conditions. We worked from a perspective of human quality and obtained the best result to transform an inactive space into a garden of experiences. In this place, all users can feel the Cali zoo without the need to tour the entire park.

**Keywords:** Experience, Universal Design, Older Adults

**Autora:** Nathalia Erazo Cubillos /  
**Tutora:** Victoria Rivas

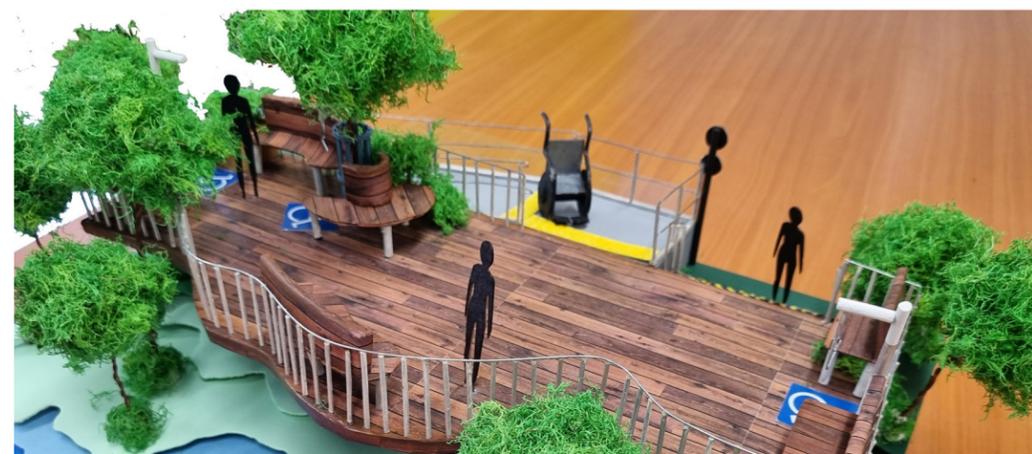
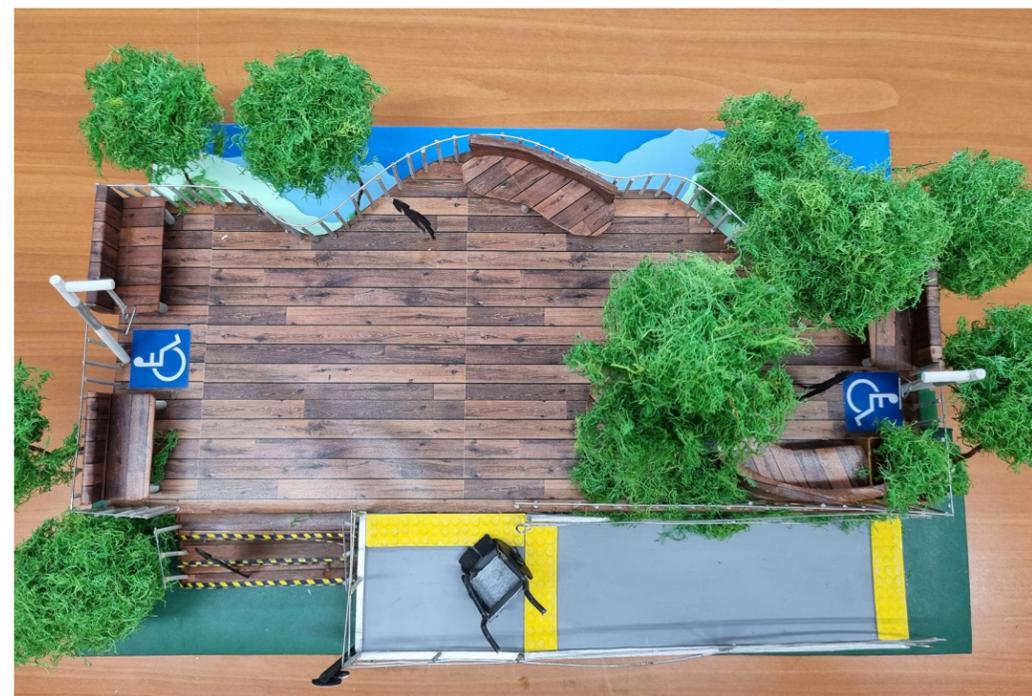
## Propuesta de intervención para mejorar la accesibilidad del adulto mayor y personas con discapacidad en el zoológico de Cali.

*Intervention proposal to improve accessibility for the elderly and people with disabilities at the Cali Zoo.*

### Resumen

El Zoológico de Cali está situado dentro del bosque municipal y a orilla del río de Cali; es un lugar el cual promueve la biodiversidad en Colombia y crea conciencia ambiental. En este espacio se realizó un recorrido urbano donde se identificó la falta de accesibilidad para el adulto mayor y personas con discapacidad o movilidad reducida. Por lo tanto, se propuso desarrollar un proyecto de intervención en el área del mirador donde cuente con accesibilidad a todo el público de manera fácil para que sea un espacio de integración y esparcimiento. Para ello, realizamos una entrevista al

adulto mayor y una encuesta a cuatro fisioterapeutas donde se indagaba acerca de la experiencia del adulto mayor en los espacios públicos, logrando obtener sus diferentes puntos de vista. Además, se generaron diferentes modelos de prototipado para presentar nuestras propuestas de diseño; esto teniendo en cuenta los siete principios del diseño universal. Cabe señalar, que en el proceso de elaboración buscamos incorporar la naturaleza debido a que promueve un ambiente sano, contribuyendo al envejecimiento activo y saludable. De acuerdo al gerontodiseño realizamos un espacio inclusivo facilitando el buen acceso mediante una



escalera y rampa con dimensiones apropiadas, se propuso un diseño orgánico en tanto en el deck como en el mobiliario buscando la comodidad del usuario. Se espera que con este diseño se logre contribuir a la integración social; así mismo, generar un buen posicionamiento del zoológico al contar con instalaciones inclusivas y ergonómicas.

Palabras clave: Instalaciones inclusivas, gerontodiseño, accesibilidad, diseño orgánico.

### Abstract

The Cali Zoo is located within the municipal forest and on the banks of the Cali river; It is a place which promotes biodiversity in Colombia and creates environmental awareness. In this space, an urban tour was carried out where the lack of accessibility for the elderly and people with disabilities or reduced mobility was identified. Therefore, it was proposed to develop an intervention project in the viewpoint area where it is easily accessible to the public to make it a space for integration

and recreation. To do this, we conducted an interview with the elderly and a survey of four physiotherapists inquiring about the experience of the elderly in public spaces, managing to obtain their different points of view. In addition, different prototyping models were generated to present our design proposals; this taking into account the seven principles of universal design. It should be noted that in the production process we sought to incorporate nature because it promotes a healthy environment, contributing to active and healthy aging. According to the gerontodesign appropriate dimensions, an organic design was proposed in both the deck and the furniture seeking the comfort of the user. It is expected that with this design it will be possible to contribute to social integration; likewise, generate a good positioning of the zoo by having inclusive and ergonomic facilities.

**Keywords:** inclusive facilities, gerontodesign, accessibility, organic design

**Autores:** Jannin Yulitza Caro Rosero; Lauren Oriana Colorado Mesa; Mariajose Gomez Heredi / **Tutora:** Victoria Eugenia Rivas Ramirez.

Programa Técnico Profesional en

# **DISEÑO DE MODAS**



**DISEÑO  
DE MODAS**

CÓD. SNIES: 52513. Resolución MEN. 12896 de octubre 10 de 2012.  
Acreditación de Alta Calidad. Resolución MEN. 006113 de junio 12 de 2019  
Registro Calificado.

## Inmersión en el sector productivo, sensibilización y promoción de la inclusión social

*Immersion in the productive sector, awareness and promotion of social inclusion.*

**Raúl Quinayás<sup>1</sup>**

El Proyecto Integrador del semestre académico 2023-A propone un cambio significativo en la estructura que se ha venido trabajando en años anteriores. En lugar de que el líder investigador del programa establezca un tema general del cual se derivan temas específicos para cada semestre, se propone que cada docente tutor de proyecto proponga un tema de investigación formativa que enriquezca su proyecto de investigación docente. Este nuevo enfoque busca maximizar la producción investigativa de los tutores al nutrir sus propias investigaciones desde los proyectos de aula.

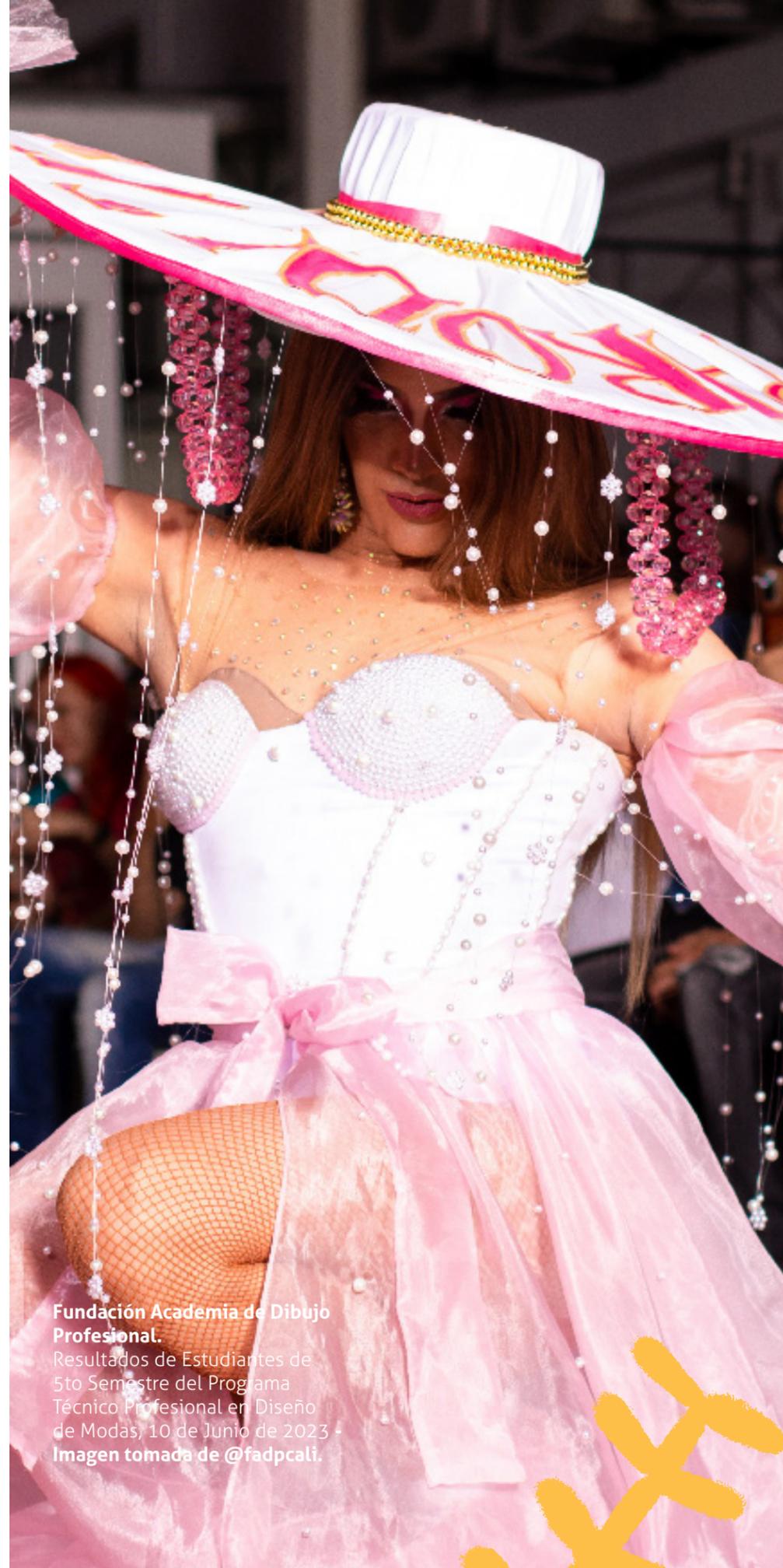
Dentro de las 6 propuestas de proyecto que se plantearon para este proyecto tenemos:

### La influencia del co-branding en la industria de la moda:

Donde se busca que los estudiantes comprendan el concepto de co-branding como una estrategia de marketing, identifiquen casos exitosos en este contexto de consumo y comprendan la importancia de su aplicación efectiva en el desarrollo de productos de moda.

Así mismo se planteó el desarrollar una propuesta de intervención de productos de moda mediante la implementación de una iniciativa de co-branding entre marcas comerciales de la industria de la moda y otras entidades afines. A través de esta propuesta, se buscó aprovechar la colaboración entre marcas para crear productos de moda innovadores y atractivos que combinen la identidad y los valores de las marcas involucradas.

<sup>1</sup> **Raúl Quinayás** - Líder de investigación Programa Técnico Profesional en Diseño de Modas de la Fundación Academia de Dibujo Profesional, proyectomodas@fadp.edu.co



Fundación Academia de Dibujo Profesional.

Resultados de Estudiantes de 5to Semestre del Programa Técnico Profesional en Diseño de Modas, 10 de Junio de 2023 - Imagen tomada de @fadpcali.

El proyecto implicó investigar y seleccionar marcas comerciales, así como entidades afines que puedan complementarse en términos de estilo, valores y audiencia objetivo. Luego, se realizó una planificación estratégica para establecer una colaboración efectiva y desarrollar productos de moda conjuntos. La propuesta final se presentó como una intervención concreta que demostró cómo el co-branding puede generar beneficios y oportunidades para las marcas involucradas en el sistema moda.

### Utilización de la customización como estrategia para sensibilizar y abordar la discriminación social:

Aquí el objetivo se enfocó en utilizar la personalización o customización de productos de moda como una herramienta para abordar y sensibilizar sobre la discriminación social. El enfoque principal fue el comprender a profundidad las comunidades y las personas a las que se dirige el diseño, e involucrarlos activamente en el proceso de creación. El proyecto desarrolló una propuesta de personalización de productos de moda que, tanto en su elaboración como en su estética, contribuyó a sensibilizar a la sociedad de Cali sobre la discriminación, el estigma y los estereotipos hacia la comunidad LGBTQ+.

### Utilización de textiles y tejidos como medio narrativo para preservar y transmitir la memoria:

Durante el semestre el estudiante se encargó de desarrollar un proyecto que aplicó la metodología de la Narrativa Textil para la creación de artículos vestimentarios. El objetivo principal del proyecto se centró en generar un conjunto de prendas que, tanto en su proceso de elaboración como en su aspecto estético, contribuyese a la construcción de memoria y sensibilización de la sociedad caleña sobre temas relacionados con la discriminación, la estigmatización y los estereotipos hacia la población LGBTQ+. El estudiante investigó y utilizó técnicas textiles que le permitieron transmitir mensajes y narrativas visuales en las prendas, con el fin de generar conciencia y promover la inclusión y el respeto hacia la diversidad sexual y de género. A través de la creación de estos artículos vestimentarios, el estudiante generó un impacto positivo en la sociedad caleña y fomentó la reflexión y el cambio de actitudes frente a la discriminación y los prejuicios.



Fundación Academia de Dibujo Profesional.  
Resultados de Estudiantes de 5to Semestre del Programa Técnico Profesional en Diseño de Modas, 10 de Junio de 2023 - Imagen tomada de @fadpcali.

## Desarrollo de soluciones vestimentarias específicas para mejorar el desempeño laboral de los campesinos colombianos:

Aquí el estudiante se encargó de desarrollar un proyecto que consistiera en la creación de un conjunto de artículos vestimentarios utilizando textiles técnicos de alta calidad. Esto con el objetivo principal de satisfacer las necesidades de las actividades del campesino vallecaucano, teniendo en cuenta las condiciones medioambientales a las que se enfrenta diariamente. El estudiante investigó y seleccionó textiles capaces de brindar comodidad y mejorar la calidad de vida del campesino en situaciones como altas temperaturas, presencia de insectos y animales peligrosos. A través de este proyecto, el estudiante creó prendas funcionales, duraderas y adaptadas a las necesidades específicas del campesino colombiano.

## Aplicación de la técnica del moulage en el proceso de modelado de prendas de vestir:

El estudiante se encargó de aplicar la técnica del moulage en la construcción de moldes de productos vestimentarios. Esta técnica le proporcionó mayor libertad creativa y le permitió crear piezas innovadoras y diferenciadas. El estudiante adaptó el patronaje a diversos tipos de cuerpos de manera anatómica, lo que facilitó el modelado de áreas curvas del cuerpo humano, como el busto y la espalda. Además, la técnica del moulage posibilitó la visualización espacial de volúmenes, pliegues y efectos visuales en las prendas. El objetivo principal de la tutora fue aplicar esta técnica con los

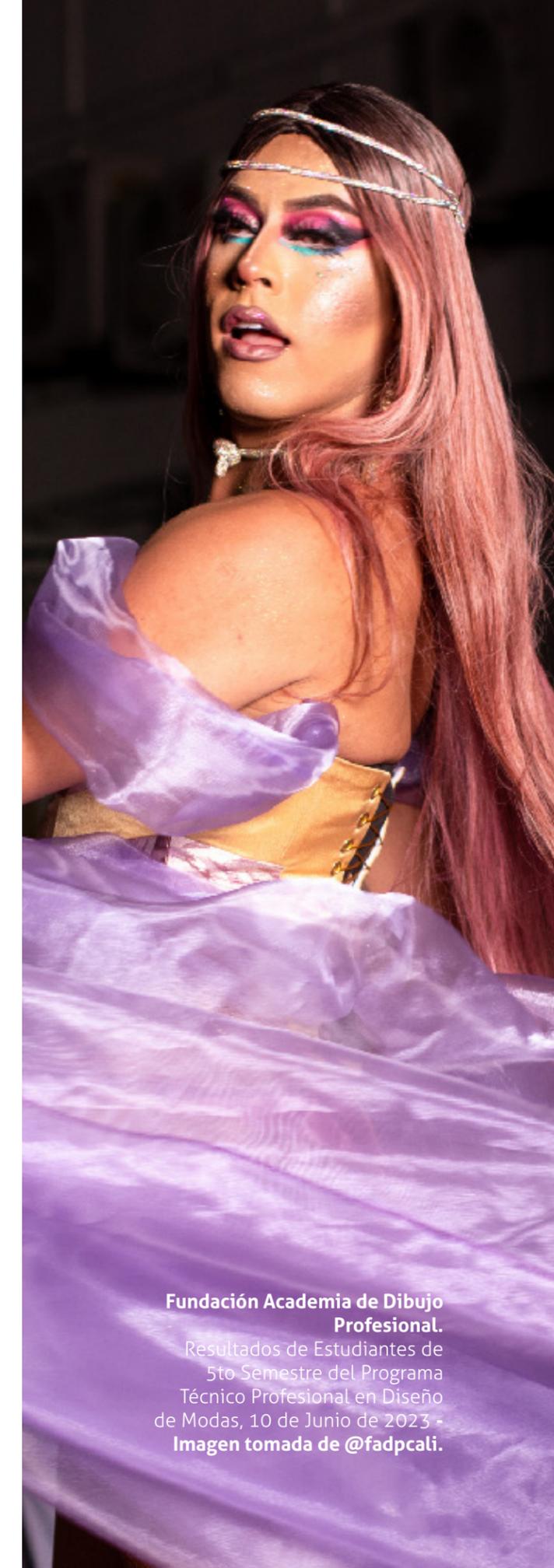
estudiantes de 4to semestre del Programa Técnico Profesional en Diseño de Modas, brindándoles la oportunidad de aprender y utilizar el moulage para crear modelos de productos vestimentarios personalizados.

## Fomento y la exaltación de la cultura drag en Cali, resaltando su importancia y contribución a la diversidad y expresión artística:

El proyecto buscó popularizar la cultura Drag y hacerla más accesible para un público más amplio en Cali. Se buscó fomentar las competencias del proceso creativo relacionado con el desarrollo de atuendos de Drag Queen que reflejasen temas o personajes específicos. Estos atuendos se convirtieron en una parte fundamental de la autoexpresión de los artistas Drag, ya que contribuyeron a la creación de su alter ego escénico. Además de su función estética, los atuendos también fueron utilizados como una forma de resistencia política y social dentro de la cultura Drag.

## Formulación de un modelo de negocio específico para el sistema de moda:

bajo esta temática el estudiante formuló un modelo de negocio que le permitió convertir los recursos disponibles en beneficio económico. Su objetivo era definir claramente qué productos se ofrecerían al mercado, cómo se ofrecerían, a quién se dirigirían y de qué manera se generarían los ingresos. El estudiante se enfocó en desarrollar un modelo de negocio sólido y viable, asegurándose de que los productos resultantes fuesen atractivos y tuviesen potencial en el mercado.



Fundación Academia de Dibujo Profesional.  
Resultados de Estudiantes de 5to Semestre del Programa Técnico Profesional en Diseño de Modas, 10 de Junio de 2023 - Imagen tomada de @fadpcali.



Fundación Academia de Dibujo Profesional.  
Resultados de Estudiantes de 5to Semestré del Programa Técnico Profesional  
en Diseño de Modas, 10 de Junio de 2023 - Imagen tomada de @fadpcali.



A modo de cierre, el semestre se enfocó en proyección social trabajando con comunidades específicas y abordando problemas de violencia, segregación y discriminación. Los estudiantes tuvieron la oportunidad de trabajar con clientes reales y presentar sus resultados en el evento Cali Distrito Moda. Además de la investigación formativa, se estimuló la estructuración de ideas de negocio escalables que podrían convertirse en opciones de grado para los estudiantes.

El Proyecto Integrador del semestre académico 2023-A ha propuesto una nueva dinámica que busca maximizar la producción investigativa y fomentar la participación activa de los estudiantes en el desarrollo de sus habilidades y conocimientos. A lo largo del semestre, se evidenció el compromiso de los estudiantes en la investigación, la experimentación y la aplicación de técnicas innovadoras en el diseño de moda. Además, la proyección social les permitió trabajar de cerca con comunidades afectadas y contribuir a la sensibilización y promoción de la inclusión social. Y el vínculo con el sector externo, a través del convenio con EKA, brindó una plataforma para exponer los resultados de los proyectos y establecer conexiones con profesionales del sector. Esto enriqueció la experiencia de los estudiantes, fortaleciendo su capacidad para trabajar con clientes reales y desarrollar propuestas viables, así como escalables en el ámbito empresarial.

## Referencias

COMISIÓN INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. (2018). Avances y Desafíos hacia el reconocimiento de los derechos de las personas LGBTI en las Américas (184). Recuperado de <http://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/LGBTIReconocimientoDerechos2019.pdf>

Coalición feminista para el avance de los derechos de las mujeres. (2017). Informe alternativo sobre el cumplimiento del Estado de Costa Rica para el Comité de las Naciones Unidas para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. Recuperado de <https://clacaidigital.info/handle/123456789/1001>

Sánchez-Contador, A. (2016). La identidad a través de la moda. *Revista de Humanidades*, 29, 131-152.

Arias-López, B.E., Bliesemann de Guevara, B., Y Coral, L.A (2020). (Des) tejiendo miradas: Hilar, bordar y remendar la reconciliación en Colombia, Medellín, Colombia: Periferia Editorial. Ministerio de Cultura. (2017). Como elaborar un Plan Especial de salvaguardia. Recuperado de [http://patrimonio.mincultura.gov.co/Documents/Cartilla\\_PES.pdf](http://patrimonio.mincultura.gov.co/Documents/Cartilla_PES.pdf)

## Discriminación de mujeres transgénero en Cali: sensibilizando a la comunidad caleña a través de la moda

*Discrimination against transgender women in Cali: raising awareness in the Cali community through fashion*

### Resumen

Dentro del colectivo de la comunidad LGTBQ+, las mujeres trans se ubican como la población más vulnerable debido a los prejuicios y estigmas que existen hacia ellas, lo que a su vez repercute en su inhabilidad para acceder a educación de calidad y por tanto a oportunidades laborales, desplazándolas hacia los mismos empleos marginales que refuerzan los estereotipos sobre ellas, como la prostitución, la estética y el entretenimiento nocturno. Se realiza una sensibilización a través de la moda por medio de un conjunto de prendas customizadas que retratan los desafíos y dificultades que enfrentan las mujeres trans. La investigación es de naturaleza cualitativa apoyada en fuentes primarias y secundarias. Se presentó la propuesta ante el público objetivo compuesto por 4 personas de la generación millennial. Se concluye que, pese a que hay una mayor aceptación hacia las mujeres trans, se mantiene una fuerte resistencia en cuanto a normalizar el desempeño de ellas en diferentes roles laborales y se insta a generar una transformación desde la educación para facilitarles el acceso a un verdadero estado de bienestar.

