Gráfica No. 1: Detalle 1 casa de vapor

Raíz

Colectivo de tradiciones

JULIAN DAVID ROBAYO LAMUS

Silvana Navarro Hoyos

Industrias creativas y culturales para la transformación social

UNIVERSIDAD EL BOSQUE

DISEÑO INDUSTRIAL

Bogotá D.C.

2019

NOTA DE SALVEDAD

“La Universidad El Bosque, no se hace responsable de los conceptos emitidos por los investigadores en su trabajo, solo velara por el rigor científico, metodológico y ético del mismo en aras de la búsqueda de la verdad y la justicia”

AGRADECIMIENTOS

-Yeka, comunidad kurawaka. Por su hospitalidad y sabiduria.

-Silvana, Universidad El bosque. Por su guía y sus enseñanzas.

Gráfica No. 2: Textura corteza arbol

Contenido

1. Nota de salvedad
2. Agradecimientos
3. Lista de tablas y gráficas
4. Resumen (abstract) Pag.
5. Introducción..... 7
6. Objetivos..... 8
7. Metodología..... 9
8. Marco Referencial..... 10
9. Marco Teórico..... 11
10. Oportunidad de diseño..... 13
11. Justificación..... 14
12. Investigación Inicial..... 15
    12.1. Trabajo de campo..... 16
        12.1.1. Contexto real de aplicación..... 22
    1.2.2. Conclusiones..... 23
13. Perfil de usuarios..... 24
    13.1. Conclusiones..... 27
14. Mapa de Valor..... 28
    14.1. Conclusiones..... 31
15. Concepto de proyecto..... 32
    15.1. Factibilidad..... 33
    15.2. Límites y alcances..... 34
    15.3.Impacto social..... 35
16. Concepto de producto..... 36
17. Desarrollo de prodcuto..... 38
18. Impacto ambiental..... 45
19. Modelo de negocios..... 46
20. Costos del proyecto..... 47
21. Conclusiones..... 50
22. Bibliografía..... 51

	Pag.
Gráfica No. 1: Detalle 1 casa de vapor	1
Gráfica No. 2: Textura corteza arbol	5
Gráfica No. 3: Textura raices	6
Gráfica No. 4: Textura ramas	7
Gráfica No. 5: Textura hoja	8
Gráfica No. 6: Metodología, design thinking	9
Gráfica No. 7: Logo procolombia	10
Gráfica No. 8: Logo rent a fint	10
Gráfica No. 9: Carnaval disfrazate como quieras	10
Gráfica No. 10: Textura madera	11-12
Gráfica No. 11: Inclusión cultural	13
Gráfica No. 12: Intercambio	14
Gráfica No. 13: Textura arbol abierto	15
Gráfica No. 14: Trabajo de campo, río.	16
Gráfica No. 15: Mapa de Tabio	16
Gráfica No. 16: Fotrografía de entrevista	17
Gráfica No. 17: Video de comunidad	17
Gráfica No. 18: Video de usuario	17
Gráfica No. 19: Gráfica de actividades comunidad	17
Gráfica No. 20: Gráfica de interes	17
Gráfica No. 21: Gráfica de experiencia	17
Gráfica No. 22: Fotografía de observación	18
Gráfica No. 23: Fotografía Trabajo de campo 1	18
Gráfica No. 24: Fotografía Trabajo de campo 2	18
Gráfica No. 25: Fotografía Trabajo de campo 3	18
Gráfica No. 26: Fotografía Trabajo de campo 4	18
Gráfica No. 27: Fotografía Trabajo de campo 5	18
Gráfica No. 28: Fotografía Trabajo de campo 6	18
Gráfica No. 29: Textura arbol	18
Gráfica No. 30: Invlusión tecnológica	18
Gráfica No. 31: Detalle casa de Vapor	18
Gráfica No. 32: Abstracción maloka	18
Gráfica No. 33: Textura hoja lineal	18
Gráfica No. 34: Artesania	18
Gráfica No. 35: Fotografía Trabajo de campo 7	19
Gráfica No. 36: Fotografía Trabajo de campo 8	19
Gráfica No. 37: Fotografía Trabajo de campo 9	20
Gráfica No. 38: Fotografía Trabajo de campo 10	20
Gráfica No. 39: Fotografía Trabajo de campo 11	20
Gráfica No. 40: Fotografía Trabajo de campo 12	20
Gráfica No. 41: Fotografía Trabajo de campo 13	20
Gráfica No. 42: Fotografía Trabajo de campo 14	20
Gráfica No. 43: Hojas secas	21
Gráfica No. 44: Sobre el concepto de la cultura	21
Gráfica No. 45: Diseño y evaluación de proyectos	21
Gráfica No. 46: Propuesta metodológica	21
Gráfica No. 47: Fotografía Trabajo de campo 5	22
Gráfica No. 48: Textura arbol seco	23
Gráfica No. 49: Comunidad afro	24
Gráfica No. 50: Turísta	24
Gráfica No. 51: Gráfica perfil de turista	25
Gráfica No. 52: Gráfica perfil de comunidad	26
Gráfica No. 53: Mapa de valor turísta	29
Gráfica No. 54: Mapa de valor comunidad	30
Gráfica No. 55: Gráfica concepto de proyecto	32
Gráfica No. 56: Chiva	33
Gráfica No. 57: Gráfico de factibilidad	33
Gráfica No. 58: Textura bosque	34
Gráfica No. 59: Ritual indígena	35
Gráfica No. 60: Textura raices blancas	36
Gráfica No. 61: Plataforma digital 1	36
Gráfica No. 62: Gráfica de estructura conceptual	37
Gráfica No. 63: Plataforma digital 2	39
Gráfica No. 64: Plataforma digital 3	39
Gráfica No. 65: Plataforma digital 4	39
Gráfica No. 66: Plataforma digital 5	40
Gráfica No. 67: Plataforma digital 6	41
Gráfica No. 68: Plataforma digital 7	42
Gráfica No. 69: Aplicación de usuario	44
Gráfica No. 70: Aplicación de usuario	44
Gráfica No. 71: Modelo de negocio	45
Gráfica No. 72: Cuadrro de inversión	46
Gráfica No. 73: Fuentes de financiación	46
Gráfica No. 74: Gastos fijos mensuales	47
Gráfica No. 75: Servicios públicos y arrendamiento	47
Gráfica No. 76: Resumen costo variable unitario	48
Gráfica No. 77: Costo total producto	48
Gráfica No. 78: Resumen de costos	49