**Palabras clave:** Mujeres trans, Acceso a oportunidades laborales, customización.



### Abstract

Within the LGTBQ+ community, transgender women are positioned as the most vulnerable population due to the prejudices and stigmas that exist towards them. This, in turn, affects their ability to access quality education and consequently limits their job opportunities, pushing them into the same marginalized occupations that reinforce stereotypes about them, such as prostitution, aesthetics, and nightlife entertainment. Sensitization is carried out through fashion, using a set of customized garments that portray the challenges and difficulties faced by transgender women. The research is of a qualitative nature, supported by primary and secondary sources. The proposal was presented to the target audience composed of four millennials. It is concluded that, despite there being greater acceptance towards transgender women, there is still strong resistance to normalizing their performance in different occupational roles. It is urged to initiate a transformation starting from education to facilitate their access to true well-being.

**Keywords:** Trans women, Access to job opportunities, customization.

**Autora:** Catherine Molina Martinez /  
**Tutor:** Raúl Quinayás



## Propuesta vestimentaria generando conciencia sobre “el espectro trans” en la ciudad de Cali

*Clothing proposal raising awareness about “the trans spectrum” in the city of Cali*

### Resumen

En Colombia, el proceso de aceptación de las personas Drag Queen y transformistas avanza a un ritmo lento. Desde los años 2000 en adelante, se ha comenzado a normalizar este tipo de expresiones, aunque aún existen dificultades en su plena aceptación por parte de la sociedad. Una muestra de esto es la escasa remuneración económica que reciben los artistas al finalizar cada espectáculo, que no alcanza ni la mitad de la inversión realizada en vestuarios, accesorios, tiempo de maquillaje y bailarines, cuando son necesarios. Teniendo en cuenta el alto costo de estos elementos y la necesidad de utilizar atuendos diferentes para cada personaje interpretado, se busca concienciar a los empresarios y contratistas sobre el valor artístico y económico de cada show. Para lograrlo, se generarán prototipos de vestimentas y se seleccionará una adecuada para el propósito. Se llevará a cabo la confección y elaboración del atuendo seleccionado, y se mostrará el resultado a los empresarios, quienes podrán evaluarlo mediante una encuesta que determinará si se ha logrado el objetivo deseado.

Palabras clave: Drag Queen, Vestuario Drag, Sensibilización

### Abstract

In Colombia, there is a slow process regarding the acceptance of Drag Queens and transformists, as this type of expression has only started to become normalized since the 2000s onwards. One consequence of this is that the general public is not fully adapted to witnessing these artistic acts. It can be observed that the matter is not highly normalized when looking at the economic remuneration received by the artists after each show. It is not even half of what has been invested in costumes, accessories, makeup time, and dancers when necessary, considering the high costs involved and the need for different outfits for each specific performance depending on the character being portrayed. This project aims to raise awareness among employers and contractors of these artistic expressions so that they can appreciate the artistic and monetary value of each show through costumes. We will generate clothing prototypes and select one that aligns with the objective, proceeding with its production and presentation to the employers, measuring the outcome through a survey that will determine the achievement of the objective.

Keywords: Drag Queen, Drag Wardrobe, Awareness

**Autores:** Gloria Cecilia Castaño, Luz Carime Sanchez, Sebastian Vargas Vargas; Lissete Paz Zamora / **Tutor:** Raúl Quinayás.

## Tecnología textil para optimizar la indumentaria del agricultor de piña

*Textile technology to optimize the clothing of the pineapple farmer*

### Resumen

La agricultura desempeña un papel crucial en el progreso social y económico de numerosas naciones, incluyendo Colombia. A pesar de su importancia, los pequeños agricultores se enfrentan a diversos factores que dificultan la rentabilidad de su labor. En este trabajo de investigación, utilizamos la observación y la entrevista no estructurada como métodos para recopilar información relevante. Con el fin de comprender a fondo las implicaciones de esta problemática, nos desplazamos a una zona de cultivo de piña y tuvimos la oportunidad de dialogar con un agricultor local. A través de este contacto directo, identificamos las necesidades específicas de los agricultores de piña en relación con los implementos utilizados en su trabajo diario. Estos agricultores se enfrentan a desafíos como el clima adverso, la exposición a pesticidas y los riesgos asociados con la cosecha de la piña, como las espinas y los filos. Con base en estas con-

clusiones, resulta evidente la importancia de proponer alternativas de diseño que sean cómodas, seguras y eficientes, con el objetivo de mejorar las condiciones laborales de los agricultores de piña. El objetivo de este trabajo de investigación es diseñar y desarrollar mejoras en la indumentaria del agricultor de piña, que les brinden mayor comodidad, protección y funcionalidad en su labor, contribuyendo así a mejorar su bienestar y eficiencia en el campo.

Palabras clave: Agricultores colombianos, Mejoras en indumentaria, Diseño

### Abstract

Agriculture plays a crucial role in the social and economic progress of numerous nations, including Colombia. Despite its importance, small-scale farmers face various challenges that hinder the profitability of their work. In this research project, we utilized observation and unstructured interviews as methods to gather relevant information. To gain a deeper understanding of the

implications of this issue, we visited a pineapple cultivation area and had the opportunity to engage in dialogue with a local farmer. Through this direct contact, we identified the specific needs of pineapple farmers regarding the tools used in their daily work. These farmers face challenges such as adverse weather conditions, pesticide exposure, and risks associated with pineapple harvesting, such as thorns and sharp edges. Based on these findings, it is evident that proposing design alternatives that are comfortable, safe, and efficient is crucial to improving the working conditions of pineapple farmers. The objective of this research project is to design and develop enhancements in the attire of pineapple farmers, providing them with increased comfort, protection, and functionality in their work, thereby contributing to their well-being and efficiency in the field.

Keywords: Colombian farmers, Improvements in clothing, Design.

**Autoras:** Ambar Geraldine Mosquera, Valeria Velasco Mora; Frank Felipe Mejía / **Tutora:** Yenny Stella Guerrero Becerra.



## MOULAGE & MACRAMÉ: salvaguardando tradiciones ancestrales y sostenibles por medio del diseño de modas.

*MOULAGE & MACRAMÉ: safeguarding ancestral and sustainable traditions through fashion design.*

### Resumen

Este proyecto se centrará en la técnica del Moulage, que será fundamental para la creación de prendas utilizando insumos EKA. Además, se implementará la técnica tradicional y ancestral del Macramé. Por lo tanto, se llevó a cabo una investigación sobre la comunidad de artesanos especializados en esta técnica. Con EKA corporación como cliente y conociendo su misión, visión, fortalezas, debilidades y valores, se buscó dar vida a un diseño único, contemporáneo, creativo, innovador y con una baja huella de carbono. Para lograrlo, se utilizaron insumos amigables con el medio ambiente y aprovechables. La esencia de este proyecto se basa en el significado ancestral, tradicional y ambiental atribuido a la conceptualización y construcción de las prendas. No solo se está reutilizando materia prima destinada a desechos, sino que también se está actuando como puente para las comunidades artesanales, respetando y preservando sus tradiciones. Como diseñadores de moda, es importante reconocer, incluir y expandir el conocimiento en los aspectos trascendentales, sociales, ancestrales y ambientales.

**Palabras clave:** Moulage, Macramé, EKA



### Abstract

This project will focus on the Moulage technique, which will be fundamental for constructing garments using EKA materials. In addition, the traditional and ancestral Macramé technique will be implemented. Therefore, research was conducted on the artisan community specialized in this technique. With EKA Corporation as the client and knowledge of their mission, vision, strengths, weaknesses, and values, the aim was to bring forth a unique, contemporary, creative, innovative design with a low carbon footprint. For this reason, environmentally friendly and reusable materials were utilized. The essence of this project lies in the ancestral, traditional, and environmental significance attributed to the conceptualization and construction of the garments. Not only is waste destined to be repurposed as raw material, but this project also acts as a bridge to artisan communities, respecting and preserving their traditions. As fashion designers, it is important to recognize, include, and expand knowledge in the transcendent, social, ancestral, and environmental aspects.

**Keywords:** Moulage, Macrame, EKA

**Autora:** María Camila Herrera Sapuyes  
**/ Tutora:** Garcia Mejía Maryluz



## La comunidad drag como una comunidad significativa en Cali.

*The drag community as a significant community in Cali.*

### Resumen

Este proyecto tiene como objetivo visibilizar el trabajo y las virtudes de la comunidad Drag Queen, informando sobre sus características y contribuciones positivas a la sociedad. Buscamos que se conviertan en una parte activa culturalmente y que se deje de lado el rechazo que aún enfrentan debido a sus gustos y forma de expresarse. Pondremos a prueba nuestra capacidad de crear bajo los conceptos y directrices de un grupo al cual no pertenecemos habitualmente, pero nuestro objetivo es apoyar a estos artistas Drag. Esta comunidad todavía enfrenta muchos prejuicios y aunque sus costumbres son ampliamente conocidas, su interior puede sorprendernos y proporcionarnos nueva información e ideas creativas, especialmente en el campo de la moda. Sus trajes, los materiales que utilizan y las técnicas que emplean para crear estos diseños impresionantes son aspectos que exploraremos. Aunque la comunidad Drag está experimentando un crecimiento y reconocimiento mundial, sigue siendo un tema tabú y un grupo socialmente no completamente aceptado. Este proyecto fomenta el conocimiento real de lo que implica ser Drag, sus verdaderas costumbres, el esfuerzo creativo y la contribución genuina que esta comunidad cultural puede brindar a la sociedad en Cali y Colombia.

**Palabras clave:** Comunidad Drag Queen, Vestuario escénico, Aceptación social

### Abstract

This project aims to raise awareness of the work and virtues of the Drag Queen community, providing information about their characteristics and positive contributions to society, in order to actively integrate them culturally and eliminate the rejection they still face due to their preferences and way of expression. It will test our ability to create under the concepts and guidelines of a group to which we do not usually belong, but the purpose is to support these Drag artists. This community is still heavily stigmatized, and while their customs are generally known, their inner world can offer great surprises and provide new information and creative ideas, especially in the fashion sector. Their costumes, materials used, and techniques for creating such stunning designs. Although the Drag community is currently growing and gaining international recognition, it is still somewhat taboo and not fully accepted in society. This project encourages understanding what being Drag truly means, their genuine customs, the creative effort, and the real contribution this cultural community can make to the society of Cali and Colombia.

**Keywords:** Drag Queen Community, Stage Costumes, Social Acceptance

**Autores:** Daniela Cortes Salazar, Katerine Aristizabal Gallego, Bibiana Patricia Montoya Álvarez, Claudia Viviana Sánchez / **Tutora:** María Piedad Pineda

## Negocios circulares: la respuesta a un nuevo consumidor

*Circular businesses:  
the response to a new  
consumer*

### Resumen

La contaminación generada por la industria de la moda está aumentando de manera alarmante. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, se estima que para el año 2050, esta industria podría ser responsable de más del 26% de las emisiones globales de carbono. Hace algunos años, era difícil obtener información sobre las prácticas de producción de las marcas de moda, pero gracias a las redes sociales, ahora tenemos acceso a detalles sobre lo que ocurre dentro de las fábricas. Además, estamos más informados acerca de los valores de las marcas que consumimos y exigimos estándares más altos para seguir apoyándolas. Si una marca no cumple con criterios de sostenibilidad y responsabilidad ambiental, estamos dispuestos a dejar de comprar sus productos y buscar alternativas más éticas. La conciencia sobre el impacto



de la moda en el medio ambiente está creciendo y los consumidores están cada vez más comprometidos con elegir marcas que se preocupen por reducir su huella ecológica. Es fundamental que las marcas asuman la responsabilidad de adoptar prácticas sostenibles y transparentes, para así contribuir a mitigar la contaminación y preservar nuestro planeta para las generaciones futuras.

Palabras clave: Modelo de negocio, Industria de la moda, Sostenibilidad

### Abstract

The pollution generated by the fashion industry is increasing alarmingly. According to the United Nations Environment Programme, it is estimated that by 2050, this industry could be responsible for over 26% of global carbon emissions. A few years ago, obtaining information about the production practices of fashion brands was difficult, but thanks to social media, we now have access to details about what happens inside factories. Additionally, we are better informed about the values of the brands we consume, and we demand higher standards to continue supporting them. If a brand does not meet sustainability and environmental responsibility criteria, we are willing to stop buying their

products and seek more ethical alternatives. Awareness of the environmental impact of fashion is growing, and consumers are increasingly committed to choosing brands that prioritize reducing their ecological footprint. It is essential for brands to take responsibility for adopting sustainable and transparent practices to contribute to mitigating pollution and preserving our planet for future generations.

Keywords: Business model, Fashion industry, Sustainability

**Autores:** Valentina Vallejo Rojas, Valeria Orozco Sierra; Maria Paula Duque Millán /  
**Tutor:** Mauricio Loaiza.

Programa Técnico Profesional en

**DIBUJO ARQUITECTÓNICO  
Y DECORACIÓN**



DIBUJO  
**ARQUITECTÓNICO  
Y DECORACIÓN**

CÓD. SNIES: 52093. Resolución MEN. 16180 de noviembre 15 de 2013.  
Registro calificado.

## Laboratorio proyectual del patrimonio arquitectónico, caso: barrio San Antonio, Santiago de Cali.

*Architectural heritage project laboratory, case: San Antonio neighborhood, Santiago de Cali.*

Zandra Benavides Orozco<sup>1</sup>

El proyecto integrador del programa Técnico Profesional en Dibujo Arquitectónico y Decoración parte de la problemática identificada por la pérdida de valor y reconocimiento del patrimonio construido en el barrio San Antonio de la ciudad de Santiago de Cali, considerado como punto de encuentro entre lo histórico/cultural, residencial y comercial. La fase 2 del proyecto, recopila datos adicionales para completar la información relevante de la zona a nivel de representación del patrimonio, es así como desde lo análogo, lo digital, los modelos como maquetas físicas y digitales además de datos estadísticos de usos del suelo, número de pisos, el trabajo de investigación y consulta histórica del barrio, se logra realizar una recolección que permitirá construir una memoria del barrio.

Este trabajo se ha socializado no solo con la comunidad y vecinos del barrio, sino que ha tenido acogida por asociaciones que velan por la protección del patrimonio es así como CHIA invitó al programa a participar con la exposición de los proyectos.

### Objetivos generales del proyecto



El proyecto tiene como propósito **contribuir a la formación del Técnico Profesional Dibujo Arquitectónico y Decoración** a partir de prácticas proyectuales sensibles a las preexistencias, promoviendo el sentido del estudio histórico y patrimonial de nuestras ciudades.



**Presentar** abordajes teóricos, metodológicos y técnicas de representación (análogas y digitales) e interpretación de la producción arquitectónica de valor patrimonial de la Ciudad de Cali, del barrio San Antonio, en diferentes posibles escenarios como muestras o producción de artículos, posters, videos etc.



**Recopilar** información que permita recuperar la memoria histórica arraigada o perdida en los conjuntos arquitectónicos.



**Representar** gráficamente en dos y tres dimensiones el estado formal actual de los Bienes Inmuebles de interés cultural material.

<sup>1</sup> **Zandra Benavides Orozco** - Líder Investigación Programa Técnico Profesional en Dibujo Arquitectónico y Decoración. Magister en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente. [proyectoarquitectonico@fadp](mailto:proyectoarquitectonico@fadp).

## ESTUDIANTE DIPLOMA





Para el periodo 2023 A, se incluyó la problemática social en los espacios urbanos aledaños al barrio con el parque del acueducto como espacio donde personas sin hogar desarrollan sus actividades diarias de aseo personal y necesidades fisiológicas al aire libre en el área perteneciente a un canal de agua residual. Esta actividad se hace en condiciones desfavorables y en ocasiones riesgosas debido al caudal de la escorrentía.

Paralelo a esto los habitantes del sector se sienten incómodos con las actividades desarrolladas por algunas personas en condición de marginalidad. Produciendo una sensación de inseguridad, decadencia social y desposesión ciudadana. (Sebastián Aguado)

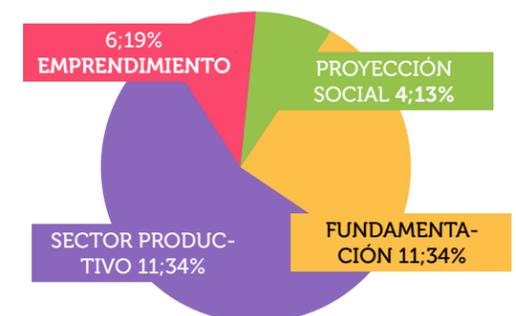
### Bajo la temática: Observatorio de realidades urbanas en el espacio público,

Los estudiantes de 4to. con el acompañamiento del tutor Sebastián Aguado trabajaron esta problemática.

Este trabajo se realizó en una primera fase con la universidad de San Buenaventura con la tutoría de la docente Adriana Mendoza haciendo un trabajo interdisciplinario entre las dos instituciones donde participaron los estudiantes de arquitectura de 4to. Semestre y 4to. semestre del programa de Dibujo Arquitectónico y Decoración. Este proyecto incluyó asesorías y tutorías por parte de la docente Adriana Mendoza además se realizaron conferencias y talleres entre las dos instituciones dando como resultado una muestra y montaje en el área del acueducto que permitió a partir de un modelo real conceptual evidenciar la problemática.

Otro semestre que vale la pena resaltar con una temática diferente a la tratada como proyecto general del programa es 3er. Semestre bajo el tema de emprendimiento, los estudiantes realizaron una investigación que permitió acercarse a las realidades y necesidades del sector productivo culminando con un evento donde los estudiantes crearon empresa, presentación que reunió diferentes sectores.

De esta manera noventa y ocho (103) estudiantes estuvieron vinculados con un total de treinta y un (32) proyectos, con un 34% para el eje de fundamentación, un 13 % para proyección social, 34% en el eje de sector productivo, 19% de emprendimiento y le resultado de las 4 fases propuestas al inicio y que dieron como resultado documentos de investigación, planimetrías de levantamiento, maquetas del sector del Barrio San Antonio, documento resumen, videos de la zona y por último la generación de un evento que permitió mostrar los resultados a la comunidad académica. A continuación, se muestran los resultados que materializan los que el proyecto planeado a un año pretende a partir de la representación Arquitectónica del sector específicamente en su contexto externo, divulgar el patrimonio construido de la ciudad de Cali y dejar una memoria.



A continuación, se comparten algunas experiencias logradas por estudiantes y tutores del programa.

## Caracterización de la fachada patrimonial, barrio San Antonio de Santiago de Cali.

Characterization of the patrimonial façade, San Antonio neighborhood of Santiago de Cali.

### Resumen

Santiago de Cali es una ciudad reconocida por su rica tradición cultural, que la ha convertido en un importante centro turístico y económico. Sin embargo, el desarrollo económico ha generado conflictos con respecto a la preservación del patrimonio cultural, como en el caso del barrio San Antonio, designado como patrimonio cultural por su historia y antigüedad. Aunque el barrio es muy apreciado por la comunidad local y los turistas, el crecimiento comercial ha generado problemas, como la interrupción de la tranquilidad y la modificación del patrimonio arquitectónico. Por medio de este proyecto se hace uso de los conocimientos técnicos en dibujo arquitectónico para hacer la caracterización de la

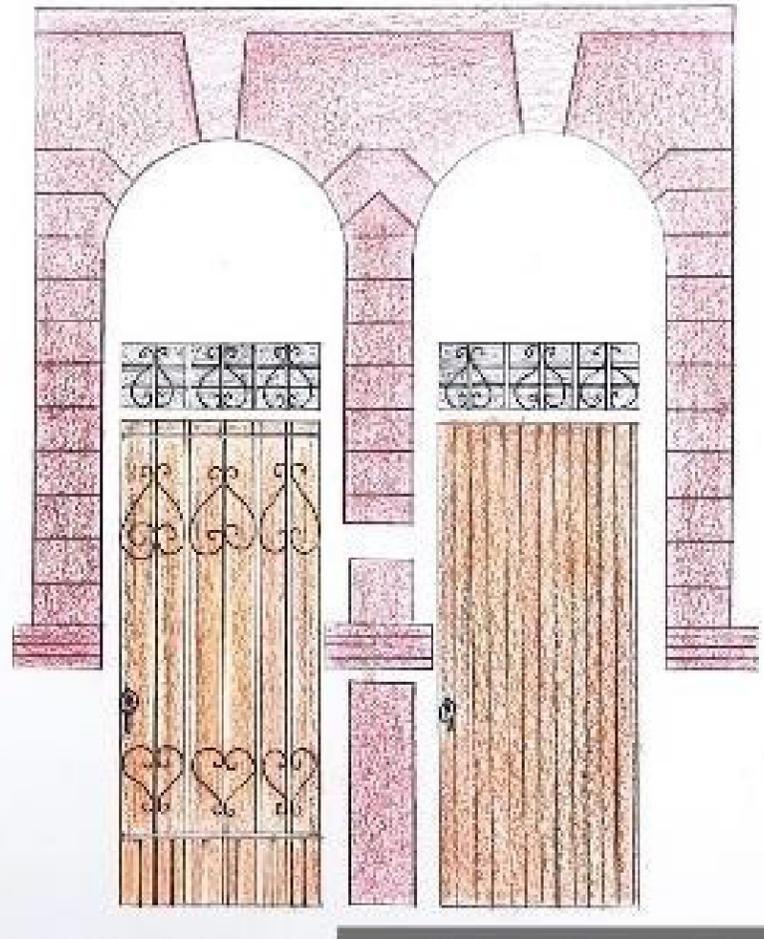
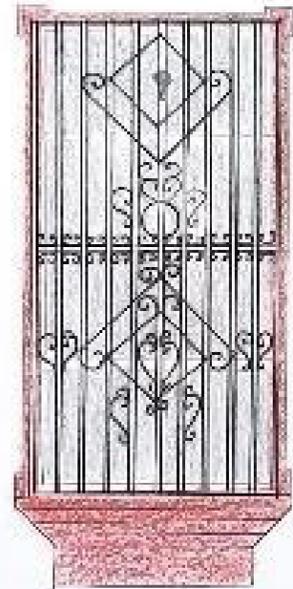
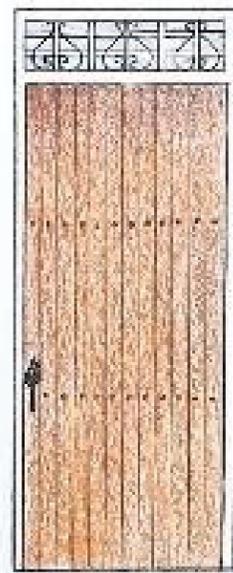
fachada patrimonial en el barrio San Antonio de Santiago de Cali. Para el desarrollo del proyecto se parte de un análisis conceptual del barrio San Antonio, en el cual se definen conceptos claves que permiten la identificación de las fachadas que cuentan como patrimonio arquitectónico y que deberán verificarse según el POT que contiene los parámetros que deben cumplir estas mismas. A partir de este análisis conceptual del barrio se realiza el levantamiento arquitectónico de 11 fachadas con el cuál se construye una cartilla física y digital en la cual se encuentra recopilada toda la información del análisis compositivo de las fachadas, sus estilos arquitectónicos, y su graficación a escala. También se construye una

guía de investigación unificada y se toma una de las once fachadas para presentar una infografía. Es importante saber el valor cultural del barrio San Antonio, manteniendo su preservación al ser un legado histórico y es de vital importancia generar conciencia sobre su función como espacio turístico y comunitario donde las autoridades mantengan bajo control el crecimiento comercial que ha tenido el barrio San Antonio en los últimos años.

**Palabras clave:** patrimonio cultural, levantamiento arquitectónico, estilos arquitectónicos, barrio San Antonio, patrimonio arquitectónico.

**Autores:** Yeison Pérez Palomino; Sareth Giuliana Triviño Jiménez; Sara Sofía Peña; Jhon Alexander Ordoñez Jaramillo; Aru Realpe Sánchez; Jhonny Alejandro Leyton Araujo / **Tutora:** Monica Andrea Hurtado





PRIMER PISO  
GRA 10 + 3-88  
ESCALA 1:20

## La fachada patrimonial – estilos y ornamento (detalles de puertas y ventanas) barrio San Antonio de Cali.

*The patrimonial façade - styles and ornament (door and window details) San Antonio de Cali neighborhood.*

### Resumen

Con el fin de profundizar en el patrimonio urbano y arquitectónico en la ciudad de Cali, estese semestre, el proyecto se enfoca en analizar con detalle las puertas y ventanas de aquellas casas patrimoniales representativas del barrio San Antonio, complementando los datos antes estudiados. Se entra a conocer materiales, decoración ornamental, nivel de funcionalidad y como los colores aplicados se complementan entre sí y con la fachada, esto, con el fin de entender la tendencia del barrio y sus corrientes estilísticas, y en el futuro proveer información necesaria para conservación del patrimonio por parte de quienes lo habitan actualmente y aquellos que planean migrar al sector, de esta manera logrando que continúe siendo un lugar admirable para quienes visitan, y de gran inspiración para arquitectos, diseñadores y quienes disfrutan del arte.

**Palabras claves:** Patrimonio urbano, cultura, ornamentos, puertas, ventanas, barrio San Antonio.

## Oportunidades de mercado en el sector de la arquitectura y la construcción

*Market opportunities in the architecture and construction sector*

### Resumen

Tras identificar las oportunidades en el mercado mediante una investigación y recolección de datos sobre las tendencias en la industria de la Arquitectura, se logró definir el modelo de empresa MOEC "Mobiliario Ecológico", el cual está enfocado en el diseño y elaboración de mobiliario para oficinas y espacios de trabajo tales como Freelance y Coworking. Durante el proceso de diseño se le brinda al cliente una experiencia única y personalizada de acuerdo a sus necesidades, por lo cual se desarrollan modelados 3D los cuales son asistidos mediante la Realidad Aumentada, permitiéndole al cliente visualizar y comprender como quedan los productos dentro de su espacio. Los diseños de mobiliario son realizados con insumos y materiales reciclados, los cuales son transformados en un producto útil dándoles un nuevo uso en el mercado, con el fin de preservar y conservar el medio ambiente.

**Palabras clave:** Economía naranja, tendencias en la industria de la construcción, industrias creativas, servicio de la arquitectura.

**Autores:** Yulissa Rudas, Alejandra Salazar, Yulitza Tapia, Andrés Delgado /  
**Tutora:** Monica Andrea Hurtado



MOEC

CONECTAMOS CON EL MEDIO AMBIENTE



### MOBILIARIO ECOLÓGICO PARA OFICINAS

- Nos enfocamos en el diseño y creación de mobiliario ecológico para espacios interiores, brindando una experiencia única y personalizada a nuestros clientes.
- Nuestros diseños son asistidos mediante RA, permitiéndole al cliente visualizar los productos en su espacio.
- Cada uno de nuestros diseños reduce en un 40% la tala de árboles utilizada para la elaboración de mobiliario para oficinas.



### Nuestros Materiales

- Polipropileno Reciclado
- Madera Plástica
- Polímeros Reciclados
- Metales Reciclados



@moec.mobiliario





## Observatorio de realidades urbanas, caso parque del acueducto - barrio San Antonio, Cali

*Observatory of urban realities, case of the aqueduct park - San Antonio neighborhood, Cali*

### Resumen

Los derechos y responsabilidades de la ciudadanía nos otorgan la oportunidad de ser partícipes y activos de nuestra comunidad, contribuyendo así a la construcción de una cultura y una sociedad que promuevan la justicia y paz. En resumen, la ciudadanía nos conecta a una comunidad más grande y nos ofrece la oportunidad de contribuir al bienestar de nuestra sociedad. Nos permite entender mejor la diversidad, respetar las diferencias y fortalecer nuestra identidad individual. Al mismo tiempo, también nos ayuda a ejercer nuestros derechos y responsabilidades como ciudadanos, lo que nos permite trabajar juntos para construir una sociedad más justa y equitativa. Para visibilizar el comportamiento de la ciudad y ciudadanía en el parque del acueducto, se realizaron dos visitas en diferentes horarios y así ver el comportamiento de la comunidad en cada espacio, con ese punto de partida se realizó una cartografía artística del parque, se investigaron temas determinantes del componente social, además se realizaron propuestas para mitigar o visibilizar las problemáticas. De allí se escogió la más coherente de los grupos para realizar y mostrar una de las problemáticas que se presentan, a la comunidad y usuarios que transitan en el parque. La propuesta parte de un objeto conceptual, funcional y artístico que tiene por objetivo ser instalado en el parque del acueducto para que transeúntes lo puedan ver, tocar o tener una experiencia además es llevado a la escuela Carlos Alberto Sardí del barrio San Antonio donde se impactaron 125 personas que tuvieron la oportunidad de ver y vivir la obra y se repartieron también 90 souvenirs.

Palabras clave: Mobiliario Urbano, Antimonumentalismo, Ciudad y Ciudadanía, Espacio Público, Marginalidad, Gentrificación, Homeless – Sin Techo

**Autores:** Danae Atehortua Vásquez, Claudia Isabella Carabali Valencia / **Tutor:** Sebastián Aguado

# Representación digital 2D del patrimonio construido, barrio San Antonio. Perfiles urbanos

## Resumen

El proyecto se realiza en la comuna 3, específicamente en el barrio San Antonio, que se ubica en la Ciudad de Santiago de Cali, resaltando el patrimonio construido, que abarca la arquitectura, la historia de su origen, perfiles urbanos, el antes y el después. En la parte geográfica se mencionará el uso del suelo y como algunas de sus edificaciones siguen intactas o cambiaron al pasar el tiempo. Con base al desarrollo de este proyecto, se tomará en cuenta las diferentes fases de fundamentación y aplicación para el interés cultural con el nivel de conservar su patrimonio, dejado así un proyecto de documentación que resalta y promueve el conservar su arquitectura patrimonial. Este análisis que incluye la representación y el análisis 2D, permite dejar una información que servirá para generaciones futuras, pero además como el reconocimiento de una problemática de la pérdida del patrimonio en el sector.

Palabras clave: Registro patrimonial, documentación, tecnologías digitales, sitios patrimoniales, arquitectura, Santiago de Cali, maqueta urbana.

**Autores:** David Gómez Quijano; Andrés Felipe Rodríguez; Jhoan Manuel Hernández Hernández / **Tutora:** Zandra Benavides

27



Proyecto Integrador  
**REPRESENTACIÓN DIGITAL DEL PATRIMONIO CONSTRUIDO**

MANZANA



**PATRIMONIO CONSTRUIDO**

El patrimonio construido de Colombia es un tesoro invaluable que nos conecta con nuestro pasado y nos permite conocer mejor nuestra cultura y patrimonio. Cada edificio, monumento y sitio histórico representa una parte importante de nuestra historia y merece ser apreciado, cuidado y preservado para las generaciones futuras.

El 28 de octubre del 1999 es declarado por el Ministerio de Cultura en la ciudad de Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia al Barrio tradicional San Antonio como Patrimonio Construido y por ende su preservación urbanística. Esta distinción se otorgó en reconocimiento a su valor arquitectónico, histórico y cultural.

**BIENES DE INTERÉS CULTURAL**

**ANÁLISIS ESTÉTICO**  
Perfil Urbano A - Carrera 10

La **puerta principal** es de madera y algunas llevan reja de hierro, algunas de ellas son dobles y tienen mirilla.

Algunas de sus fachadas tienen unos detalles de **expresividad**, esto genera **drama** en sus acabados.

Muchas de sus **fachadas** contienen detalles en **ladrillo** o **arte urbano**.

Las **ventanas tradicionales** tienen rejas de **hierro** o de **madera** y muchas de ellas son de **dos cuerpos**.

**ACTIVIDADES PERMITIDAS**

60%

Espacio público

27%

Comercio

04%

Mixto

**ANÁLISIS URBANO**



**Localización**  
Comuna 03.  
Barrio San Antonio.  
Cali, Valle del Cauca.  
Colombia.



**Usos del suelo**

- Residencial
- Mixto
- Comercio y Servicio
- Sin uso



**Alturas**

- 1 Piso
- 2 Pisos
- 3 Pisos
- 4 Pisos

**LEVANTAMIENTO DIGITAL**

**Perfil Urbano A - Carrera 10**



**Perfil Urbano B - CL. 1 OESTE**



**Perfil Urbano C - Carrera 12**



**Perfil Urbano D - CL. 2B OESTE**    **Perfil Urbano E - Carrera 12**    **Perfil Urbano F - CL. 3 OESTE**



**FACHADAS MÁS CARACTERÍSTICAS**  
Perfil Urbano A - Carrera 10








## Representación digital modelado 3D, del patrimonio arquitectónico barrio San Antonio – Cali, valle

### Resumen

San Antonio está ubicado en la comuna 3 de la ciudad Santiago de Cali y uno de los barrios más antiguos, que guarda en su recorrido tesoros de la arquitectura patrimonial en Cali, esta arquitectura es el resultado de diversos estilos que se desarrollaron desde los inicios del barrio hasta los años 20s y 30s, formando parte de la identidad de la ciudad y que moldea el sentido de pertenencia de los habitantes, sobre todo de los vecinos del sector y los vigías. Nuestro objetivo es representar el patrimonio del barrio con tecnologías digitales 2D y 3D, que permitan reconocer cada calle y lo que se encuentra en

ellas, teniendo en cuenta la participación ciudadana con ayuda del representante de la junta de acción comunal y las entidades que nos pueden brindar sus servicios. Queremos presentar nuestro proyecto a las personas esperando que lo observen y así generar un conocimiento y reconocimiento sobre este lugar, por lo tanto Santiago de Cali también conocida como la sucursal del cielo que lleva consigo una gran muestra de tradición cultural, folclórica y gastronómica, uno de sus puntos más recorridos es San Antonio, que a lo largo de los años ha sido reconocido por nativos y extranjeros como uno de los lugares más acogedores e interesantes de nuestra ciudad, para disfrutar de su gran vista panorámica, disfrutar de hermosos restaurantes del sector, es perfecto para disfrutar en familia y amigos.

**Palabras clave:** Registro patrimonial, documentación, tecnologías digitales, sitios patrimoniales, arquitectura, Santiago de Cali.

**Autores:** Alejandra Montaña, Lina Burbano, Isabella Rengifo, Luisa Balanta / **Tutora:** Zandra Benavides

Programa Técnico  
Profesional en Producción

# MULTIMEDIAL



PRODUCCIÓN  
MULTIMEDIAL

CÓD. SNIES: 103501. Resolución MEN. 11077 de julio 14 de 2014.  
Registro calificado.

## La gamificación en la educación, marketing y expansión hacia nuevos mercados

*Gamification in education, marketing and expansion into new markets*

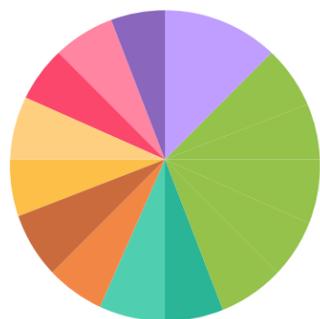
Yair Vega Lopez<sup>1</sup>

El usuario digital actual está buscando nuevas experiencias digitales para el entretenimiento, el aprendizaje y la adquisición de productos o servicios. Esta necesidad contrasta con la demanda de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) que buscan ofrecer innovación en sus productos digitales para abrir nuevos mercados y ampliar la experiencia de los usuarios.

La gamificación continúa siendo una estrategia popular y en crecimiento en diversos campos. Se ha utilizado regularmente en la industria del marketing, la educación, el desarrollo personal, la salud y el bienestar, entre otros. A medida que la gamificación se ha integrado más en los negocios y las organizaciones, se han llevado a cabo estudios y encuestas para medir su efectividad. Estas investigaciones evalúan métricas como la participación del usuario, la motivación, el aprendizaje, el rendimiento y la satisfacción. En el cuadro estadístico (1), se observa que la educación aprovecha al máximo la gamificación para su beneficio, mientras que otras entidades han mostrado un menor

interés. Este nos muestra un panorama universal de la gamificación; pues en Colombia la gamificación solo se aplica en lo educativo, y a nivel de industria TIC, solo 2% es gamificación.

**Gamificación Aplicada**  
Tomada del Global Game Makert 2022



- Educación 65,80%
- Gobierno 4,10%
- Salud 4,70%
- Humanitario 0,80%
- Medios 8,10%
- Política 0,50%
- Religión 4,10%
- Ciencia 1,10%
- Publicidad 10,70%
- Corporaciones 1,10%
- Cultura 5,80%

En el marco del proyecto integrador del programa Técnico Profesional en Producción Multimedial, se exploró la gamificación en diferentes esce-

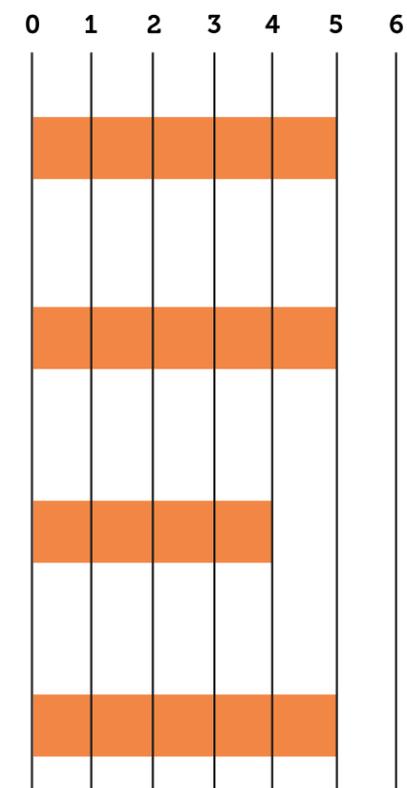
narios educativos, de marketing y en mercados aún poco explorados. El objetivo era integrar elementos jugables en experiencias digitales que incentivaran a los usuarios a tomar decisiones durante su navegación. La gamificación ha demostrado ser una estrategia efectiva en plataformas de aprendizaje, permitiendo la apertura de aulas virtuales donde los estudiantes pueden aprender a su propio ritmo. Esta metodología toma elementos de los videojuegos, como recompensas, trofeos, ayudas y niveles de aprendizaje, para motivar y comprometer a los usuarios.

Con los resultados obtenidos en el proyecto integrador, la gamificación ha demostrado ser una estrategia efectiva en plataformas de aprendizaje. Además, ha permitido la creación de productos digitales gamificados, donde los estudiantes de preescolar pueden aprender a su propio ritmo y los clientes de una tienda de mascotas pueden aprender sobre el cuidado de los animales mientras obtienen descuentos. También se puede aprender sobre la historia de la moda a través de un video-

juego de plataforma y prevenir el consumo de drogas mediante la toma de decisiones en una animación 2D. Estos resultados demuestran que la gamificación seguirá siendo relevante en la creación de contenido, permitiendo a emprendedores y empresas digitales innovar en sus productos, educar, entretener y generar experiencias.

Estos proyectos se caracterizaron por su diversidad, con la intención de ser útiles y de uso libre. En el siguiente gráfico (2), se muestra la cantidad presentada de proyectos por semestre en el periodo 2023\_1, en el programa Técnico Profesional en Producción Multimedial:

**Proyecto Integrador**  
Cantidad de Proyectos: 19



<sup>1</sup>Yair Vega Lopez - Líder Investigación Programa Técnico Profesional en Producción Multimedial. Maestro en Artes Visuales. [yair.vega@fadp.edu.co](mailto:yair.vega@fadp.edu.co)





**INVESTIGA  
APRENDE**



## Look back: gamificación sobre historia de los complementos de la moda

*Look back: gamification on the history of fashion accessories*

### Resumen

La moda no es solo prendas de vestir; más bien, la moda son estilos que marcan un momento o una época, con elementos como estampados, accesorios, bordados, telas, texturas, todo aquello que se luzca con el cuerpo, para vernos y sentirnos a gusto con nuestra apariencia. Teniendo en cuenta que la temática es muy amplia en la historia de la moda, encontramos la manera de encasillar una serie de elementos importantes en dos épocas y lugares principales, como Egipto (entre el 4000 al 3200 AC) e Inglaterra. (1690-1740). El proyecto consiste en desarrollar la versión alfa de un videojuego interactivo, con la presencia continua en cada nivel de la gamificación direccionada hacia el diseño de modas. "Look Back" se desarrolla como un videojuego de plataformas 2D de aventura, exploración y puzzles, en el que la protagonista, Andrea, es abducida por un extenso nivel y tiene que superar todos sus retos, como conocer e interactuar con los entornos y aprender, mientras recorre escenarios históricos, con el fin de volver al mundo real. En cuanto a las mecánicas del juego, el usuario encontrará juegos mentales educativos, misterio, una narrativa profunda y un diseño amigable que conforman este universo gamificado. Se ha planificado con una jugabilidad sencilla y música acorde a su entorno, para una experiencia más inmersiva en aprendizaje y navegabilidad. Por otra parte los usuarios del juego, que son principalmente estudiantes de moda, puede llegar a ser algo desafiante para ellos; por que es una nueva experiencia y un vehículo que los acerca a la historia del mundo de la moda, investigando y aprendiendo. Finalmente, esperamos que se pueda utilizar este videojuego como recurso para sus clases y que lo valoren como una herramienta para el aprendizaje, y no solo como un producto de entretenimiento.

**Palabras clave:** Gamificación, Videojuego, Historia de la Moda, Diseño de Modas

**Autores:** Luis Angel Benavides, Maria Jose Gamez, Juliana Lopez Londoño, Mateo Minota Arizala, Diana Montaña Rentería; Johan Esteban Valladares / **Tutor:** Fabian Humberto Posso Gordillo

## Moda ancestral. Proyecto gamificado para explorar la riqueza cultural de las regiones de Colombia

*Ancient fashion. Gamified project to explore the cultural richness of the regions of Colombia*

### Resumen

Al describir la cultura de cada región de Colombia, estaríamos hablando de una gran diversidad de dialectos, manifestaciones artísticas, gastronomía y un sinnúmero de factores que están conectados a un legado ancestral y que se transmiten a cada generación. Esto marca su diversidad étnica, su gastronomía autóctona y sus entornos naturales, que representan toda esa gran riqueza. Sin embargo, las nuevas generaciones, con la globalización, están expuestas a los medios de comunicación y a la influencia de una cultura global, dejando de lado la apropiación e identidad cultural local. Por medio de este proyecto e iniciativa, siguiendo los ODS 4 y 11, nuestro objetivo es fortalecer e incentivar el aprendizaje de la moda ancestral, que contiene elementos de la identidad cultural de Colombia, en los niños. Este proyecto utiliza los conocimientos adquiridos en los diferentes módulos del semestre, adaptando la metodología del doble diamante con el descubrimiento, la definición, el desarrollo y la entrega, para concluir el proceso con un videojuego 2D llamado "CaoPai", el cual emplea la estrategia de la gamificación que permite involucrar a los usuarios en la exploración de la moda ancestral de Colombia.

**Palabras clave:** moda Ancestral, Identidad Cultural, Nuevas Generaciones.

**Autores:** Isabela Iguaran Gongora; Georgina García / **Tutor:** Fabian Humberto Posso Gordillo




Servicio al cliente  
+57 311 6090979

Categorías

Inicio Tienda Detalles de la tienda Acciones Contáctenos



**¡Bienvenidos!**  
Tienda de accesorios para celular y tecnología.  
Cinco años de experiencia.  
[Ver](#)

AHORRA 10%  
**Oferta especial**  
[Compra ahora](#)

AHORRA 10%  
**Oferta especial**  
[Compra ahora](#)



## Otto's Pet's

**Aquí encontraras las soluciones a las necesidades de tus peluditos. Podras encontrar desde alimentos de la mejor calidad hasta accesorios y objetos que le ayudaran a tu peludito a sentirse mas comodo. Que esperas para acceder a tu nueva tienda de confianza, con precios mas que justos.**

[Más información](#)

View Windows  
to a Configuration para activar Windows

## La interacción con los clientes como clave para alcanzar el éxito con una ecommerce

*Interaction with customers as the key to achieving success with an ecommerce*

### Resumen

La interacción entre los sitios web y las redes sociales ha permitido obtener beneficios sociales y financieros en el comercio electrónico. Además, ha posibilitado la venta de servicios a través de internet sin necesidad de un punto físico. Estas plataformas han incrementado la forma de hacer negocios e ingresar al mundo empresarial, ya que son fáciles de manejar en diferentes plataformas. Los negocios en línea ofrecen grandes beneficios rápidos y eficaces, permitiendo la compra y venta de servicios con una entrega exitosa en el lugar de residencia del cliente. La creación de empresas a través de internet se convierte en un motor de crecimiento y desarrollo que transforma los escenarios económicos competitivos e incrementa el número de empleos. Este proyecto tiene como objetivo impulsar la idea de generar una marca personal. Para lograr esto, hemos desarrollado un sitio web que proporciona información sobre productos y servicios para todos los usuarios, con el fin de obtener un gran alcance y una ventaja competitiva. Uno de los factores fundamentales para el éxito es ofrecer contenido de calidad y original, para atraer clientes potenciales que beneficien tanto a los productores como a los consumidores de dicho contenido. Esta tecnología permite alinear el marketing y las ventas, lo que resulta en un acortamiento del ciclo de venta tradicional y un mayor número de oportunidades comerciales.