Gráfica No. 3. Textura raices

Resumen

La identidad cultural nacional colombiana , es una riqueza que emerge de las tradiciones y el patrimonio; aún discreta y poco aprovechada por muchos de los colombianos. Raíz, es un colectivo de tradiciones, que permite el conocimiento y aprovechamiento de la cultura y sus prácticas. Por medio del uso de las nuevas tecnologías (TICs), y el diseño de experiencias a través del turismo cultural, Raíz se desenvuelve, para generar un servicio que no solo ayude a las comunidades culturales a compartir sus saberes, sino también a enriquecer la identidad cultural de cualquier usuario.

Para el desarrollo de éste servicio se realizo un plan piloto, en la comunidad Kurawaka, ubicada en Tabio, el cual es replicable a cualquier tipo de comunidad nacional; basándose en la metodología del design thinking, se realizaron procesos de investigación cualitativa, en la cual se evidenciaron: procesos de co-creación, elementos de identidad cultural, contextos y aliados pertinentes.

Raíz, se desarrolla dentro de una plataforma, principal, que permite a los usuarios, tanto usuarios como a las comunidades, acceder a servicios de desarrollo e innovación cultural.

Por medio del acceso a la cultura de manera tan oportuna y viable, el proyecto genera un impacto cultural y económico positivo, generando oportunidades a comunidades y acceso a nuevos servicios dentro del mercado del turismo.

Tradición. Patrimonio. Identidad cultural. Industrias creativas y culturales. Turismo cultural. TICs.

Abstract

Colombian national cultural identity is a wealth that arises from traditions and heritage; Still discreet and little used by many of the Colombians. Root, is a collective of traditions, that allows the knowledge and the use of the culture and its practices. The means of using new technologies (ICTs), and the design of experiences through cultural tourism. cultural of any user.

For the development of this service, a pilot plan has been carried out in the community of Kurawaka, located in Tabio, the cities are replicable in any type of national community; Based on the methodology of thought design, it is developed in the processes of qualitative research, in which were evidenced: processes of co-creation, cultural identity elements, contexts and pertinent allies.

Go to the main page, access services, access development services and cultural innovation.

The project generates a positive cultural and economic impact, generates opportunities in the communities and access to new services within the tourism market.

Tradition. Heritage. Cultural identity. Creative and cultural industries. Cultural tourism. TICs.