**Palabras clave:** crecimiento, empresa, ganancias, gamificación.

**Autores:** Valeria Estefania Hoyos; Esteban Medina Torres  
**/ Tutor:** Yair Vega Lopez

## OTTO's PET's: plataforma para conectar de forma más efectiva a los clientes y propietarios de mascotas

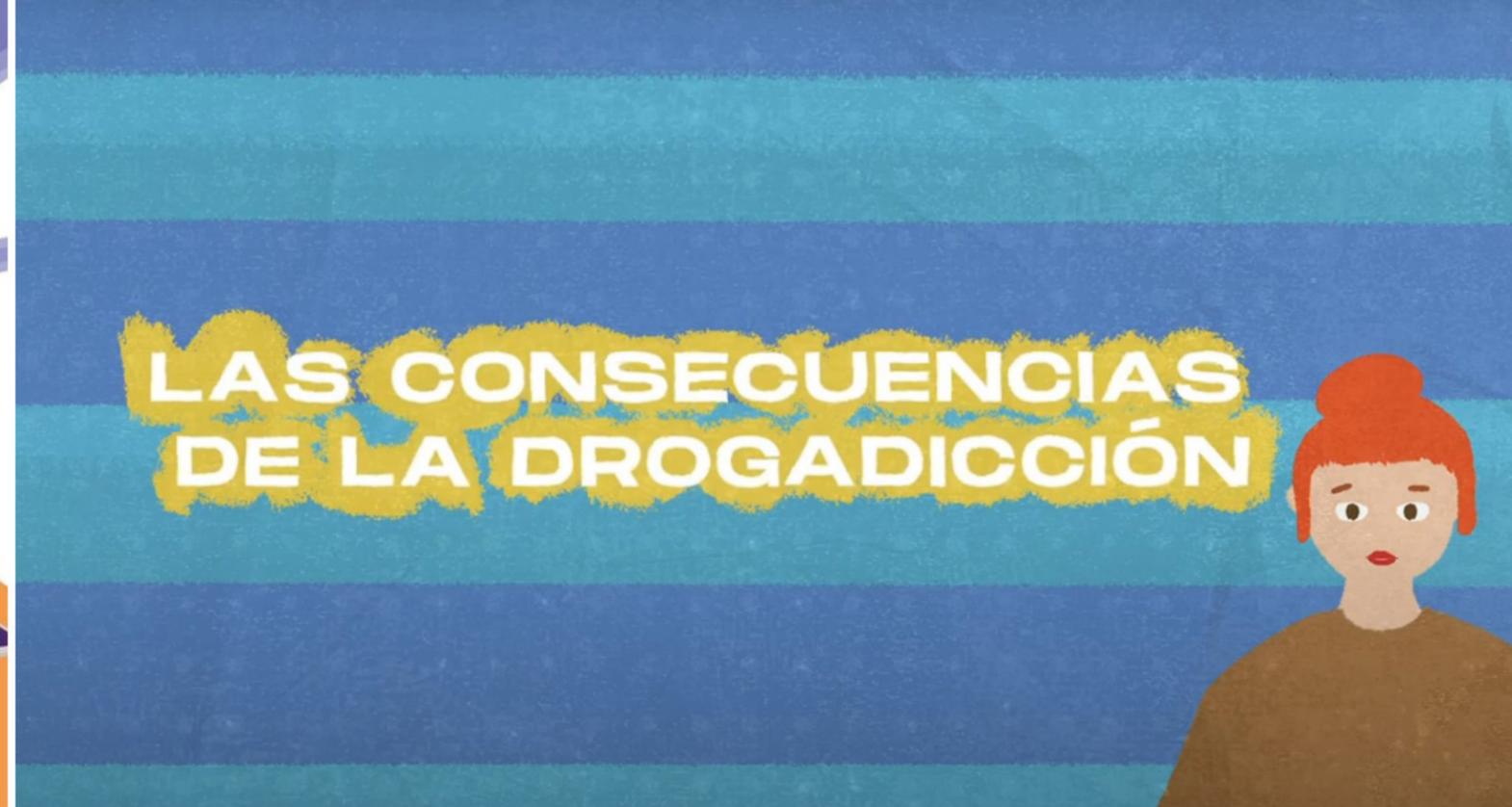
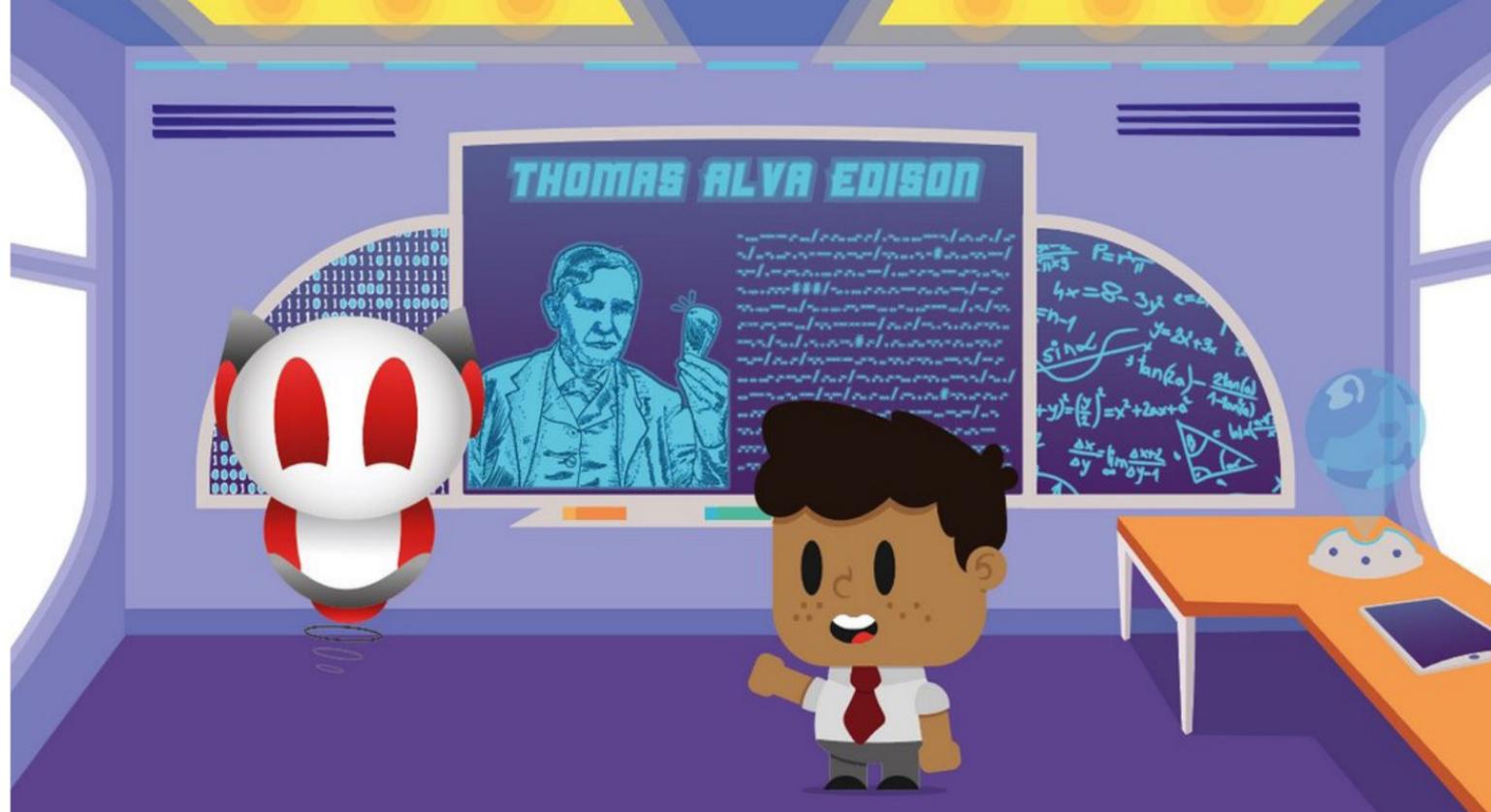
*OTTO's PET's: platform to more effectively connect customers and pet owners*

### Resumen

En la actualidad, los usuarios y clientes prefieren comprar productos por internet debido a las dinámicas del día a día. Nuestros usuarios son personas que tienen a cargo una mascota, el cuidado de una mascota implica una gran responsabilidad y, debido a las ocupaciones diarias, es fácil olvidar comprar alimentos. Sin embargo, hemos observado que las personas mayores prefieren ir directamente a la tienda, ya que en su mayoría no tienen una agenda tan apretada o son personas pensionadas. En nuestra investigación nos encontramos con las malas experiencias que han tenido otros usuarios al realizar compras en línea. Se quejan de entregas de mala calidad, como empaques rotos, productos vencidos o productos que no corresponden a lo solicitado. Además, las entregas no se realizan de manera inmediata. La ventaja de ir a una tienda física de productos para mascotas es poder apreciar, analizar y comparar precios con otros productos, para así adquirir el producto más adecuado para la mascota, teniendo en cuenta la calidad y el precio. El comprador busca obtener el producto de la forma más cómoda posible, llevándolo a su hogar sin problemas y evitando inconvenientes o malas experiencias asociadas a la compra virtual. De esta manera, el comprador puede asociar estas malas experiencias con la desconfianza y, en consecuencia, se pierde un cliente potencial. Por esta razón, hemos decidido que lo primero en mejorar y fortalecer es el servicio para nuestros clientes. En el sitio web que realizamos, por medio de la gamificación las personas serán responsables de una mascota virtual, con un formato similar al tradicional tamagotchi. Al cumplir con cada uno de los ciudadanos el usuario podrá canjear los puntos que gana, por descuentos especiales en productos para la mascota.

**Palabras clave:** gamificación, didáctico, individuo, aprendizaje, mascotas

**Autores:** Juan Sebastian Cabrera; David Ruiz Luke  
**/ Tutor:** Yair Vega Lopez



## Video interactivo "Arturo: historias temporales"

*Interactive video "Arturo: temporary stories"*

### Resumen

Arturo: historias temporales, es un video para niños donde se prioriza la gamificación en los procesos educativos para enseñar hechos históricos impactantes en el mundo. Este video interactivo ha sido diseñado específicamente como un recurso didáctico para enseñar a los niños sobre eventos históricos de una manera entretenida y participativa. Combina elementos visuales atractivos con una narrativa interactiva, creando así una experiencia de aprendizaje interactiva. El producto multimedial se presentará con un episodio piloto que narra la invención del bombillo, y cada episodio posterior contará un evento histórico diferente. El capítulo comienza mostrando lo que sería una clase normal de historia, a través de personajes animados, donde se habla sobre la creación del bombillo utilizando un método tradicional de enseñanza. Sin embargo, en pocos segundos, la historia cambia y se nos sumerge en un viaje en el tiempo, invitándonos a ser parte activa de la historia. Los espectadores dejan de ser solo observadores, para ser desafiados a tomar decisiones que afectan el desarrollo del evento histórico, eligiendo el camino a seguir y llevan a prueba sus habilidades cognitivas. Este proyecto tiene como objetivo convertirse en una herramienta, que genere un aprendizaje significativo, fomente e inspire el interés de los niños en la historia y despierte su curiosidad intelectual.

**Palabras clave:** gamificación, video interactivo, evento histórico, educación.

**Autores:** Joshua Benavides; Laura Caicedo; Alejandro Cobo; Julián Gómez; Jorge Lopez; Sara Vallecilla / **Tutor:** Gerónimo De La Cruz Villafañe

## Las consecuencias de la drogadicción: cortometraje animado para reflexionar sobre el consumo de drogas.

*The consequences of drug addiction: animated short film to reflect on drug use.*

### Resumen

La problemática de la drogadicción en Colombia, es un tema de suma importancia y preocupación puesto que desde los últimos años no se ha visto disminución. El problema, en el país, radica principalmente en el narcotráfico de estas mismas. Además, no hay que olvidar que su estigmatización y poca concientización en la población, hace todo el proceso más difícil. Es de vital importancia que mientras la producción de drogas ilícitas en el país aumente de manera significativa con el pasar del tiempo, se tomen y apliquen medidas que no solo previenen y retardan su producción, sino que también informen, de todas las maneras posibles, sobre su existencia en la sociedad y sus peligrosas consecuencias. En cuanto al producto audiovisual, que surge de este proyecto titulado "consecuencias de la drogadicción" recopilé información relevante en mi investigación, tomadas de diferentes fuentes acerca de de la drogadicción en Colombia, lo cual abarca su índice de consumidores en el país, medidas propuestas por el gobierno y su situación actual en cuanto a distribución. La manera de proyectar la información que recopilé es mediante un video animado con fines educativos en formato 2D, realizado en su totalidad con Adobe After Effects y Adobe Photoshop, en el que mediante ilustraciones mostrarán el día de una adolescente que lucha contra su adicción a las drogas, la cual al final tomará una decisión que le dará un rumbo a su vida. En este trabajo expone las consecuencias que trae consigo el consumo de drogas; y contribuye promover una socialización más natural acerca del tema, mientras se fomenta la empatía y solidaridad con aquellos que lo sufren.

**Palabras clave:** drogadicción, Colombia, consecuencias.

**Autora:** Valeria Quiñonez Correa / **Tutor:** Jorge Mario Rincón

Programa Técnico Profesional  
en Producción en

# **DISEÑO INDUSTRIAL**



PRODUCCIÓN  
EN **DISEÑO**  
**INDUSTRIAL**

Acreditación de Alta Calidad. Resolución MEN. 003266 de marzo 5 de 2020.  
CÓD. SNIES: 103674. Resolución MEN. 13926 de agosto 29 de 2014.  
Registro calificado.

## Soluciones técnicas en seguridad alimentaria y nutricional

Technical solutions in food and nutrition safety

**Raquel Moy Arcila<sup>1</sup>**

Para el primer periodo del 2023, el Programa Técnico Profesional en Producción en Diseño Industrial, en sinergia a la agenda 2030 de la Comisión Económica Para América Latina (CEPAL) y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), establece implementar para Proyecto Integrador, las estrategias que el Gobierno Colombiano ha establecido para dar cumplimiento a estos Objetivos, vinculando las Industrias Culturales y/o el sector productivo.

Como consecuencia, desde la Unidad de Pertinencia de Impacto Social (UPIS), se realiza una alianza con la Fundación Arquidiocesana Banco de Alimentos Cali, donde en común acuerdo se decide llevar con el Programa Técnico Profesional en Producción en Diseño Industrial, un proyecto que surge de la necesidad de soluciones técnicas en seguridad alimentaria y nutricional, ya que la organización, mediante los procesos de Recolección, Clasificación, Almacenamiento – Distribución y Beneficio, apoya y fortalece a organizaciones y líderes sociales suministrándoles alimentos, bienes donados y/o adquiridos, formación y capacitación, sin embargo, debido a la falta de equipos y/o productos que ayuden y faciliten diferentes actividades dentro del proceso de Clasificación, la optimización de tiempo, ergonomía, entre otros, se ve alterado, trayendo consigo desorden, cuellos de botella e inclusive dolencias a los trabajadores y/o voluntarios por malas posturas o esfuerzos físicos.

Desde el comité curricular, la problemática en mención, se considera viable para desarrollar desde proyecto Integrador de segundo y tercer semestre del programa, pensando en una asociación con la línea de investigación: Diseño, cultura y sociedad, partiendo del objetivo; Generar una solución técnica que permita una adecuada clasificación de productos dentro de los diferentes espacios\* manejados en el Banco de Alimentos de Cali, para lo cual, se debe tener en cuenta una sencilla manipulación de insumos durante los procesos, optimización de tiempos y esfuerzos físicos.

<sup>1</sup>**Raquel Moy Arcila** - Líder Investigación Programa Técnico Profesional en Producción Multimedial. Diseñadora Industrial. Universidad ICESI. Mg. en Estética y Creación. Universidad Tecnológica de Pereira. Actualmente, docente y líder en la unidad de investigación del programa Técnico Profesional en Producción en Diseño Industrial de la Fundación Academia de Dibujo Profesional.

Vinh, Q. (2020, diciembre). Seguridad Alimentaria. Pexels. <https://www.pexels.com/es-es/foto/comida-taburete-mujer-nina-6130653/>



### Espacios:

- Bodega de ropa Bodega de Frutas y Verduras
- Bodega de Lácteos y Bebidas
- Bodega de Alimentos no Pedecereros
- Bodega de Aseo Personal y del Hogar
- Sección de Panadería
- Cuarto de Reempaque
- Sección de reciclaje
- Bodega de Almacén

Planteado lo anterior, el tema sombrilla de Proyecto integrador para el periodo 2023-IP se establece como "Soluciones Técnicas en Seguridad Alimentaria y Nutricional", que abarca el objetivo previamente indicado y a su vez se articula a tres de los objetivos de desarrollo sostenible:

- Hambre Cero
- Reducción de las Desigualdades
- Producción y Consumo Responsables

Como ruta investigativa para llevar a cabo el proyecto, se establece la metodología del doble diamante, la cual se viene implementando en el programa desde el año 2018, obteniendo excelentes resultados desde un componente conceptual y práctico, esto gracias a las fases que la componen:

### DESCUBRIR

Delimitar el contexto a trabajar en relación a lo conocido y lo que está por conocer, así como el alcance del proyecto y los objetivos.

### DEFINIR:

Definir el reto / problema a resolver teniendo en cuenta áreas de oportunidad detectadas en el contexto intervenido con los actores involucrados.

### DESARROLLAR:

Ideación y desarrollo de soluciones según criterios de evaluación previamente definidos.

### ENTREGAR:

Presentación del proyecto teniendo en cuenta lo que funciona y lo que no para el usuario según validaciones previas.

Como resultado para este primer semestre del 2023, se obtienen 10 proyectos de los 31 estudiantes que conformaron el periodo académico, los proyectos se catalogaron un 100% en proyección social:

**Banco de Proyectos**

**100%**

**Proyección Social**

Para el cierre de estos proyectos y apreciación de los resultados logrados, se preparó un cronograma de sustentaciones presenciales donde los grupos de trabajo presentaban sus proyectos al tutor y docentes de módulo, recibiendo a cambio una evaluación y retroalimentación de los resultados de aprendizaje evidenciados.

A continuación, se presentan los resúmenes técnicos de algunos proyectos destacados:

## PORÚ: dispensador de líquidos

*PORÚ: liquid dispenser*

### Resumen

La Fundación Arquidiocesana Banco de Alimentos Cali, es una organización privada sin ánimo de lucro que trabaja en pro de la Seguridad Alimentaria y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas vulnerables en la ciudad de Cali. La componen áreas de Recolección, Clasificación, Almacenamiento y Distribución, sin embargo, debido a la falta de equipos que agilicen diferentes actividades dentro del proceso de Clasificación, el tiempo y la ergonomía se ve alterado, trayendo consigo irregularidades, obstáculos o inclusive dolencias a los colaboradores por esfuerzos físicos. Haciendo énfasis en el área de clasificación de líquidos (detergentes), el proyecto aplica conocimientos de Diseño Industrial desde la conceptualización del objeto y el contexto de la tarea, junto con sus involucrados para generar soluciones en cuanto al espacio, tiempo, experiencia de usuario y el conocimiento general para realizar la actividad en cuestión. La metodología aplicada consta de descubrir, definir y desarrollar; se realiza una investigación de campo para descubrir las razones por las cuales en el área se desarrollan diferentes tareas de una manera agobiante, se definen los problemas más recurrentes de ergonomía donde el usuario realiza tareas físicas fatigosas, y por último se desarrolla un prototipo capaz de proponer una mejoría de una forma convencional para re-ensasar productos líquidos de aseo, cumpliendo también una serie de requerimientos definidos. Concluido el proyecto, se observa una reacción positiva en los encuestados, mostrándose como un proceso gratificante y práctico, además de poseer cualidades atractivas para el usuario como lo es su disposición portable, asepsia y modularidad.

**Palabras clave:** Recolección, Donación, Empaque, Clasificación, Almacenamiento, Distribución

**Autores:** Gabriela Restrepo; Abraham Vivas / **Tutora:** Raquel Moy

**PORÚ**  
DISPENSADOR DE LIQUIDOS





## Propuesta técnica de diseño industrial para la mejora de las condiciones de trabajo en zona de empaque de alimentos no perecederos

*Technical proposal for industrial design to improve working conditions in the non-perishable food packaging area*

### Resumen

El Banco de Alimentos de Cali, mediante diferentes procesos; Recolección, Clasificación, Almacenamiento – Distribución y Beneficio, apoya a fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro, proporcionándole alimentos, bienes (donados o adquiridos), formación y capacitación. Sin embargo, la entidad en muchos casos carece de equipos y/o artefactos que ayuden y faciliten diferentes actividades dentro del proceso de Clasificación, donde la optimización de tiempo, actividades y ergonomía, se ve alterado, trayendo como consecuencia desorden, cuellos de botella e incluso padecimientos a los trabajadores y/o voluntarios por mala manipulación o esfuerzos físicos. Nuestro proyecto está enfocado en la mejora de las condiciones ergonómicas de los trabajadores de planta y de los voluntarios en la zona de empaque, optimizando la productividad y eficiencia en las tareas y/o procesos a través de una propuesta conocida como Sistema Móvil, estructural adaptable a canastas para transportar mercados. La metodología utilizada consta de tres fases: Análisis por medio de visitas y entrevistas, bocetos y prototipado. Como ejercicio práctico se logra crear un prototipo que cambie de posición vertical a horizontal mediante la rotación de sus ejes. Esto como resultado ayudará al usuario final a tener una mejor experiencia laboral reduciendo sobreesfuerzos físicos y mejorando su rendimiento en el transporte de las canastas para la selección y empaque de los mercados.

**Palabras clave:** Clasificación, Orden, Alimentos, Empaque, Transporte.

**Autores:** Gabriela Restrepo; Abraham Vivas / **Tutora:** Raquel Moy

## FRUBLE – mesa para el trabajo de alimentos

*FRUBLE – table for food processing*

### Resumen

Los Bancos de Alimentos de Colombia son organizaciones sin ánimo de lucro encargadas de recibir donaciones con el fin de disminuir los desperdicios de alimentos y mejorar la seguridad alimentaria de personas en condiciones vulnerables, sin embargo, debido a la falta de equipos adecuados se generan desordenes y esfuerzos físicos realizados constantemente por operarios que pueden reducir la productividad del trabajo. Por esta razón, este proyecto busca generar una solución técnica que permita una correcta clasificación de productos dentro de los diferentes espacios manejados en el Banco de Alimentos de Cali. La metodología utilizada es doble diamante que consta de cuatro fases: descubrir, definir, desarrollar y entregar. Primero se realiza una visita con el usuario, una entrevista y un registro fotográfico del lugar para continuar con la selección del área de oportunidad detectada en la bodega de Fruver, donde se percibe la necesidad de tener un área de trabajo más ordenada, donde se disminuya el riesgo de desarrollar contaminación cruzada. Posteriormente, se propone el diseño de una mesa de trabajo que tiene integrados en su superficie un soporte para cuchillos, separadores corredizos y un espacio apto para contenedores, proporcionando al operario y/o voluntario la selección y clasificación del Fruver con mayor eficiencia, productividad y disminución del esfuerzo realizado. Además, favorece a la protección de los alimentos manipulados ante la contaminación cruzada producida por la interacción entre utensilios, equipos, superficies o gases emitidos por la avería orgánica, así como la disminución de posibles accidentes al tener una mejor optimización del espacio.

**Palabras clave:** Mesa de trabajo, optimización del espacio, contaminación cruzada.

**Autores:** Valentina Echeverri Rojas;  
Laura Molina; Julián Triana Vásquez /  
**Tutora:** María Nelly Dueñas



## MODU WASH. Solución técnica para el banco de alimentos de Cali en sus áreas productivas

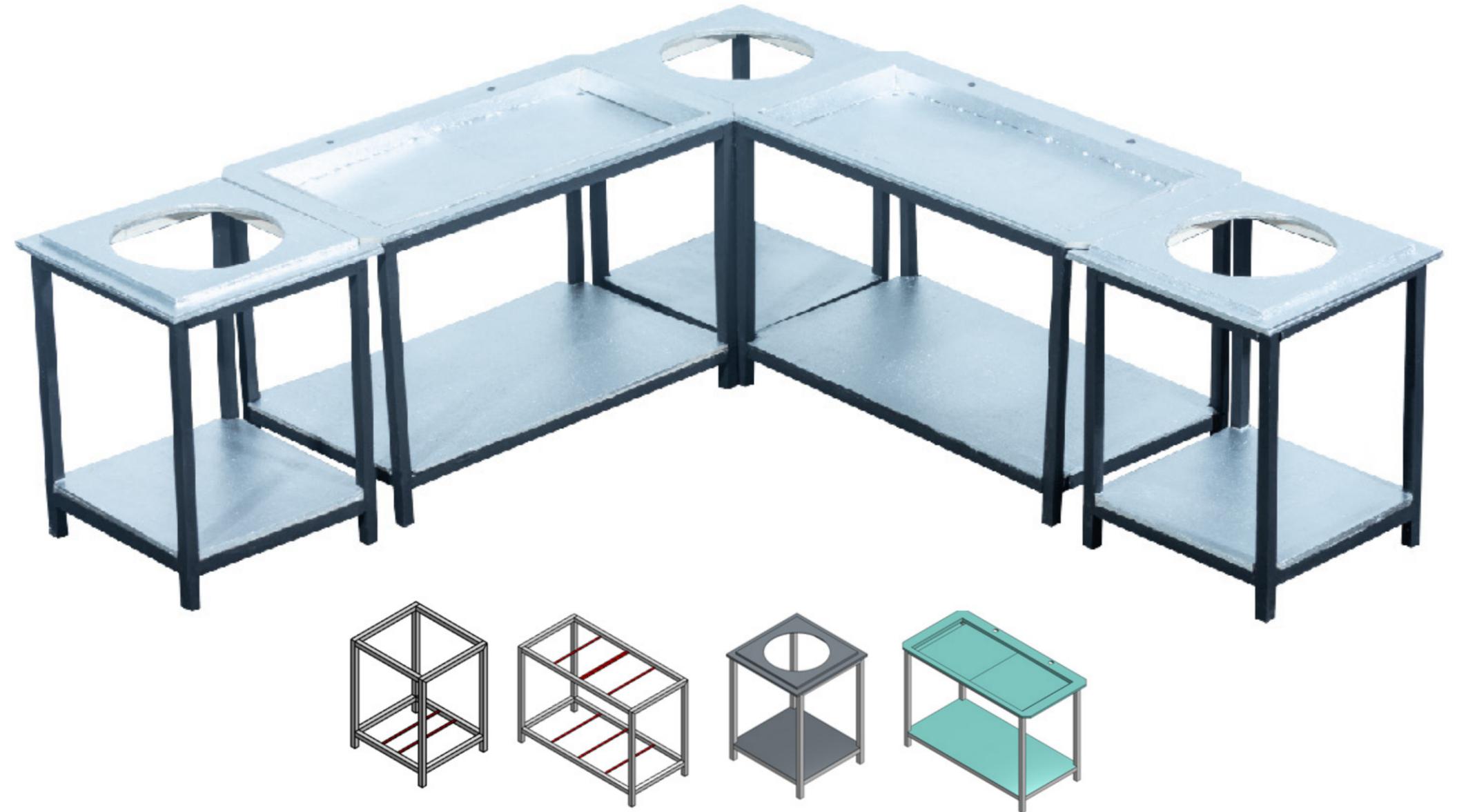
*MODU WASH. Technical solution for the Cali food bank in its productive areas*

### Resumen

El trabajo del lavado sea de platos o de frutas tiende a ser fácil en lo doméstico, pero cuando hablamos de algo mayor, es decir de grandes volúmenes, se vuelve tedioso y difícil, pues se está en una jornada de trabajo completa haciendo este proceso de manera repetitiva, lo que a mediano y largo plazo tiende a afectar el cuerpo. Realizando un estudio de esta problemática aparentemente "básica" dentro del Banco de Alimentos de Cali, se analiza que la actividad de lavar frutas y verduras en los espacios estipulados para los trabajadores, no tienen los mejores equipos para facilitar esta tarea, trayendo como consecuencia esfuerzos innecesarios que terminan afectando a la persona (trabajadores y/o voluntarios), es por eso, que entrando al proceso investigativo, se entrevistaron a varios trabajadores que hacen esta labor, llegando a la conclusión de la optimización de espacios de trabajo con un elemento clave, entendiendo que un lavaplatos puede tener a su vez el potencial de una mesa de trabajo, esto con una leve inclinación hacia los lados (zona de lavado), siendo más cómodo para el operario sin perder flujo del agua hacia los puntos de drenaje, adicional se pensó también en una estructura modular especial para contenedores, que ayuda a una mayor organización de los espacios y procesos a la hora de la actividad a realizar.

**Palabras clave:** Modular, Optimización, Ergonomía, Orden

**Autores:** Juan Diego Sanchez; Juan Manuel Serna; Jhoan Stiven Domínguez / **Tutora:** María Nelly Dueñas



Programa Técnico Profesional  
en Producción de

# AUDIO Y VIDEO



PRODUCCIÓN  
DE **AUDIO Y**  
**VIDEO**

CÓD. SNIES: 104530. Resolución MEN. 07110 de mayo 20 de 2015.  
Registro calificado.

## Deporte en acción

Adriana Villafañe Solarte<sup>1</sup>

### Resumen

El proyecto integrador del primer periodo académico de 2023 para el Programa, lleva como título "Deporte en acción" su propósito, visibilizar la actividad deportiva como actividad social y cultural a través de productos visuales y audiovisuales en Cali, Colombia, por medio de una metodología de investigación formativa. Tratar la relación entre deporte y la sociedad implica establecer su relación con la cultura, por un lado, y por el otro, con los medios de comunicación, como uno de los sistemas de organismos sociales que influyen en la formación cultural de la comunidad deportiva y otras asociadas a esta. En la actualidad hablar de deporte significa diversidad de fenómenos de naturaleza claramente distinta, pero entrelazados a través de funciones y símbolos compartidos. La comunicación, como mediadora significativa de su visibilización, juega un papel fundamental en esta estructura.

Palabras clave: comunicación, deporte, identidad y cultura

### Abstract

The integrating project of the first academic period of 2023 for the Program, is entitled "Sport in action" its purpose is to make sports activity visible as a social and cultural activity through visual and audiovisual products in Cali, Colombia, through a methodology formative research. Dealing with the relationship between sport and society implies establishing its relationship with culture, on the one hand, and on the other, with the media, as one of the systems of social organizations that influence the cultural formation of the sports community and others associated with it. Nowadays, talking about sport means a diversity of phenomena of a clearly different nature, but intertwined through shared functions and symbols. Communication, as a significant mediator of its visibility, plays a fundamental role in this structure.

Keywords: communication, sport, identity and culture

<sup>1</sup>Adriana Villafañe Solarte - Comunicadora Social Periodista, Esp. en Educación; Mg. en Educación Superior, Docente Líder de investigación del programa T. P. en Producción de Audio y Video Docente H.C Institución Universitaria Antonio José Camacho. [proyectoaudioyvideo@fadp.edu.co](mailto:proyectoaudioyvideo@fadp.edu.co)

**Autores:** Tatiana Maigual Ortiz, Jhayler Jelián Cabrera Muñoz, Johana Camila Agudelo Guevara. Sebastián Jaramillo Valencia, Evelyn Dayana López, Juan Pablo García Trujillo / **Tutora:** Adriana Villafañe Solarte

## Presentación

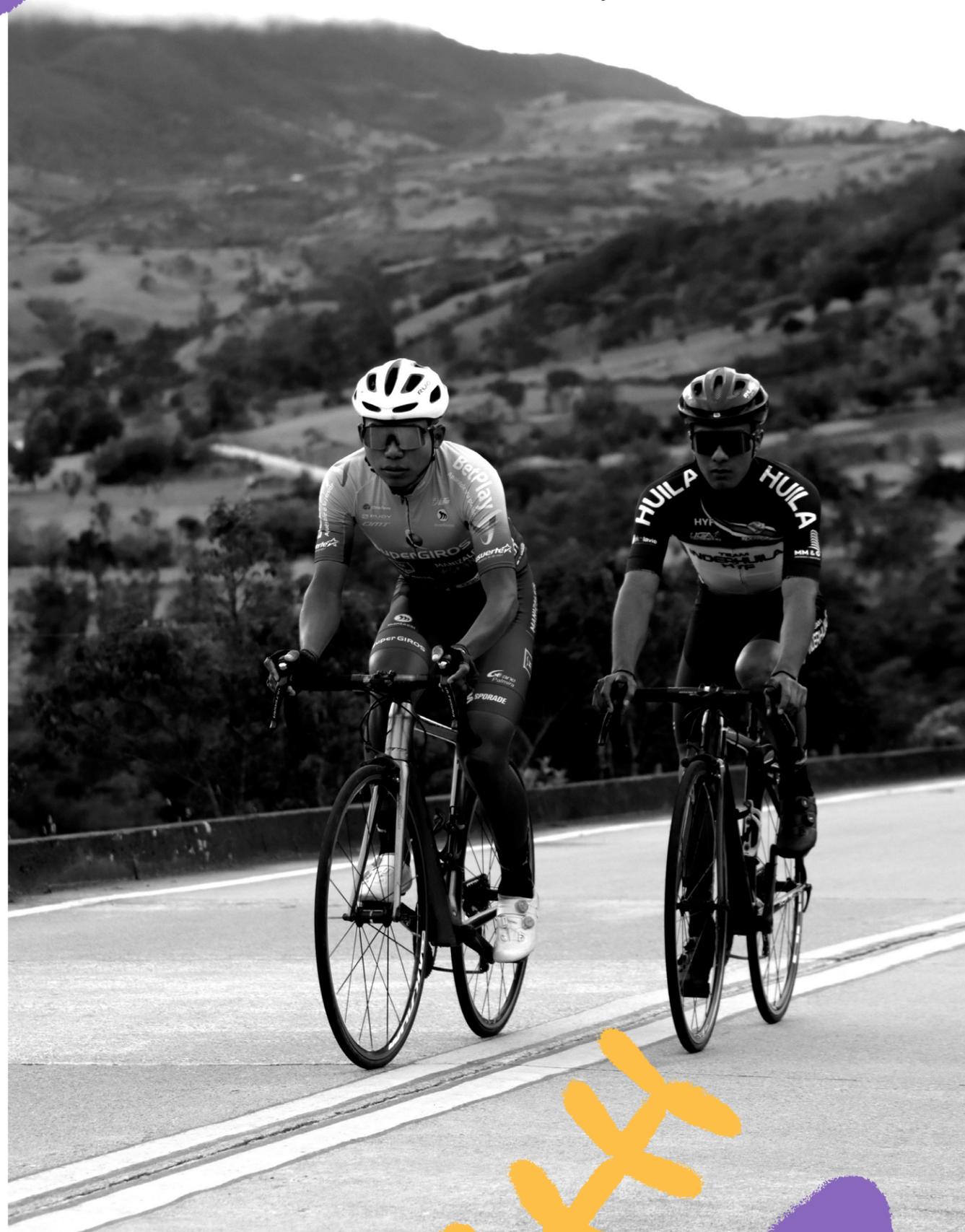
La Cultura Física es uno de los campos del saber que forman parte del universo cognoscitivo, da cuenta de los orígenes de las manifestaciones deportivas y sus relaciones con la vida social y cultural. Los medios audiovisuales con temas de carácter histórico y/o culturales relacionados con la actividad deportiva, al ser utilizados en su visibilización, permiten activar las emociones y motivaciones de los receptores, lo que facilita procesos de conocimiento, al mismo tiempo que aportan a la sensorialidad de los objetos, fenómenos y procesos del hecho deportivo.

Y, con el propósito de aportar a la sociedad en general, y a la región suroccidental, en particular, este Proyecto se inscribe en cuatro de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible:



## Del método

El trabajo realizado partió de la pregunta problema: ¿Cómo visibilizar la actividad deportiva como actividad social y cultural a través de productos visuales y audiovisuales en Cali, Colombia? Y como objetivo general se planteó: Visibilizar la actividad deportiva en tanto actividad social y cultural a través de productos visuales y audiovisuales en Cali, Colombia, el cual consideró los siguientes objetivos específicos:



**Autores:** Ana María Fuentes, Andrés Benavidez Blanco, Isabella Romero Rengifo, Hanna Muñoz Ospina, Santiago Bonilla Muriel / **Tutora:** Adriana Villafañe Solarte



Observar la implicación de la actividad física y deportiva en el marco de los sistemas de valores de nuestro contexto.



Debatir sobre el papel del deporte en relación con retos sociales: educación, inmigración, género, mercado de trabajo, etc.

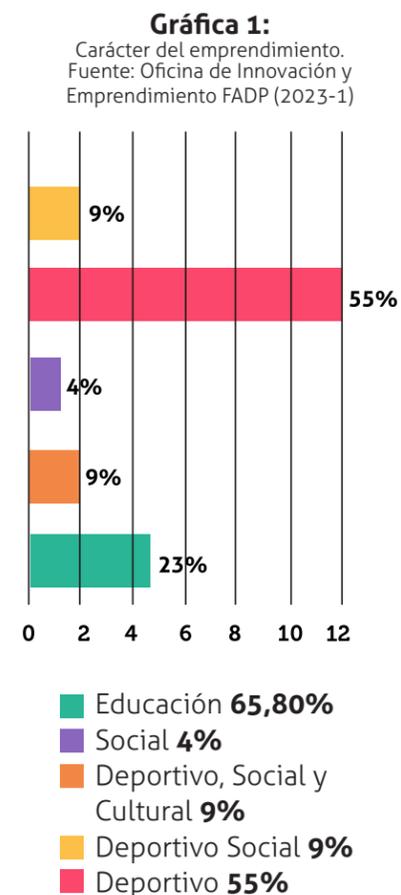


Articular los módulos del semestre académico en propuestas visuales y audiovisuales.

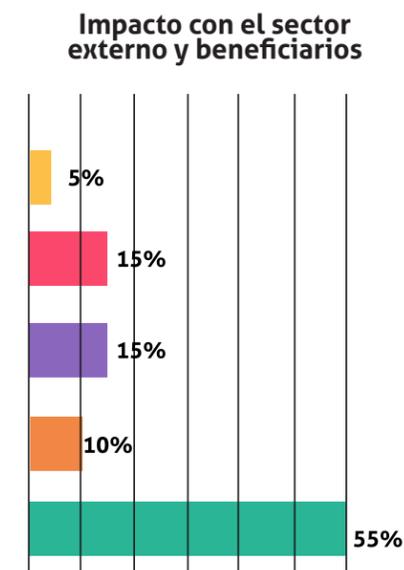
El proyecto de investigación corresponde a la investigación formativa por el carácter de la IES de la FADP. El cual contempló tres etapas, en la Primera fase se desarrolló la Contextualización con un trabajo escrito sobre las definiciones de las palabras clave, acompañado de mapas conceptuales e Infografías del material bibliográfico; en la segunda fase se realizó el trabajo de campo y Análisis de resultados. Se recomendó entrevistar a especialistas sobre el tema o a representantes significativos de los diferentes deportes con el enfoque correspondiente para generar empatía, sensibilizar, reflexionar o visibilizar los procesos deportivos, individuales o colectivos, como insumo para la realización de la producción de las piezas visuales y audiovisuales y, finalmente, en la última fase se llevó a cabo la posproducción de cada una de los entregables.

## De los resultados

En este proyecto participaron 118 estudiantes de la jornada de la semana y del sábado, organizados en 34 grupos de trabajo, en 8 semestres (seis de jornada de la semana, y dos - segundo y tercero - de la jornada del sábado), con la orientación de cuatro profesores: Juan Carlos Gonzáles, Karol Valderrama, Adriana Villafañe y Gerónimo de la Cruz. Con los datos suministrados por los estudiantes de los grupos que presentaron el proyecto integrador, para el área de innovación de la Institución, encontramos los siguientes indicadores.



Frente a la variable que establece el tipo de emprendimiento que se puede desarrollar con el proyecto integrador, se encontró que el 55% tiene un carácter deportivo; 23% posee un carácter Deportivo, Cultural y/o Artístico; 9 % con un carácter deportivo, social y cultural; Deportivo Social, igualmente un 9%; de carácter Social un 4%. Lo que evidencia el desarrollo temático del Deporte como una actividad social y cultural.



En relación con el impacto a sector externo, se constató que el 55,0 % de los beneficiarios de los proyectos están orientados a comunidades y sociedad en general; 15% a clubes deportivos; empresas un 15%; 10%, entidades del Gobierno y 5% organizaciones sin ánimo de lucro. Finalmente podemos concluir que el desarrollo del proyecto integrador en el Programa permitió a los estudiantes llevar a cabo el objetivo general del trabajo, con la propuesta de estrategias comunicativas en pro de la visibilización del Deporte desde un contexto sociocultural, que además, facilitó procesos deportivos individuales y colectivos, y la construcción de memoria, todo ello a partir de productos visuales, audiovisuales, documentales y cortometrajes, dando énfasis en el papel que le corresponde al Gobierno para apoyar al deporte, que tanta alegría y orgullo ha brindado a Colombia.

A continuación, se reseñarán resúmenes de los proyectos integradores entregados en algunos semestres.

## Visibilizar el arte de la Lucha Greco-romana, de Ronaldo Sánchez en Cali y Colombia

*Make visible the art of the Greco-Roman Wrestling, by Ronaldo Sánchez in Cali and Colombia*

### Resumen

La ciudad de Santiago de Cali es la sede de múltiples deportistas de alto rendimiento y con pasión por el deporte, aunque con poco reconocimiento local y nacional, como es el caso de Ronaldo Sanchez, que ha luchado hasta alcanzar su propósito en su disciplina. Las Canchas Panamericanas son un espacio diseñado como medio para que los deportistas obtengan un crecimiento personal y profesional que les permita visibilizar sus talentos, y apoyar en el desarrollo de deportes en sus diferentes categorías en la participación en diferentes eventos. Este proyecto pretende dar reconocimiento al deportista Ronaldo Sanchez y resaltar el arte de la lucha greco-romana, además de crear un vínculo de acción social entre el deporte, la cultura y la educación ciudadana. Los productos audiovisuales producidos son un vehículo para que el deportista comparta en sus redes sociales. Aprovechando la personalidad de Ronaldo, se crearon una serie de videos donde se mostró su trayectoria y se motiva a la vinculación a la Lucha Greco-romana. En conclusión, buscamos que Ronaldo Sanchez sea el motivador para muchos deportistas emergentes que deseen hacer parte de la disciplina y como canal de comunicación, utilizar las redes sociales.

**Palabras clave:** cultura, lucha greco-romana, comunicación virtual.

### Abstract

The city of Santiago de Cali is the headquarters of multiple high-performance athletes and with passion for sport, although with little local and national recognition, as is the case of Ronaldo Sanchez, who has fought to achieve his purpose in his discipline. The Pan American Courts are a space designed as a means for athletes to obtain personal and professional growth that allows them to make their talents visible, and support the development of sports in their different categories by participating in different



events. This project aims to recognize the athlete Ronaldo Sanchez and highlight the art of Greco-Roman wrestling, as well as create a link for social action between sport, culture and citizen education. The audiovisual products produced are a vehicle for the athlete to share on their social networks. Taking advantage of the personality of Ronaldo, a series of videos were created where his career was shown and he was motivated to join the Greco-Roman Wrestling. In conclusion, we want Ronaldo Sanchez to be the motivator for many emerging athletes who want to be part of the discipline and use social networks as a communication channel.

**Keywords:** culture, Greco-Roman wrestling, virtual communication.

**Autores:** Jefferson Rodriguez Tenorio; Juan Camilo Guzmán Mejía; Samuel David Lame Rivero; Maira Alejandra Vargas Arrechea y Juan Sebastián Toro Salinas / **Tutora:** Adriana Villafañe Solarte

## Deporte femenino en acción

*Women's sport in action*

### Resumen

A lo largo de la historia, el trabajo realizado por mujeres en diversos ámbitos ha sido dejado de lado por culpa de prejuicios, estigmas y estereotipos infundados por el predominante machismo de nuestra sociedad. Sin ir más lejos podemos observar varios ejemplos de ello en uno de los campos más importantes en la cultura de la humanidad: El deporte. A las atletas femeninas no se les brinda el mismo apoyo que a sus contrapartes masculinas, no se les da la misma importancia al momento de obtener un logro, no se les paga lo suficiente y la sociedad no reconoce sus contribuciones. Debido a esto nos propusimos el elaborar un contenido audiovisual en formato documental en el cual nuestro enfoque sean las mujeres deportistas y sus experiencias. Hicimos investigaciones para finalmente encontrar varias atletas practicantes de tres deportes distintos; las entrevistamos y escuchamos sus diversos puntos de vista. Recopilamos cada uno de sus pensamientos y opiniones en el producto final: Un vídeo en



cual exploramos el deporte desde sus perspectivas; este contenido podrá ser consumido a través de la red social "YouTube". Para terminar, nos es posible concluir que este proyecto servirá tanto para generar una reflexión sobre las vivencias de las mujeres en la práctica de una disciplina deportiva, como para visibilizar su trayectoria en esta.

**Palabras claves:** comunicación, deporte, mujer.

### Abstract

Throughout history, the work carried out by women in various fields has been set aside due to prejudices, stigmas and unfounded stereotypes due to the predominant machismo of our society. Without going any further, we can observe several examples of this in one of the most important fields in the culture of humanity: Sport. Female athletes are not given the same support as their male counterparts, they are not given the same importance when it comes to achieving an achievement, they are not paid enough, and their contributions are not recognized by society. Because of this, we set out to develop audiovisual content in documentary format in which our focus is on women athletes and their experiences. We did research to finally find several practicing athletes of three different sports; we interviewed them and listened to their diverse points of view. We compiled each of their thoughts and opinions in the final product: A video in which we explore the sport from their perspectives; this content may be consumed through the social network "YouTube". Finally, it is possible for us to conclude that this project will serve both to generate a reflection on the experiences of women in the practice of a sports discipline, and to make visible their trajectory in it.

**Keywords:** communication, sport, woman

**Autores:** Luisa Fernanda Guerrero, Valeria Trujillo Soto Verónica Cobo Cañas, Edwin Efrén Sánchez Ocampo / **Tutora:** Adriana Villafaña Solarte

## Inclusión somos todos

*Inclusion we are all*

### Resumen

El Deporte Inclusivo es una actividad física que permite la práctica conjunta de personas con y sin discapacidad ajustándose a las posibilidades de los practicantes y así poder fomentar la participación activa y efectiva de todos. Trabajar en el deporte inclusivo es proveer una opción que fomenta el equilibrio y brinda oportunidades de forma justa y equitativa a las personas con discapacidad. Por ello trabajamos como grupo para realzar la importancia y compartir el porqué se debe apoyar estos espacios a través de las siguientes premisas: en primer lugar, reconocer que la actividad física y el deporte inclusivo a personas con discapacidad, debe ser una prioridad y se debe trabajar con federaciones que brinden oportunidades a las fundaciones y deportistas; en segundo lugar, identificar elementos y espacios aptos para la práctica de los diferentes deportes y, en tercer lugar, promover la práctica deportiva de personas con discapacidad en entornos inclusivos para dar a conocer los avances en este campo, sensibilizar a la sociedad y favorecer la inclusión en esta área. Así las cosas, concluimos que el deporte es un derecho para todos sin ninguna forma de discriminación. Cada individuo tiene la posibilidad de practicar un deporte.

**Palabras clave:** comunicación, cultura, deporte inclusivo.

### Abstract

Inclusive Sport is a physical activity that allows the joint practice of people with and without disabilities, adjusting to the possibilities of the practitioners and thus being able to encourage the active and effective participation of all. Working in inclusive sport is providing an option that promotes balance and provides fair and



equal opportunities to people with disabilities. For this reason, we work as a group to highlight the importance and share why these spaces should be supported through the following premises: first, recognizing that physical activity and inclusive sport for people with disabilities must be a priority and work with federations that provide opportunities to foundations and athletes; secondly, to identify elements and spaces suitable for the practice of the different sports and, thirdly, to promote the practice of sports by people with disabilities in inclusive environments to publicize the advances in this field, raise awareness in society and promote inclusion in this area. Thus, we conclude that sport is a right for all without any form of discrimination. Each individual has the possibility of practicing a sport.

**Keywords:** communication, culture, inclusive sport.

**Autores:** Roxana Medina Valencia, Arley Peña Osnas, Carlos Milán Cuellar, Alejandro Riaño Del Castillo, Tatiana Narváez Urbano / **Tutora:** Adriana Villafañe Solarte

## Prada Sport Consultancy

### Resumen

En el mundo del deporte existen disciplinas que nos desafían, nos empujan más allá de nuestros límites y nos permiten descubrirnos y superarnos como personas. Uno de estos deportes es el ciclismo de alto rendimiento, una actividad que requiere dedicación, perseverancia y un entrenamiento especializado. Tuvimos la oportunidad de trabajar con la empresa "Prada Sport Consultancy", enfocada en entrenar deportistas de alto rendimiento en el campo del ciclismo. Uno de los factores determinantes para seleccionar al señor Néstor Prada como cliente fue su amplio conocimiento y experiencia en el ámbito deportivo. Néstor Prada, licenciado en educación física y deporte, especialista en metodología del entrenamiento deportivo, y entrenador de ruta y pista, cuenta con una trayectoria sólida que lo respalda como experto en su campo. A partir de esta información iniciamos con el desarrollo de investigación para realizar contenido visual y/o audiovisual. Se tomaron en cuenta diferentes referencias como el manejo de contenidos audiovisuales, que está enfocado en las redes sociales en un entorno deportivo, ya que este puede ayudar a elevar la audiencia y cautivar a personas interesadas en este servicio, en clientes potenciales de una forma muy significativa, con un contenido relevante y un buen diseño para el público objetivo; todo ello es súper clave para aumentar la presencia que tiene una marca dentro de los medios digitales. La importancia del contenido audiovisual en redes sociales hace que la marca sea capaz de atraer y satisfacer la audiencia de manera aproximadamente predecible y coherente, para generar una empatía en sus consumidores. Para esto tuvimos en cuenta las diversas modalidades que hay en el ciclismo como por ejemplo: de carretera, el ciclismo de montaña, de pista, ciclocross y el BMX, también nos enfocamos en la rutina y plan de alimentación de un deportista de alto rendimiento que consta de diferentes rutinas en el gimnasio, test de alimentación, chequeo, rutinas dentro y fuera de la pista, con el fin de fortalecer los conocimientos previos sobre el ciclismo y además, hacer un acompañamiento cercano al deportista y permitirnos experimentar las emociones y desafíos propios de este deporte. Ya para concluir las piezas audiovisuales que realizamos tienen también como objetivo visibilizar a la población caleña una cultura deportiva con la cual se pueda fortalecer y fomentar el sentido de pertenencia para promover la participación del deporte en la ciudad y crear una identidad deportiva.

**Palabras clave:** ciclismo, comunicación, Cultura, Identidad, Prada Sport Consultancy



### Abstract

In the world of sport there are disciplines that challenge us, push us beyond our limits and allow us to discover and improve ourselves as people. One of these sports is high performance cycling, an activity that requires dedication, perseverance and specialized training. We had the opportunity to work with the company "Prada Sport Consultancy", focused on training high-performance athletes in the field of cycling. One of the determining factors for selecting Mr. Néstor Prada as a client was his extensive knowledge and experience in the sports field. Néstor Prada, with a degree in physical education and sports, a specialist in sports training methodology, and a road and track coach, has a solid record of accomplishment that supports him as an expert in his field. Based on this information, we begin with the development of research to create visual and/or audiovisual content. Different references were taken into account such as the management of audiovisual content, which is focused on social networks in a sports environment, since this can help raise the audience and captivate people interested in this service, potential customers in a very significant way, with relevant content and a good design for the target audience; all this is super key to increase the presence of a brand within the digital media. The importance of audiovisual content in social networks makes the brand capable of attracting and satisfying the audience in an approximately predictable and coherent way, to generate empathy in its consumers. For this we took into account the various modalities that exist in cycling such as: road, mountain biking, track, cyclocross and BMX, we also focused on the routine and eating plan of a high-performance athlete that consists of different routines in the gym, feeding tests, check-ups, routines on and off the track, in order to strengthen previous knowledge about cycling and also closely accompany the athlete and allow us to experience the emotions and challenges of this sport. To conclude, the audiovisual pieces that we make also have the objective of making visible to the Cali population a sports culture with which the sense of belonging can be strengthened and promoted to promote the participation of sport in the city and create a sports identity.

**Keywords:** cycling, communication, Culture, Identity, Prada Sport Consultancy

**Autores:** Ana María Fuentes, Andrés Benavidez Blanco, Isabella Romero Rengifo, Hanna Muñoz Ospina, Santiago Bonilla Muriel / **Tutora:** Adriana Villafañe Solarte

## Aquator del Valle Valley Aquator

### Resumen

La actividad física es muy importante en el desarrollo y en la vida del ser humano. El deporte es el medio perfecto para generar disciplina que permite convertirlo en un hábito. Por lo general la actividad deportiva comienza desde una edad muy temprana con una perspectiva relajada y amateur, pero existe un lugar perfecto para desarrollar las aptitudes en los niños con orientación en un deporte específico, son las escuelas formadoras, encargadas de enseñar las bases para una buena práctica deportiva independientemente de la disciplina a la que aspire el aprendiz. Para empezar a entender más sobre a qué nos enfrentamos en este proyecto se hizo necesario entender la identidad del mismo, y que se entiende como "deporte" y no una actividad física simplemente, ya que ambas palabras pueden conllevar a las mismas acciones, más no a las mismas definiciones. Un deporte por definición se refiere a un conjunto de actividades físicas que se ejercen dentro de un panorama competitivo o recreativo, estas actividades a su vez están sujetas a cierto tipo de normas o reglamentos prediseñados y que a menudo se cambian poco debido a su veracidad y certeza, sin este tipo de reglas entonces el deporte se convertiría en una simple actividad física (Mon-

tero Quesada, 2012). Para nosotros era crucial entender esto ya que antes de seleccionar cualquiera de los deportes que se nos presentaban sobre la mesa, tendríamos que tener en cuenta cuál de todos estos se nos adaptaría mejor al plan de trabajo y visiones para nuestras agendas creativas en torno a lo audiovisual. Ya definido que nuestro deporte a trabajar sería la natación, empezamos por buscar referentes publicitarios; en nuestra búsqueda encontramos que las piezas audiovisuales destinadas a promocionar la natación se caracterizaban por tener una fluidez narrativa en sus composiciones, directo al punto, pero sin abandonar ningún detalle en el camino; tanto artísticas o comerciales estas piezas audiovisuales se encargaban de engrandecer a la natación como la actividad física más liberadora, e incluso divertida, sin dejar de lado lo competitivo y profesional, impulsando así esta cultura del nado de una forma dinámica y fluida tal y como si se estuviera nadando en aguas calmadas. Teniendo listo en mente un marco creativo de cómo podríamos encaminar las piezas audiovisuales promocionales y qué podemos ofrecer como creadores de contenido, nos dimos en la tarea de buscar una escuela de natación o club de nado dentro de la ciudad de Cali. Terminando por encontrar la escuela de natación Aquator del Valle ubicada en las piscinas Olímpicas del estadio Pascual Guerrero. Ofrecimos nuestros servicios como productores audiovisuales, y de la mano de uno de los profesores de

esa escuela, conocimos por completo a qué nos enfrentamos y el cómo podíamos usar la valiosa información que nos brindó este instructor para crear un contenido audiovisual a la altura de las expectativas. Conocimos durante el proceso de desarrollo de contenido varias facetas de la natación, gracias a entrevistas hechas a los alumnos de la escuela de nado Aquator del Valle, entendimos que la natación es practicada por personas de todos los tipos, con diferentes tipos de metas personales y visiones, no simplemente en lo profesional y competitivo, alguna de estas necesidades radican en lo recreativo y personal, pero la que más nos llamó la atención fue el aspecto de la salud; la gran mayoría de personas buscan la natación como método medicinal tanto físico como mental. Incluido el profesor que más nos acompañó durante todo el desarrollo del proyecto agregó que empezó a nadar por temas de salud. Este patrón de necesidad nos llamó la atención, por lo tanto, decidimos que parte de nuestro contenido audiovisual y auditivo se encaminaría hacia este aspecto, a parte del promocional y publicitario que ya se tenía en mente desde la lluvia de ideas y la búsqueda de referencias.

**Palabras clave:** comunicación, cultura, natación, marca.

### Abstract

Physical activity is very important in the development and life of the human being. Sport is the perfect means to gene-

rate discipline that allows turning it into a habit. In general, sports activity begins from a very early age with a relaxed and amateur perspective, but there is a perfect place to develop skills in children with orientation in a specific sport, they are training schools, in charge of teaching the bases for good sports practice regardless of the discipline to which the apprentice aspires. To begin to understand more about what we are facing in this project, it became necessary to understand its identity, and what is understood as "sport" and not simply a physical activity, since both words can lead to the same actions, but not to the same definitions. A sport by definition refers to a set of physical activities that are carried out within a competitive or recreational scenario, these activities in turn are subject to certain types of predesigned rules or regulations and that are often little changed due to their veracity and certainty, without this type of rules then the sport would become a simple physical activity (Montero Quesada, 2012). It was crucial for us to understand this, since before selecting any of the sports that were presented to us, we would have to take into account which of these would best suit our work plan and visions for our creative agendas around the audiovisual. Already defined that our sport to work would be swimming, we began by looking for advertising references; in our search we found that the audiovisual pieces intended to promote swimming were characterized by having a narrative fluidi-

ty in their compositions, direct to the point, but without abandoning any detail along the way; Whether artistic or commercial, these audiovisual pieces were in charge of exalting swimming as the most liberating physical activity, and even fun, without leaving aside the competitive and professional aspects, thus promoting this culture of swimming in a dynamic and fluid way, as if swimming in calm waters. Having a creative framework ready in mind of how we could direct the promotional audiovisual pieces and what we can offer as content creators, we set ourselves the task of looking for a swimming school or swimming club within the city of Cali. Ending up finding the Aquator del Valle swimming school located in the Olympic pools of the Pascual Guerrero stadium. We offered our services as audiovisual producers, and from the hand of one of the teachers of that school, we fully knew what we were facing and how we could use the valuable information that this instructor gave us to create audiovisual content that lived up to expectations. During the content development process, we learned about various facets of swimming, thanks to interviews with the students of the Aquator del Valle swimming school, we understood that swimming is practiced by people of all types, with different types of personal goals and visions, not simply professional and competitive, some of these needs lie in the recreational and personal, but the one that most caught our attention was the aspect of health; the vast

majority of people seek swimming as a physical and mental medicinal method. Including the teacher who accompanied us the most throughout the development of the project added that he started swimming for health reasons. This pattern of need caught our attention, therefore, we decided that part of our audiovisual and audio content would be directed towards this aspect, apart from the promotional and advertising content that was already in mind from the brainstorming and the search for references.

**Keywords:** communication, culture, swimming, brand.

**Autores:** Daniel Betancur Londoño, Julio Carrasquilla Giraldo, Camilo Moncayo Bermúdez, Christian Alejandro Ocampo  
**/ Tutora:** Adriana Villafañe Solarte

**Autores:** Daniel Betancur Londoño,  
Julio Carrasquilla Giraldo, Camilo  
Moncayo Bermúdez, Christian  
Alejandro Ocampo  
**/ Tutora:** Adriana Villafañe Solarte



## Un sueño Cuesta arriba

An uphill dream

### Resumen

Este proyecto explora la creación de un documental que abarca una miríada de aspectos y facetas relacionados con el ciclismo de ruta dentro del contexto colombiano. El propósito es mostrar la realidad que viven dos jóvenes ciclistas en el país, enfatizando en su incansable dedicación, sus notables logros y las adversidades que enfrentan; producir un documental deportivo que retrata íntimamente a estos deportistas y buscar su difusión también se suman al propósito. En él, ciertas palabras emergen como componentes esenciales dentro de su narrativa, deporte, cultura, identidad, comunicación, bicicleta, velocidad, kilómetro, persecución y eliminación. Estos términos sirven como pilares fundamentales para comprender el contexto y los temas tratados en el documental. En conclusión, este estudio subraya la intrincada interacción entre deporte, cultura y sociedad, en el cautivador ámbito del ciclismo de carretera. La creación de un documental se propone como un mecanismo que visibilice los contextos sociales amplificando las his-

# UN SUEÑO CUESTA ARRIBA

CICLISMO EN COLOMBIA

DOCUMENTAL



DIRECCIÓN GENERAL Y GUIÓN / TATIANA MAIGUAL PRODUCCIÓN / JHAYLER CABRERA  
DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA / CAMILA AGUDELO MONTAJE / TATIANA MAIGUAL - JHAYLER CABRERA  
COLORIZACIÓN / CAMILA AGUDELO DIRECCIÓN DE SONIDO Y MUSICALIZACIÓN / SEBASTIAN JARAMILLO  
DRONE / JHAYLER CABRERA SCRIPT Y MAKING OF / EVELYN LOPEZ  
ASISTENCIA GENERAL / JUAN TRUJILLO

torias de vida de los atletas para promover el aprecio y el reconocimiento de este deporte. Además, se hace hincapié en la importancia de establecer políticas y estrategias de apoyo, respaldadas por entidades gubernamentales y patrocinadores, para garantizar el crecimiento y desarrollo sostenidos del ciclismo de carretera como fuerza cultural influyente en Colombia, ya que el deporte hace parte también de la Institución en la que el capital económico se mueve y va creando exigencias, distanciándose de ser una actividad recreativa y llegando al terreno laboral y profesional.

Palabras clave: ciclismo, comunicación, cultura deporte, identidad.

### Abstract

This project explores the creation of a documentary that encompasses a myriad of aspects and facets related to road cycling within the Colombian context. The purpose is to show the reality that two young cyclists live in the country, emphasizing their tireless dedication, their remarkable achievements and the adversities they face; producing a sports documentary that intimately portrays these athletes and seeking its dissemination also add to the purpose. In it, certain words emerge as essential components within its narrative, sport, culture, identity, communication, bicycle, speed, kilometer, pursuit and elimination. These terms serve as fundamental pillars to understand the context and topics covered in the documentary. In conclusion, this study underlines the intricate interaction between sport, culture and society, in the captivating field of road cycling. The creation of a documentary is proposed as a mechanism that makes social contexts visible by amplifying the life stories of athletes to promote appreciation and recognition of this sport. In addition, the importance of establishing support policies and strategies, backed by government entities and sponsors, is emphasized to guarantee the sustained growth and development of road cycling as an influential cultural force in Colombia, since sport is also part of the Institution in which economic capital moves and creates demands, distancing itself from being a recreational activity and reaching the labor and professional field.

Keywords: cycling, communication, sport culture, identity.

**Autores:** Tatiana Maigual Ortiz, Jhayler Jelián Cabrera Muñoz, Johana Camila Agudelo Guevara. Sebastián Jaramillo Valencia, Evelyn Dayana López, Juan Pablo García Trujillo / **Tutora:** Adriana Villafañe Solarte

## SKATEMIND

SKATEMIND

### Resumen

En este documental, los cinco integrantes del grupo tomaron la iniciativa de investigar sobre el patinaje, este deporte tiene un protagonismo significativo en el espacio internacional, ya que Colombia ha obtenido varias medallas de oro y títulos mundiales con sus patinadoras, sin embargo, es invisible en varios aspectos. El objetivo de centrarnos en él, es darle la importancia que debe tener, ya que es un deporte que requiere de preparación física, mental y en él se combina fuerza, habilidad y resistencia. Nos hemos enfocado en el patinaje, más concretamente en la vida de Tatiana Andrea Zabala Monterrey, una mujer que lleva patinando desde los 5 años, cuya historia nos permite entender la dimensión de las dificultades que enfrentan muchas de las personas que dedican su vida a una práctica deportiva en un nuestro país. Tuvimos la oportunidad de interactuar con sus familiares y conocer su actual trabajo como entrenadora, donde afirma que la hace muy feliz poder enseñar, y animar a que más personas se unan a hacer lo que realmente les gusta. Para la producción de este documental se contactó a Tatiana Andrea Zabala Monterrey, una mujer de 20 años de edad que estuvo dispuesta a compartir parte importante de su vida, nos llamó la atención su historia y todo lo que tuvo que vivir con relación al deporte, como su familia jugó un papel importante para ella en cada paso que daba, tocamos el tema desde sus inicios en el patinaje, su salud mental, cómo se sobreentrenó, su lesión hasta el regreso a la pista. En este documental se acopió material inédito de la chica como fotos, videos, también material visual alusivo al deporte, entrevistas de los familiares, para así adentrarnos aún más en su biografía. Se logró contrastar diferentes opiniones y sentimientos sobre lo que significa el deporte para Tatiana y lo importante que es para ella, que le permite encontrar el camino a través de la enseñanza y a entregar esta pasión y ese amor por lo que hace a más personas, al final nos dimos cuenta que su historia deja una reflexión muy importante de no rendirse ante las dificultades y siempre buscar ser mejor. Todo lo anterior fue producto de investigación de aproximadamente cuatro meses, donde se pudo evidenciar el trabajo en equipo y la empatía con el tema.

**Palabras clave:** comunicación, cultura, patinaje.

### Abstract

In this documentary, the five members of the group took the initiative to investigate skating, this sport has a significant role in the international space, since Colombia has obtained several gold medals and world titles with its skaters, however, it is invisible in various aspects. The objective of focusing on it is to give it the importance it should have, since it is a sport that requires physical and mental preparation and combines strength, skill and resistance. We have focused on skating, more specifically on the

# SKATEMIND

## DOCUMENTAL

*Tatiana Zabala*

life of Tatiana Andrea Zabala Monterrey, a woman who has been skating since she was 5 years old, whose story allows us to understand the dimension of the difficulties faced by many people who dedicate their lives to practicing sports in our country. We had the opportunity to interact with her family and learn about her current job as a coach, where she says that it makes her very happy to be able to teach, and encourage more people to join in doing what they really like. For the production of this documentary, Tatiana Andrea Zabala Monterrey was contacted, a 20-year-old woman who was willing to share an important part of her life. Her story and everything she had to experience related to sport caught our attention, how her family played an important role for her in every step she took, we touched on the subject from her beginnings in skating, her mental health, how she overtrained, her injury until she returned to the track. In this documentary, unpublished material of the girl was collected, such as photos, videos, as well as visual material alluding to sports, interviews with relatives, in order to delve even deeper into her biography. It was possible to contrast different opinions and feelings about what sport means to Tatiana and how important it is for her, which allows her to find her way through teaching and to deliver this passion and love for what she does to more people. In the end, we realized that her story leaves a very important reflection on not giving up in the face of difficulties and always seeking to be better. All of the above was the product of an investigation of approximately four months, where teamwork and empathy with the subject could be evidenced.

**Keywords:** communication, culture, skating.

**Autores:** Lina Arias, Bryan Flor, Jhosue Eli Aragón, Alejandro Villasis Pame, Alejandro González / **Tutora:** Adriana Villafañe

Programa Técnico Profesional en

# DISEÑO GRÁFICO



DISEÑO  
GRÁFICO

Acreditación de Alta Calidad. Resolución MEN. 06158 de marzo 31 de 2017.  
CÓD. SNIES: 52511. Resolución MEN. 08030 de mayo 17 de 2018.  
Registro Calificado.

## Lúdica y didáctica en el diseño

*Playful and didactic in design*

**María Fernanda Ramírez<sup>1</sup>**

La lúdica como proceso inherente al desarrollo humano, posee una ilimitada cantidad de formas y medios de los cuales el primero que viene a nuestra mente es el juego. No en vano la epistemología de la palabra viene del latín ludus: juego, diversión, pasatiempo. Sin embargo, la lúdica se refiere a una necesidad más profunda del ser humano, de sentir, expresar y comunicar emociones orientadas hacia la diversión y el esparcimiento. El aprendizaje no está limitado al entorno educativo formal, aprendemos a lo largo de la vida, gracias a las vivencias, a la interacción con nuestros pares y al ejemplo de aquellos a quienes admiramos. Cuando se aprende a través de actividades lúdicas, se motiva la atención y la concentración, porque estamos utilizando para adquirir información una habilidad ligada a la cotidianidad y a la creatividad humana.

El término “didáctica” por su parte, viene del griego didas (enseñar) y téjeme (arte), siendo entonces, el arte de enseñar. Pueden existir estrategias didácticas que no incluyen la lúdica, y existen actividades lúdicas que no involucran el aprendizaje, pero cuando se habla de estrategias lúdico didácticas, se están incluyendo acciones en las que coexisten ambas, en donde a través del juego y las emociones se adquieren habilidades de manera divertida.

El diseño gráfico ya no diseña únicamente imágenes, diseña interacciones y experiencias. El diseño de experiencias lúdicas para promover el aprendizaje, dentro y fuera del aula, es una rama del diseño que continuará creciendo en los próximos años. Este semestre, el proyecto integrador se centra en entender cómo el diseño puede motivar estas experiencias de aprendizaje y convertirse en un factor clave para el desarrollo social de las comunidades.

En primero, segundo y quinto semestre, se realizó una articulación

<sup>1</sup>**María Fernanda Ramírez** - Magíster en comunicación, Diseñadora gráfica. Líder de investigación del Programa Técnico Profesional en Diseño Gráfico.

**Autores:** Samuel González,  
Angela Martínez Cerón, Leidy  
Revelo, María Victoria Oropeza,  
Gabriela Quiñones Zambrano /  
**Tutor:** Mauricio Moreno.



con fundaciones vinculadas al banco de alimentos, sin apartarse del tema sombilla para el primer semestre del año. En primer semestre, los estudiantes desarrollaron propuestas de composición modular a partir de conceptos de seguridad nutricional para una fundación asignada. Esto implicó comprender los principios básicos de seguridad nutricional para definir los conceptos clave que servirían de guía al diseño modular y analizar el contexto en que se iba a implementar la propuesta, para finalmente plantear la propuesta de diseño en un espacio específico.

En este semestre el acercamiento a la comunidad se realizó en dos momentos: en un primer acercamiento, un delegado de las fundaciones asistió al salón de clase durante las asesorías de integrador y socializó con los estudiantes el propósito y la misión de cada entidad; después de un par de semanas un representante de cada grupo fue el encargado de ir a la fundación, tomar registro fotográfico y notas de campo para comunicar esa información a sus compañeros. Las fundaciones que se vincularon al proyecto fueron: La Casita de Emanuel, Fundación Deportiva K10 y la Fundación Remar.



**Autores:** Barbosa Claudia Marina; Camayo Mayra Alejandra, Camayo Juan Sebastián, Fontecha Laura Marcela, Maturana Marin Isabella y Montaña Alejandra / **Tutora:** Claudia Marcela Díaz Quintero.

En segundo semestre, se buscó comunicar de manera didáctica principios básicos de nutrición a través del desarrollo de piezas gráficas. Este proyecto estaba enfocado en niños de 6 a 11 años. Los estudiantes de segundo semestre, poniendo en práctica conceptos de la psicología del consumidor y teoría del color, crearon piezas gráficas que involucran el lenguaje gráfico bidimensional y tridimensional. El entregable principal era un cuadernillo con ingeniería de papel, que conjuga de una manera interesante la lúdica y la comunicación para crear páginas llenas de diversión e interacción con los niños. Este semestre también contó con la visita de dos delegados de fundaciones adscritas al Banco de Alimentos de Cali con el fin de contarle a los estudiantes la importancia que estas donaciones de alimentos tienen en la población infantil. En este caso se contó con la presencia de la Fundación Educativa Juvenil Colombia y la Fundación Mies de Amor.

Tercer semestre, apartándose de la vinculación al Banco de Alimentos de Cali que fue clave en los dos primeros semestres, se centró en desarrollar una idea con potencial de emprendimiento a partir de oportunidades en el sector educativo. El estudio se enfocó en las necesidades de la población infantil, en particular niños de 6 a 11 años. Además de entender cómo aprenden los niños y qué tipo de imágenes son atractivas para ellos, los estudiantes tuvieron que hacer un proceso de ideación para llegar a propuestas que tuvieran potencial para diferenciarse de lo que actualmente se ofrece en el mercado. Una vez se definieron las ideas, fue necesario pensar en un nombre para diferenciar la idea de negocio, crear un brief que guiara el desarrollo creativo y finalmente brindarles una imagen a los proyectos, aplicando los conceptos vistos en el módulo de imagen corporativa.

De este semestre, se seleccionó una propuesta orientada a la creación de juegos lúdico-didácticos que buscan generar ambientes de aprendizaje, teniendo la cultura caleña como un aspecto característico de la marca. El nombre LULO, es un acrónimo de su lema: Lúdico, Lo juegas, Lo aprendes.

En cuarto semestre, los estudiantes diseñaron una narración gráfica a partir de un guion sobre leyendas colombianas. Este proyecto se articula con el proyecto institucional "Historias por conocer, recorrido por las regiones de Colombia" que busca visibilizar el patrimonio cultural a través de sus mitos y leyendas. Los grupos partieron de tres guiones realizados con anterioridad por los estudiantes del programa Técnico Profesional en Audio y Video, escogieron uno de los guiones para realizar la adaptación a formato de cómic y presentaron una propuesta de empaque de cómo se vería una edición especial con una pieza extra coleccionable. Se presenta como ejemplo representativo de este ejercicio un cómic realizado a partir del guion "Sagrada calentura" que presenta una leyenda que transcurre en la ciudad de Cali de los años noventa y narra la aparición del diablo un jueves santo en una discoteca en Juanchito.

Los estudiantes de quinto semestre, realizaron un proyecto editorial, a partir de una investigación realizada sobre una Fundación vinculada al Banco de Alimentos de Cali. Como primero y segundo semestre, tuvieron un acercamiento a las fundaciones asignadas, pero el trabajo de campo fue más completo, ya que parte del proyecto involucraba recaudar información para construir el libro y elaborar un registro visual que sumara los conocimientos vistos en fotografía y video al trabajo de investigación. Por grupos de trabajo, se realizaron propuestas para la Fundación Nuevo Amanecer, la Fundación Hogar Geriátrico María Aixa Gutiérrez y la Fundación Projectando Generaciones.

En sexto semestre, se realizaron proyectos con potencial de emprendimiento para los cuales se estructuró una campaña de comunicación, la página web corporativa y una propuesta de stand. Al igual que los proyectos de tercer semestre, las ideas desarrolladas son tan diversas como los son las posibilidades alrededor de la didáctica. De esta experiencia, se incluye en esta edición, una iniciativa que busca conectar a los jóvenes con sus emociones, brindando por medio de una experiencia lúdica, la capacidad de hablar de un tema tan importante como lo es la salud mental.

De los 136 proyectos realizados en el Programa Técnico Profesional en Diseño Gráfico, 18 de ellos corresponden a proyectos de proyección social y 39 a proyectos de desarrollo productivo y sostenible.

Para el planteamiento del proyecto integrador se reconocen el DPCS – Desarrollo Productivo, Cultural y Sostenible – y los ODS – Objetivos de Desarrollo Sostenible –, especialmente los numerales 4, 10, 11 y 8 que son: educación de calidad; reducción de las desigualdades; ciudades y comunidades sostenibles; y trabajo decente y crecimiento económico. A continuación, una selección de trabajos muestra la variedad de propuestas presentadas por los estudiantes, variedad que permite acercarse a la amplia gama de oportunidades que posee el Diseño Gráfico como herramienta comunicativa.

**Autores:** Jesús David Pino Montoya; Angélica Mora Muñoz; Dahiana Escobar Guerrero  
**/ Tutora:** María Fernanda Ramírez Escobar.



## Propuesta de módulo a favor del mejoramiento del ambiente en el comedor comunitario K10

*Proposal for a module in favor of improving the environment in the K10 community dining room*

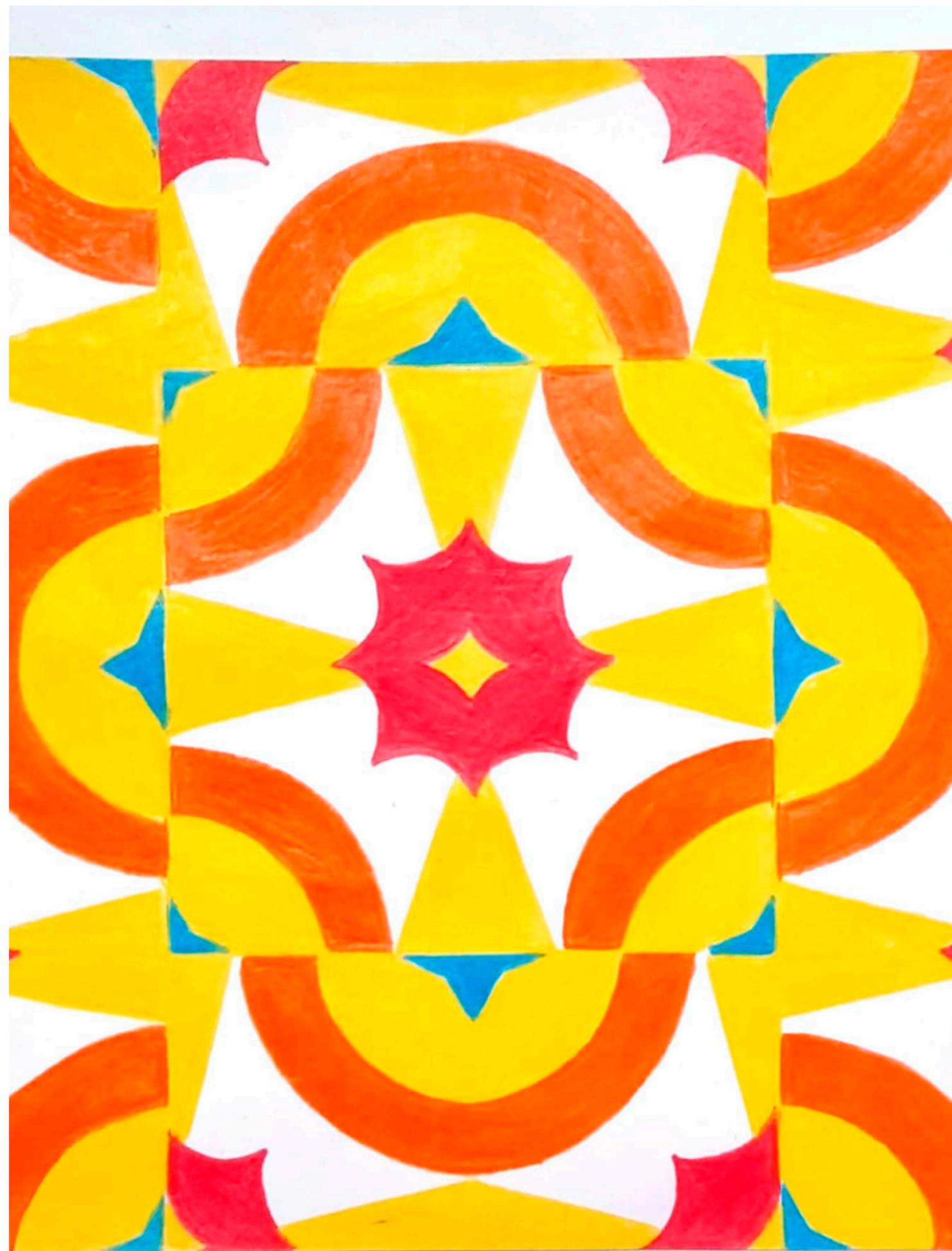
### Resumen

En Colombia la seguridad alimentaria y nutricional es cada vez más vulnerada, la situación económica, social, cultural y política en la cual está inmerso el país, limita la capacidad de las familias de gozar de este derecho, debido a las deficientes condiciones sanitarias, bajos ingresos, desempleo, desplazamiento forzado, costo elevado de la canasta alimentaria familiar, violencia, entre otros. El comedor comunitario K10 pretende contribuir a esta problemática dando a las personas necesitadas un apoyo alimentario para poder sostenerse a sí mismos y a sus familias. Tomando en cuenta que su espacio es muy reducido, llegamos a la conclusión que necesitan mejorar el ambiente del lugar, para que este sea más familiar y amigable. Debido a lo anterior desarrollamos una propuesta modular para que el espacio se sienta más cómodo y ameno al ser visitado diariamente, principalmente por quienes se esfuerzan en salir adelante en medio de las dificultades a las que se ven expuestos debido a su contexto social y económico. En esta línea de ideas, tomando en cuenta los objetivos de la fundación, este proyecto nombrado "desde el corazón hasta tu mesa" consiste en construir una composición modular basándonos en los temas desarrollados "cooperación y hermandad". Se concluye con una propuesta de módulo diseñada con el fin de transmitir alegría, calidez, cercanía y tranquilidad a los integrantes involucrados en la fundación deportiva K10 con la intención de que puedan continuar sembrando solidaridad y esperanza a quienes los visitan.

**Palabras clave:** Hermandad, contexto social, ambiente.

### Abstract

In Colombia, food and nutritional security is being increasingly violated, since the economic, social, cultural, violent, and political situation in which the country is immersed limits the ability of families to enjoy this right, due to the deficient sanitary conditions, low income, unemployment, forced displacement, high cost of the family food basket, violence, among others. The K10 community



kitchen aims to contribute to this problem by giving people in need food support to be able to support themselves and their families. Considering that the space is very small, we concluded that they need to improve the atmosphere of the place, so that it is more familiar and friendly. Due to the above, we developed a modular proposal so that the space feels more comfortable and enjoyable when visited daily, mainly by those who strive to get ahead during the difficulties to which they are exposed due to their social and economic context. In this line of ideas, considering the objectives of the foundation, this project named "from the heart to your table" consists of building a modular composition based on the themes developed "cooperation and brotherhood". It ends with a module proposal designed to transmit joy, warmth, closeness, and tranquility to the members or those involved in the K10 sports foundation with the intention that it can continue to sow solidarity and hope to those who visit them.

**Keywords:** Brotherhood, social context, environment.

**Autores:** Samuel González, Angela Martínez Cerón, Leidy Revelo, María Victoria Oropeza, Gabriela Quiñones Zambrano /  
**Tutor:** Mauricio Moreno.

## Propuesta gráfica de material didáctico para motivar a alimentarse adecuadamente a los niños y niñas de recursos limitados en Cali, Colombia

*Graphic proposal of didactic material to motivate children with limited resources to eat adequately in Cali, Colombia*

### Resumen

En la ciudad de Santiago de Cali, Colombia, existen niños y niñas de recursos limitados que no tienen una buena educación alimentaria en su primera infancia, ya sea por falta de conocimiento o por malas costumbres adquiridas de parte de los padres y/o cuidadores. Por lo tanto, llegamos a la conclusión de que es necesario crear propuestas didácticas de material gráfico para mejorar la buena nutrición en los infantes. Es por eso que proponemos la implementación de material didáctico que ayude a los niños a empezar a aprender sobre la importancia de comer saludablemente. Con este fin llevamos a cabo la creación y ejecución de una entrevista al director de una Fundación para niños sin ánimo de lucro, la cual nos permitió conocer el contexto de estos infantes y su alimentación. Con los resultados obtenidos realizamos los diseños con un tono infantil y simple de un librito con ingeniería de papel (Pop-up), un afiche y un plegable que motiven a los niños y niñas a alimentarse adecuadamente. Concluimos que con esta propuesta gráfica pretendemos educar a los niños y niñas sobre la gran importancia de una alimentación sana y balanceada, además de mostrarle los beneficios de la misma.

**Palabras clave:** Nutrición, ingeniería de papel, didáctica, lúdica, seguridad alimentaria.

### Abstract

In the city of Santiago de Cali, Colombia there are children with limited resources who do not have a good food education in their early childhood, either due to lack of knowledge or bad habits ac-



quired by parents and/or caregivers. Therefore, we conclude that it is necessary to create graphic proposals of didactic material to increase good nutrition in infants. That is why we propose the implementation of didactic material that helps children to start learning about the importance of eating healthy. To this end, we carried out the creation and execution of an interview with the director of a non-profit Foundation for children, which allowed us to know the context of infants with limited resources and their diet. With the results obtained, we made the designs with a childish and simple tone of a booklet with paper engineering (Pop-up), a poster and a brochure that motivate boys and girls to eat properly. We conclude that with this graphic proposal we intend to educate children about the great importance of a healthy and balanced diet, in addition to showing them the benefits of it.

**Keywords:** Nutrition, paper engineering, didactic, playful, food safety.

Autores: Laura Daniela Rivera; Camilo José Reyes; Doney García Guaita; Juan José Cadavid y Luisa María Castro / **Tutora: Mariantonia Arana Rebolledo**



**Propuesta de marca orientada a la creación de juegos lúdico-didácticos, que buscan generar un aprendizaje mediante el juego, teniendo la cultura caleña como un aspecto característico de la marca, dirigido a niños de 6 a 8 años**

*Brand proposal oriented to the creation of educational play material, which seek to generate learning through play, having the culture of Cali as a characteristic aspect of the brand, aimed at children from 6 to 8 years old.*

### **Resumen**

La ciudad de Santiago de Cali es reconocida por su riqueza cultural. Sin embargo, este reconocimiento de aspectos y características, de la cultura caleña son desconocidas para algunas personas de la ciudad, un ejemplo de ello son los niños y niñas, quienes, al estar expuestos a las culturas del mundo, y permeados por la vida occidental, desconocen la cultura propia de la ciudad, donde se logra identificar una confusión sobre estos aspectos. Asimismo, se encuentra en la investigación realizada, una ausencia de material lúdico didáctico y espacios en el currículo académico que ayuden al reconocimiento de los elementos representativos de la cultura local. De acuerdo con lo anterior, desde el diseño gráfico se crea LULO, Lúdico, Lo juegas, Lo aprendes. Una marca orientada a la creación de juegos lúdico-didácticos, que buscan generar ambientes de aprendizaje, teniendo la cultura caleña como un aspecto característico de la marca. Por lo cual se realiza un manual de marca y se realiza la propuesta de uno de los juegos que tendría la marca, que contribuiría como herramienta lúdico didáctica, al reconocimiento de la ciudad y su cultura. Para el desarrollo de este proyecto, se lleva a cabo un proceso de investigación sobre contenido, espacios culturales en Cali mediante internet, visitas a bibliotecas públicas, y trabajo de campo (grupos focales y encues-

tas) donde se tiene un acercamiento a los comentarios de niños, niñas y adultos referente a la cultura de la ciudad de Cali. Siguiendo a esto, se realizan propuestas del objetivo de la marca a crear, donde se desarrolla la elección del nombre, bocetación de logos, selección de colores, características y aspectos identitarios para la marca. Por consiguiente, Lulo es una marca dinámica, caleña, divertida y familiar que aporta reconocimiento de los rasgos identitarios de la cultura de la ciudad.

**Palabras clave:** Cultura, lúdico, didáctico, familiar, aprendizaje, diversión.

### Abstract

Santiago de Cali is a city renowned for its cultural heritage. However, this recognition of aspects and characteristics of Cali culture are unknown to the people of the city, an example of this are the children, who, by being exposed to the cultures of the world, and permeated by Western life, are unaware of the culture of the city, where it is possible to identify a confusion about these aspects. Likewise, it is found in the research carried out, an absence of educational play material and spaces in the academic curriculum that helps the recognition of the representative elements of the local culture. Correspondingly, Graphic Design students have created LULO, Lúdico, lo juegas, lo aprendes. A brand oriented towards the creation of educational playful material, that seeks to create learning environments, having the culture of Cali as a characteristic aspect of the brand. Therefore, a brand manual is made and also the proposal of one board game that would contribute as an educational play material, that helps with the recognition of the city and its culture. For the development of this project, a research process is carried out. From cultural spaces in Cali through visits to public libraries, and field work (focus groups and surveys) where there is an approach to children and adults' comments referring to the culture of the city. A proposal of name, logo sketching, selection of colors, characteristics and identity aspects are developed, given the goal of the brand. Creating a dynamic, fun, and familiar brand from Cali, that provides recognition of the identity traits of the city's culture.

**Keywords:** Culture, playful, didactic, family, learning, fun

**Autores:** Barbosa Claudia Marina; Camayo Mayra Alejandra, Camayo Juan Sebastián, Fontecha Laura Marcela, Maturana Marin Isabella y Montaña Alejandra / **Tutora:** Claudia Marcela Díaz Quintero.



## Redescubrir la historia "Un viaje por las leyendas de nuestro país"

*Rediscover history "A journey through the legends of our country"*

### Resumen

Las leyendas han acompañado a la cultura colombiana desde su nacimiento, desde tiempos inmemorables han respondido como una enseñanza popular a eventos del mundo natural y reflejo del cambio histórico que ha tenido el país a lo largo de los años. Sin embargo, al estudiar a las nuevas generaciones, evidenciamos que estas narrativas están cada vez más desvinculadas de nuestro contexto actual. El presente proyecto denominado "Un viaje por las leyendas de nuestro país" busca promulgar y conservar estas manifestaciones a través de la narración gráfica, y la exploración de nuevos lenguajes y formas de interpretar la información. Bajo estas mismas intenciones, se desarrolla en equipo la colección de tres cómics procedentes de regiones diferentes del país, y se realiza una propuesta de empaque, acompañada de piezas coleccionables para su difusión comercial.

En relación con lo anterior, se espera como resultado no solo "revivir" la importancia de estas historias para el público colombiano, sino resignificar y permitir que estos mismos creen sus propias narrativas, todo con el fin de salvaguardar el patrimonio oral e inmaterial en Colombia.

**Palabras clave:** Narración gráfica, patrimonio, tradición oral, mitos y leyendas.

**Autores:** Jesús David Pino Montoya; Angélica Mora Muñoz; Dahiana Escobar Guerrero  
**/ Tutora:** María Fernanda Ramírez Escobar.

## Abstract

Legends have accompanied Colombian culture since its birth since time immemorial they have responded as a popular teaching to events in the natural world and a reflection of the historical change that the country has undergone over the years. However, when studying the new generations, we show that these narratives are increasingly disconnected from our current context. The present project called "A trip through the legends of our country" seeks to promulgate and preserve these manifestations through graphic narration, and the exploration of new languages and ways of interpreting information. Under these same intentions, the collection of three comics from different regions of the country is developed as a team, and a packaging proposal is made, accompanied by collectible pieces for commercial dissemination. In relation to the above, it is expected as a result not only to "revive" the importance of these stories for the Colombian public, but to give new meaning and allow them to create their own narratives, all to safeguard the oral and intangible heritage in Colombia.

**Keywords:** Graphic narration, heritage, oral tradition, myths, and legends.



## Propuesta Gráfica para la Reactivación Cultural y Económica de la Fundación nuevo Amanecer

*Graphic Proposal for the Cultural and Economic Reactivation of the New Dawn Foundation*

### Resumen

Este proyecto nació y se desarrolló en el Valle del Cauca, un departamento ubicado en el sur occidente colombiano. En este libro queremos informar de manera creativa e innovadora, qué son las enfermedades mentales, cómo se clasifican, cuáles son las más comunes de ellas. Queremos que los familiares de los nuevos y antiguos pacientes de la fundación nuevo amanecer, entiendan cómo es vivir o padecer una enfermedad mental y como esto afecta a cada individuo de manera diferente. También quisimos mostrar de manera ilustrativa cómo funciona el banco de alimentos dentro de la fundación nuevo amanecer, como con amor y paciencia consiguen lograr una mejora en sus pacientes. Creemos que la Fundación Nuevo Amanecer es de gran ayuda y de vital importancia para nuestra ciudad Santiago de Cali, puesto que no hay casi fundaciones que traten este tipo de problemas que cada día afectan a muchas más personas de lo que pensamos. Esperamos que esta guía sea de gran ayuda para todas estas personas que aún se preocupan por las enfermedades mentales y que entienden que a pesar de todo siguen siendo personas como tú o como yo que solo necesitan comprensión y empatía.

**Palabras Clave:** fundación, comprensión, empatía, psiquiatría



### Abstract

This project was born and developed in Valle del Cauca; a department located in the southwest of Colombia. In this book we want to inform in a creative and innovative way. What are mental illnesses, how are they classified and what are the common ones? We want the families of the new and old patients of the Nuevo Amanecer Foundation to understand what it is like to live or suffer from a mental illness and how this affects everyone differently. We also wanted to show in an illustrative way how the food bank works within the Nuevo Amanecer Foundation. As with love and patience to be able to achieve an improvement in his patients. We believe that the Nuevo Amanecer Foundation is of great help and of vital importance for our city, Santiago de Cali. Since there are almost no foundations that deal with this type of problem that every day affects many more people than we think. We hope this guide will be of great help to all these people who still care about mental illness and who understand that, despite everything, they are still people like you or me who just need understanding and empathy.

**Keywords:** foundation, understanding, empathy, psychiatry

**Autores:** Angela Nicolle Fernández, Carlos Esteban Cleves, Diego Fernando Valencia, Paula Andrea Guerrero  
**/ Tutor:** Luis Alberto Castro



Estoy  
**bien,**  
pero  
**también**  
es normal no  
sentirme  
**bien.**

Banco de Alimentos Cali  
FUNDACIÓN ACADÉMICA DE DIBUJO PROFESIONAL  
Vigilada Mineducación

FUNDACIÓN ACADÉMICA DE DIBUJO PROFESIONAL  
Vigilada Mineducación

Fundación Nuevo Amanecer  
Calle 100 No. 100-100 Cali

2023



Estoy  
**bien,**  
pero  
**también**  
es normal no  
sentirme  
**bien.**

Banco de Alimentos Cali  
FUNDACIÓN ACADÉMICA DE DIBUJO PROFESIONAL  
Vigilada Mineducación

FUNDACIÓN ACADÉMICA DE DIBUJO PROFESIONAL  
Vigilada Mineducación

Fundación Nuevo Amanecer  
Calle 100 No. 100-100 Cali

2023

## Torbellino: Propuesta gráfica para la creación de material lúdico didáctico con énfasis en la crisis emocional en el área de la educación

*Graphic proposal for the creation of educational materials with emphasis on the emotional crisis in the field of education*

### Resumen

Actualmente se ha venido presentando en las distintas generaciones graves y muy notorias falencias en aspectos de suma importancia, como lo es en el ámbito educativo el cual forja los saberes previos y necesarios que los estudiantes han de utilizar en su diario vivir y a futuro; específicamente en el manejo e identificación emocional y psicológico, que se empieza a presentar a temprana edad y persiste en las personas con el paso de los años, generando así un problema prolongado en una gran parte del porcentaje de la sociedad. Debido a esto proponemos la realización de un proyecto lúdico didáctico para el ámbito educativo donde se trabaje la identificación y manejo emocional en los estudiantes. Para ello se realizó un proceso de investigación y conceptualización seguido de una propuesta gráfica para la creación de dicho material que estará apoyando el área educativa, en donde el tema principal son las emociones. Dando como resultado la creación de un juego gráfico implementando métodos de enseñanza y aprendizaje en conjunto con una app que ayudara en el proceso de consejos sobre el manejo de las emociones, una página web en la que se encuentra todo el objetivo y función del juego y un diseño de stand en el cual se demuestre de forma más visual la implementación de dicha propuesta. Con este proyecto enfocado en el público estudiantil, se pretende dar una solución más creativa y acertada al proceso del manejo e identificación de sus emociones por medio de diferentes consejos y estrategias que ayudaran al individuo a crecer con un saber previo de cómo afrontar distintas situaciones de su entorno y sus respectivas respuestas emocionales a éstas.

**Palabras clave:** Emociones, Lúdico, Didáctico, Educación.





## Abstract

At present, serious and well-known shortcomings have been identified in the various generations in areas of great importance, as is the case in the educational field, which forms the prior and necessary knowledge that students must use in their daily lives and in the future; specifically in emotional and psychological management and identification, which begins to be introduced at an early age and persists in people over the years, creating a protracted problem in a large proportion of society. This is why we are proposing the implementation of an educational project in which students' identification and emotional management are working. To this end, a research and conceptualisation process followed by a graphic proposal for the creation of such material will be supported by the educational area, where emotions are the main theme. As a result, the creation of a graphic game by implementing teaching and learning methods in conjunction with an app that would assist in the process of advice on emotion management, a web page containing the whole purpose and function of the game and a stand design which demonstrates more visually the implementation of that proposal. With this project focused on the student public, is intended to provide a more creative and appropriate solution to the process of managing and identifying one's emotions through different advice and strategies that will help the individual grow with a prior knowledge of how to deal with different situations in their environment and their respective emotional responses to them.

**Keywords:** Emotions, Loudic, Educational, Educational.

**Autores:** Stephania Castaño Cardona, Miguel Ángel Bolaños, Natalia Jaramillo Granda, Karina Andrea Lancheros y Alejandra Gutiérrez Carvajal / **Tutor:** Mauricio Moreno Rodríguez

Programa Técnico Profesional  
en Producción en

**PUBLICIDAD**



PRODUCCIÓN  
EN **PUBLICIDAD**

CÓD. SNIES: 103380. Resolución MEN. 9111 de junio 11 de 2014.  
Registro calificado.

## Publicidad y generación de valor

*Advertising and value generation*

**Carlos Andrés Arana Castañeda<sup>1</sup>**

La emergencia permanente de tendencias tecnológicas, sociales, políticas y económicas, trae consigo un efecto que permea las dinámicas productivas y satura los diferentes mercados. Así, emergen necesidades y oportunidades que requieren de rápida atención en pro de la generación de soluciones coherentes a dichas tendencias. El campo de la producción publicitaria no es ajeno a esto, pues cada actividad productiva y económica requiere de procesos de comunicación estratégica que, dentro de los mercados saturados, permita generar diferencia.

Frente a esto, Rico (2023)<sup>2</sup> al preguntarse por como las marcas pueden ser relevantes en los mercados saturados expone que estas "se siguen esforzando en la creación de valor agregado y lo hacen en muchos casos creando una personalidad de marca fuerte. Sin embargo, en muchas ocasiones comparten objetivos y estrategias. Es difícil ver marcas que vayan libres, tanto en estrategia como en performance, aquí el consumidor acaba por no percibir valores diferenciales. ¿Y entonces cómo elige? Se decanta por aspectos más puntuales o por el precio.". Como vemos, la percepción del usuario y consumidor se constituye en un factor fundamental para ser relevantes, generar valor y distinguirse por factores tangibles y evidenciables.

De esta forma, involucrar usuarios directamente con las marcas es una forma de generación de valor, que visto como un conjunto de actividades que busca construir relevancia en la marca a partir de la transparencia y claridad de sus ideas permitiendo cubrir necesidades realmente importantes según el comportamiento de consumidores y prosumidores, se erige como un propósito donde la producción publicitaria, como aliada estratégica de los procesos comunicativos, exige de lecturas y propuestas pertinentes respecto a lo que en los mercados se requiere.

Al trasladar lo anterior a los procesos de investigación formativa que se gestan en el Programa Técnico Profesional en Producción en Publicidad, se establecieron los siguientes objetivos para ser

<sup>1</sup>Carlos Andrés Arana Castañeda - Docente Líder de Investigación, Fundación Academia de Dibujo Profesional. Magister en Estudios Sociales y Políticos. [produccion.investigativa1@fadp.edu.co](mailto:produccion.investigativa1@fadp.edu.co)

<sup>2</sup>Rico, J. (2023). La estrategia publicitaria sigue siendo el eje central de la comunicación de las marcas, pero ¿Cómo lograr ser relevantes en un mar de marcas?. Revista P&M. En: <https://www.revistapym.com.co/articulos/consumidor/59418/cual-es-el-rumbo-que-tomara-la-publicidad-en-el-2023>

Ser  
**REAL COMO VOS**  
es hacer lo que  
nos apasiona.

**Autor:** Jhon Jairo Aricapa López /  
**Tutor:** Carlos Andrés Arana Castañeda



abordados entre docentes y estudiantes a partir del módulo de Proyecto Integrador durante el periodo 2023-A:

 Identificar las exigencias que un proceso de generación de valor de marca suscita a la producción publicitaria.

 Proponer procesos de producción publicitaria que agreguen valor a emprendimientos caleños pertinentes con los comportamientos de consumo y pos-consumo.

 Desarrollar procesos de producción publicitaria que aporten valor a emprendimientos caleños a partir de una lectura coherente del mercado.

Desde aquí, se desarrollaron quince (15) proyectos, materializados en la generación de contenido publicitario y procesos de comunicación persuasiva, que reconocieron la interacción marca-usuario, la atención al comportamiento poscompra y posconsumo, la exaltación de productos de uso cotidiano, la conciencia ambiental, la seguridad, la alimentación saludable, y el bienestar y placer, como factores determinantes para generar valor en las practicas, procesos y/o productos de emprendimientos de las ciudades de Cali, Yumbo y Palmira.

En este sentido, se presentan a continuación los proyectos destacados del Programa Técnico Profesional en Producción en Publicidad, que a su vez se constituyen en una manera de materializar la sinergia pretendida entre tendencias, creación de contenido, generación de valor e investigación formativa.



## Estrategia creativa para la marca Rito Sostenible, que impulsa la interacción y su posicionamiento a través de sus canales de comunicación

*Creative strategy for the Rito Sostenible brand, which drives interaction and its positioning through its communication channels.*

### Resumen

En la ciudad de Cali podemos evidenciar cómo ha surgido un nuevo movimiento que apuesta por el consumo responsable de productos de uso personal, aun así, estamos expuestos a la comercialización desmedida de productos que no se comprometen con el verdadero cuidado a la salud y el medio ambiente. Es por esto que a través de la marca Rito Sostenible identificamos una oportunidad de comunicar como una emprendedora caleña le apuesta a productos de uso personal 100% naturales y amigables con el medio ambiente, logramos analizar como con una estrategia de comunicación y propuesta de valor este mensaje que tiene la marca puede generar un eco que impacte a un nicho de mercado que va en aumento. Como solución desarrollamos contenido para redes sociales y página web que comunique de manera óptima los beneficios del producto de esta marca, complementando con una propuesta tridimensional que apuesta a generar una experiencia sensorial y emocional. Se concluye con esta estrategia de comunicación y propuesta de valor la importancia de crear visibilidad y conexión con el público, por medio de piezas que transmitan el valor de la marca.

**Palabras claves:** Ecos, amigable, propuesta de valor.

**Autores:** Natalia Zuluaga Duque, Estefanía Gomez Ramirez, Daniela Ocampo Naranjo, Erika Vanessa Yepes, Laura Caviedes Sarmiento  
**/ Tutor: Mauricio Moreno Rodriguez.**

## Abstract

In the city of Cali we can see how a new movement has emerged that is committed to the responsible consumption of products for personal use, even so we are exposed to the excessive commercialization of products that do not commit to true care for health and the environment. . That is why through the Rito Sostenible brand we identified an opportunity to communicate how a Cali entrepreneur bets on 100% natural and environmentally friendly products for personal use, we were able to analyze how with a communication strategy and value proposition this The message that the brand has can generate an echo that impacts a market niche that is growing. As a solution, we develop content for social networks and a website that optimally communicates the benefits of this brand's product, complementing it with a three-dimensional proposal that is committed to generating a sensory and emotional experience. This communication strategy and value proposition concludes with the importance of creating visibility and connection with the public, through pieces that transmit the value of the brand.

**Keywords:** Ecos, friendly, value proposition.



## Propuesta de producción publicitaria que agreguen valor a emprendimiento de la ciudad de Palmira pertinente con el comportamiento de consumo y post-consumo

*Proposal for advertising production that adds value to the entrepreneurs of the city of Palmira relevant to the behavior of consumption and post-consumption*

### Resumen

Luego de analizar el servicio de lavado de vehículos, encontramos que el modelo tradicional de lavado no ha evolucionado desde sus inicios, es lesivo para el vehículo, altamente contaminante por el uso de químicos y en la mayoría de los casos se presta en condiciones de informalidad. En la ciudad de Palmira encontramos un emprendimiento disruptivo que atiende las deficiencias del modelo tradicional, sin embargo, para que este modelo sea exitoso, se necesita tener una propuesta de valor clara y una campaña de activación de marca resaltando los beneficios frente al modelo tradicional. Para LA ESTACIÓN ECO-VAPOR; nuestra propuesta es la siguiente: campaña de experiencia enfocada en resaltar los beneficios que se pueden adquirir en la limpieza con vapor, la importancia del ahorro de agua, y la responsabilidad que todos tenemos con el cuidado del medio ambiente. Consiste en ambientar la zona de espera y el local con imágenes y sonidos de la naturaleza, referentes a las zonas donde nace el agua. Acompañada de una actividad de limpieza facial con vapor dirigida al cliente, conectando el poder de limpieza de impurezas con el trato delicado con la piel. Acompañamos el momento con una bebida refrescante y humeante, servida con hidrógeno. Nuestra campaña también propone hacer uso de los medios sociales y su alcance como Instagram a través de Reels, publicaciones en Facebook y página web para llegar a nuestro cliente objetivo, con un lenguaje claro y contundente sobre la nueva e innovadora opción de lavado a vapor para el vehículo.

Palabras clave: Vapor, lavado, vehículo, limpieza, innovación.

### Abstract

After analyzing the vehicle washing service, we found that the traditional washing model has not evolved since its creation, it is a process harmful to the vehicle, highly polluting due to the use of chemicals and in most cases it is provided in labor informal conditions. In the city of Palmira we found a disruptive entrepre-

# CUIDAMOS TU CARRO, CUIDAMOS EL PLANETA



## LIMPIEZA PROFUNDA PARA TU VEHÍCULO CON EL PODER DEL VAPOR

★ Sin químicos

★ Sin vertimientos tóxicos

★ 95% ahorro de agua

★ Amigable con su vehículo

neurships that was created to work in the deficiencies of the traditional model in order improve those harmful process. however, for this model to be successful, it needs to have a clear value proposition and a brand activation campaign highlighting the benefits of this process compared to the traditional model. For LA ESTACION ECO-VAPOR; our proposal is the following: create an experience campaign focused on highlighting the benefits that can be associated with the steam cleaning method, the importance of saving water, and the responsibility that we all have with the care of the environment. It consists of setting the waiting area and all the place with images and sounds of nature, referring to the areas where the water is born. Accompanied by a facial steam cleansing activity aimed to the client, connecting the power of cleaning impurities with the delicate treatment of the skin accompanying the moment with a fresh steamy drinks, served with hydrogen. Our campaign also proposes to make use of social media tools like Instagram Reels, Facebook posts and websites to reach our target customer, with a clear and accurated language about the new and innovative steam cleaning process as a disruptive option for cars cleaning.

Keywords: Steam, washing, vehicle, cleaning, innovation.

**Autores:** Daniela Sánchez, Guillermo Vargas, Karol Dayan Quevedo, Daniela Largo, Juan Pablo Cantero / **Tutor:** Mauricio Moreno Rodriguez



# Saborea un momento especial.

El delicioso sabor del  
choclo ¡en pocos minutos!

## Distribuidora del Maíz y sus derivados S.A.S: Producción publicitaria, mercados y generación de valor

*Distribuidora del Maíz y sus derivados S.A.S:  
Advertising production, markets and value generation*

### Resumen

La ciudad de Santiago de Cali cuenta con una diversidad gastronómica autóctona, lo cual lleva a la empresa Distribuidora del Maíz y sus derivados a buscar distintas maneras de diferenciarse de los productos que se encuentran en las cadenas de supermercados que tienen un nicho similar. Teniendo en cuenta lo anterior, se llegó a la conclusión de que la marca necesita visibilidad en redes sociales, identidad de marca y una propuesta de valor atractiva, para así tener una mejor interacción con su público y obtener más ventas. Para esto se identificó el público objetivo, la propuesta de valor de la marca, el tono, la manera, el concepto y la personalidad de la marca. Como propuesta para los medios digitales se realizaron distintas salidas gráficas y audiovisuales que muestran el valor de la marca y su atractivo de una manera emocional y tradicional. Se creó una nueva estrategia de marketing hacia el producto más icónico de la empresa, la arepa de choclo, con el fin de actualizar las redes sociales con las últimas tendencias (Reels, Posts y TikToks), dado que esto genera un mayor reconocimiento a la empresa Distribuidora del Maíz y sus derivados S.A.S con la intención de darse a conocer de manera local y nacional.

**Palabras clave:** Tradición, emprendimiento, producto, marketing, comunicación.

Son perfectas para todos los momentos del día: para desayunar, un aperitivo, compartir con amigos o una ocasión especial.



@distribuidoradelmaiz



317 3042930

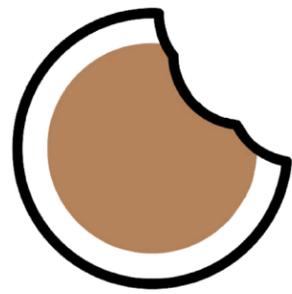


### Abstract

The city of Santiago de Cali has an autochthonous gastronomic diversity, which leads the company Distribuidora del Maíz y sus derivados to look for different ways to differentiate itself from the products found in supermarket chains that have a similar niche. Considering the above, it was concluded that the brand needs visibility in social networks, brand identity and an attractive value proposition, in order to have a better interaction with its public and obtain more sales. For this purpose, the target audience, the brand's value proposition, tone, manner, concept and personality of the brand were identified. As a proposal for digital media, different graphic and audiovisual outputs were created to show the value of the brand and its appeal in an emotional and traditional way. A new marketing strategy was created for the company's most iconic product, the corn arepa, in order to update the social networks with the latest trends (Reels, Posts and TikToks), since this generates greater recognition for the company Distribuidora del Maíz y sus derivados S.A.S. with the intention of making itself known locally and nationally.

**Keywords:** Tradition, entrepreneurship, product, marketing

**Autores:** Valeria Espinosa Muñoz, Laura Isabella Osorio Chávez, Alejandro Lizalda Ibañez, Santiago López Carvajal / **Tutor:** Mauricio Moreno Rodríguez



# CRACKEEP

Bio-comestibles

## Generación de contenido para promover conciencia ambiental sobre el plástico de un solo uso.

*Generation of content to promote environmental awareness about single-use plastic.*

### Resumen

El plástico de un solo uso tiene un impacto negativo en el medioambiente. El principal es que, además de ser convertido en basura, termina mal gestionado contaminando los mares y ríos a nivel mundial; por otra parte, pueden tardar cientos de años en descomponerse, liberar sustancias tóxicas al medioambiente y acabar con las especies en los diferentes ecosistemas. Por eso, llega CRAKEEP, un producto innovador de platos comestibles, compostables, biodegradables y orgánicos, creado por la empresa caleña MAQUINNOVACIÓN, que pretende crear conciencia y ayudar a la mitigación de esta problemática. Con nuestra propuesta creativa y bajo un proceso de investigación, decidimos hallar un insight, renovar la imagen de la marca,



## PLATOS-VASOS-CUBIERTOS 100% COMESTIBLES

- Compostable
- Nutritivo
- Orgánico
- Eco-friendly
- Sustentable
- Biodegradable



CRACKEEP.COM



@CRACKEEP



57 311 7626360

asignar nombre para el nuevo producto, crear contenido de valor, estructurar página web y red social, desarrollar piezas gráficas que comuniquen la idea de negocio y los beneficios de la marca y crear pieza tridimensional para el empaque del producto. Con nuestra campaña titulada "Generación de contenido para promover conciencia ambiental sobre el plástico de un solo uso" buscamos visibilizar, concientizar y educar desde temprana edad a personas del país acerca del cuidado y protección del planeta, mostrando cómo nuestro producto CRAKEEP ayuda a mitigar el impacto negativo del plástico de un solo uso en el medioambiente. En conclusión, con esta campaña generaremos reconocimiento de marca y concientización, fomentando el respeto hacia el planeta y sus especies.

Palabras clave: Concientización, medioambiente, biodegradable, orgánico, comestible,.

### Abstract

Single-use plastic has a negative impact on the environment. The main one is that, in addition to being turned into garbage, it ends up being poorly managed, polluting the seas and rivers worldwide; on the other hand, they can take hundreds of years to decompose, releasing toxic substances into the environment and killing species in different ecosystems. For this reason, CRAKEEP arrives, an innovative product of edible, compostable, biodegradable and organic dishes, created by the company MAQUINNOVACIÓN from Cali, which aims to raise awareness and help mitigate this problem. With our creative proposal and under a research process, we decided to find an insight, renew the brand image, assign a name to the new product, create valuable content, structure the web page and social network, develop graphic pieces that communicate the idea of business and the benefits of the brand and create a three-dimensional piece for the packaging of the product. With our campaign entitled "Generation of content to promote environmental awareness about single-use plastic" we seek to make visible, raise awareness and educate people in the country from an early age about the care and protection of the planet, showing how our product CRAKEEP helps to mitigate the negative impact of single-use plastic on the environment. In conclusion, with this campaign we will generate brand recognition and awareness, promoting respect for the planet and its species.

Keywords: Awareness, environment, biodegradable, organic, edible.

**Autores:** Carlos Alberto Bolaños, María De Los Ángeles Baldrich; Isabella Calderón y Marian Estrada Martínez / **Tutor:** Mauricio Moreno Rodríguez.

## ANVURGO. Real como vos

ANVURGO. Real like you

### Resumen

En Colombia el consumo de hamburguesas ha aumentado los últimos 5 años según la consultora de mercado Euromonitor, siendo un sector amplio con más de 300 tipos de hamburguesas en todo el país, donde las cadenas grandes lideran con un 69% y las hamburgueserías artesanales el 31% restante. Este aumento de consumo por las hamburguesas también lleva a que haya más competencia y muchos quieran sobresalir, lo que desencadena el uso de GLUTAMATO MONOSÓDICO (GMS) por parte de los restaurantes de este producto, siendo un potenciador alimentario no solo realza el sabor de carnes, papas y salsas sino que también te genera adicción y puede llegar a ser perjudicial para la salud, ya que su fabricación se hace mediante un proceso de síntesis química. Anvurgo es una hamburguesería artesanal que nace en el año 2019 con el propósito de ofrecer hamburguesas libres de este y otros químicos o aditivos, su reto es comunicar a sus clientes actuales y nuevos que su producto es diferente al ser artesanal, con ingredientes frescos y carne natural, sin componentes añadidos, con esto se llega al concepto de campaña "REAL COMO VOS" donde esos clientes fieles a la marca tendrán participación, desde piezas gráficas, cápsulas audiovisuales para que nos cuenten qué significa para ellos ser real, sus sueños y por qué aman Anvurgo, una tarjeta llamada tarjeta real que tiene el objetivo de fidelizar a los consumidores otorgándoles un 10% de descuento en sus compras entre otros beneficios, el concepto de campaña se acompañará con fotografía, un packing con el mensaje de la campaña y stickers como obsequios con diseños propios y branding de la marca.

Palabras clave: Artesanal, Natural, Real, Hamburguesa.

### Abstract

In Colombia the consumption of hamburgers has increased in the last 5 years according to the market consultant Euromonitor, being a broad sector with more than 300 types of hamburgers throughout the country, where large chains lead with 69% and artisanal hamburger restaurants the remaining 31%. This increase in consumption of hamburgers also leads to more competition and many want to stand out, which triggers the use of MONOSODIUM

Nos gusta lo  
auténtico, lo único, lo  
**REAL COMO VOS**

ANVUR  
**GO**

GLUTAMATE (MSG) by the restaurants of this product, being a food enhancer not only enhances the flavor of meats, potatoes and sauces but also generates addiction and can become harmful to health since its manufacture is done through a process of chemical synthesis. Anvurgo is an artisanal burger that was born in 2019 with the purpose of offering burgers free of this and other chemicals or additives, its challenge is to communicate to its current and new customers that their product is different by being handmade, with fresh ingredients and natural meat, without added components, with this we reach the campaign concept "REAL LIKE YOU" where those customers loyal to the brand will have participation, from graphic pieces, audiovisual capsules for them to tell us what it means to them to be real, their dreams and why they love Anvurgo, a card called real card that aims to build consumer loyalty by giving them a 10% discount on their purchases among other benefits, the campaign concept will be accompanied by photography, a packing with the message of the campaign and stickers as gifts with their own designs and branding of the brand.

Keywords: Artesanal, Natural, Real, burger.

**Autor:** Jhon Jairo Aricapa López /  
**Tutor:** Carlos Andrés Arana Castañeda

## Ápice café art un lugar, tranquilo, familiar y seguro. Un lugar para todos

*Apice café art a quiet, family and safe place. A place for everyone...*

### Resumen

Una de las razones por las cuales elegimos un lugar para tardear y compartir un café con nuestra familia y amigos, es debido a la seguridad, tranquilidad y a las nuevas experiencias que nos otorga el lugar. En el Centro Comercial Pacará se encuentra ubicado Ápice Café Art, que desde hace seis años que abrió sus puertas no ha tenido un reconocimiento superior al 50% sobre su existencia en el sector, asimismo el Centro Comercial y demás establecimientos están siendo percibidos como un lugar inseguro. Teniendo en cuenta esto, el propósito de este proyecto que es la producción publicitaria, mercados y generación de valor. Apice Café Art tiene como reto crecer como marca y posicionarse comercialmente en el sector del norte y reflejarse como un lugar tranquilo y familiar, seguro y diferente a los cafés tradicionales. Por consiguiente, vamos a generar un mayor posicionamiento, recordación de marca, mayor tránsito de personas en el café, y dar a conocer la esencia de la marca: Creativa, tranquila y familiar. Para ellos realizaremos un plan de acción que consta de tres fases: La primera implementar la tarde familiar, la segunda estrategias para redes sociales y finalizaremos con una campaña BTL con co-branding con el Centro Comercial Pacará.

Palabras clave: Reconocimiento, seguridad, café, familiar, posicionamiento.

### Abstract

One of the reasons why we choose a place to spend the afternoon and share a coffee with our family and friends, is because of the security, tranquility and the new experiences that the place gives us. Apice Café Art is located in the Pacará Shopping Center, which for six years since it opened its doors has not achieved recogni-



tion of more than 50% of its existence in the sector, likewise the Shopping Center and other establishments are being perceived as a place insecure. Taking into account the purpose of this project, which is advertising production, markets and value generation. Apice Café Art has the challenge of growing as a brand and positioning itself commercially in the northern sector and reflecting itself as a quiet and familiar place, safe and different from traditional cafes. Consequently, we are going to generate a greater positioning, brand recall, greater traffic of people in the cafe, and make the essence of the brand known: Creative, calm and familiar. For them we will carry out an action plan that consists of three phases: The first Implement the family afternoon, the second strategies for social networks and we will end with a BTL campaign with co-branding with the Pacará Shopping Center.

Keywords: Recognition, security, coffee, family, positioning.

**Autor:** Lizeth Fragua Guayara,  
Kelly López Morales  
**/ Tutor:** Carlos Andrés Arana

## CRAVINGS. Bienestar y placer

*CRAVINGS. well-being and pleasure*

### Resumen

Mantener hábitos saludables es esencial para nuestra vida diaria, por lo tanto, tiene que estar asociado a un conjunto de comportamientos y actitudes habituales que contribuyan al bienestar de las personas. Cravings es un emprendimiento ubicado en el municipio de Yumbo, enfocado en la comida saludable. Su objetivo es invitar y dar a entender que comer rico y saludable si es posible, ya que son muchas las personas que creen que, por llevar una buena alimentación o una dieta balanceada, no se pueden comer alimentos ricos en sabor y completos en nutrientes y vitaminas, pero se equivocan. En este proyecto buscamos generar conciencia en las personas sobre la buena alimentación de una manera rica y saludable; y generar el valor diferenciador de la marca Cravings. Creamos una alianza estratégica llamada "Alianza Equilibrada" en conjunto con el gimnasio warfit, ya que comparten un público objetivo en común: Personas interesadas en mantener un estilo de vida saludable y equilibrado. Al asociarse por medio de un modelo de negocio B2B, ambas marcas pueden llegar a este público de manera conjunta, aumentando su visibilidad y alcance. Por medio de investigación encontramos que el comer resulta ser una acción placentera para las personas, por ello creamos el concepto de "Cravings bienestar y placer". Por medio de activación de marca, realizaremos comunicación BTL usando flyers, post para redes y un kit personalizado para los "Días saludables" en Yumbo dos veces al mes, con esto ir generando una tendencia hacia un estilo de vida más sano y activo a través de este tipo de actividades.

Palabras clave: Placer, Saludable, Alimentación, Valor





## Abstract

Maintaining healthy habits is essential for our daily life, therefore, it has to be associated with a set of habitual behaviors and attitudes that contribute to people's well-being. Cravings is a business located in the municipality of Yumbo, focused on healthy food. Its objective is to invite and make it clear that eating rich and healthy is possible, since there are many people who believe that, by eating a good diet or a balanced diet, you cannot eat foods rich in flavor and complete in nutrients and vitamins, but they are wrong. In this project we seek to raise awareness among people about good nutrition in a rich and healthy way; and generate the differentiating value of the Cravings brand. We created a strategic alliance called "Balanced Alliance" together with the warfit gym, since they share a common target audience: People interested in maintaining a healthy and balanced lifestyle. By partnering through a B2B business model, both brands can reach this audience together, increasing their visibility and reach. Through research we found that eating turns out to be a pleasant action for people, for this reason we created the concept of "Well-being and pleasure cravings". Through brand activation, we will carry out BTL communication using flyers, posts for networks and a personalized kit for "Healthy Days" in Yumbo twice a month, thereby generating a trend towards a healthier and more active lifestyle through of these types of activities.

Keywords: Pleasure, Healthy, Food, Value

**Autores:** Lina Maria Moreno Cruz; Isabella Ricaurte Reyes / **Tutor:** Carlos Andrés Arana Castañeda

## Propuesta de generación de valor para el emprendimiento Juntoox: Conecta con tu niña interior

*Value generation proposal for the Juntoox venture;  
Connect with your inner child*

### Resumen

En Colombia, 6 de cada 10 mujeres afirman sentir mucha presión en sus vidas, por el trabajo, la sociedad y la rutina del día a día. El 67% de los adultos añoran su infancia y 4 de cada 10 afirman que estos fueron los mejores días de su vida. Detectamos que al pasar de los años olvidamos maravillarnos de los pequeños detalles de nuestro día a día, como lo puede hacer perfectamente un niño. Nos asusta tomar riesgos, vivimos en la rutina y esto hace que cada día seamos más infelices, olvidando quiénes somos. Esta problemática, trae como consecuencia baja autoestima, enfermedades mentales, entre otras. Juntoox, quiere que estas mujeres, se sientan libres, comprendidas y quiere ser esa amiga que las escuche y conecte con ellas; Por eso, creamos Conecta con tu esencia, conecta con tu niña interior, una campaña que está pensada para que estas mujeres puedan viajar a su infancia y que sean conscientes de todas esas cosas que, por la rutina y obligaciones, dejaron a un lado.

**Palabras clave:** Esencia, felicidad, infancia.

### Abstract

In Colombia, 6 out of 10 women say they feel a lot of pressure in their lives, from work, society and the day-to-day routine. 67% of adults long for their childhood and 4 out of 10 affirm that these were the best days of their lives. We detect that as the years go by we forget to marvel at the small details of our day to day, as a child can perfectly do. We are afraid of taking risks, we live in a routine and this makes us unhappier every day, forgetting who we are. This problem results in low self-esteem, mental illness, among others. Juntoox wants these women to feel free, understood and wants to be that friend who listens to them and connects with them; For this reason, we created Connect with your essence, connect with your inner child, a campaign that is designed so that these women can travel back to their childhood and be aware of all those things that, due to routine and obligations, they left aside.

**Keywords:** Essence, happiness, childhood.

**Autores:** Tatiana Fernández; Geraldine Rangel / **Tutor:** Carlos Andrés Arana.





# DGNL.

Fundación Academia de Dibujo Profesional  
Calle 27 Norte # 6BN - 50  
www.fadp.edu.co  
Cali - Colombia.

Encuentra nuestras  
ediciones anteriores



Síguenos en



@FadpCali/



FadpCali/



FadpCali1@



FadpCali



FUNDACIÓN  
ACADEMIA  
DE DIBUJO  
PROFESIONAL

Vigilada Mineducación