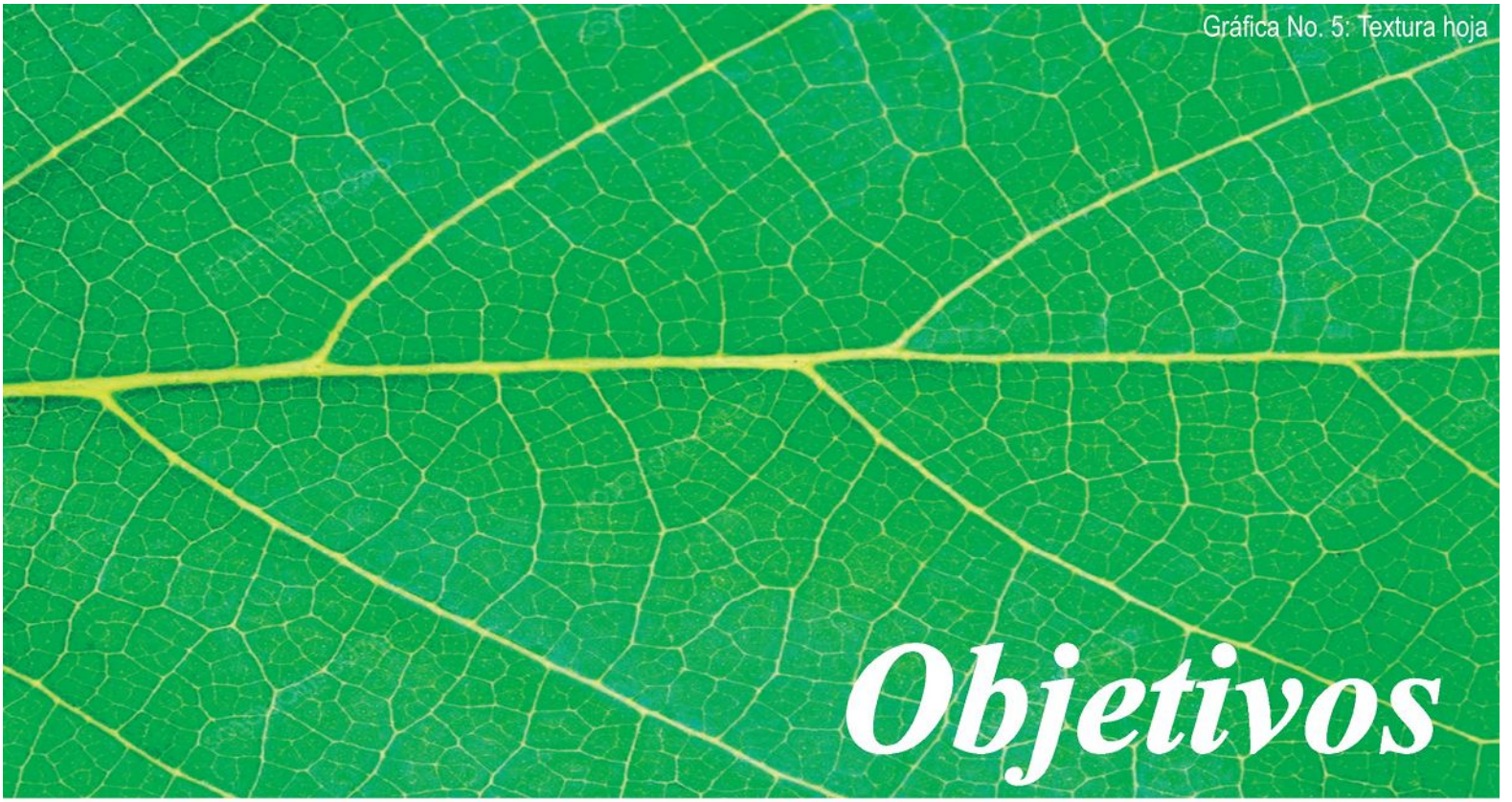
Gráfica No. 4: Textura ramas

Introducción

El presente documento, es el la recopilación, evidencia y almacenamiento de información de un proyecto de grado de la Universidad El Bosque, bajo la línea de industrias creativas y culturales basado en el diseño y la transformación social, del programa de diseño industrial.

El proyecto se desarrolla en el campo del turismo cultural, haciendo énfasis, en las tradiciones y patrimonio nacional colombiano, que son desconocidos, o poco aprovechados, para generar en ellos oportunidades.

El sector del turismo cultural en Colombia, es un sector en crecimiento, especialmente desde la aparición de la economía naranja y su aplicación; en el mayor de los casos el turismo va dirigido a visitar lugares reconocidos o históricos, por tradición, es decir que va dirigido a elementos patrimoniales tangibles. En las tradiciones, prácticas y rituales se encuentran los elementos patrimoniales intangibles (abundantes en la cultura colombiana), es allí donde nace éste proyecto, están allí las raíces de la cultura.



Gráfica No. 5: Textura hoja

Objetivos

GENERAL

Generar un servicio, apoyado en las nuevas tecnologías, que involucre las tradiciones de comunidades culturales nacionales, para brindar experiencias innovadoras y que generen en el usuario una apropiación por la tradiciones y elementos culturales; enriqueciendo la identidad nacional, y creando nuevas oportunidades a las comunidades.

ESPECÍFICOS

I. Desarrollar un proyecto piloto del servicio, que involucre procesos de cocreación con la comunidad, para poder definir una metodología replicable.

II. Generar un vínculo entre las comunidades y las oportunidades del turismo, educándolos en el uso de nuevas alternativas.

III. Crear una plataforma digital, de fácil uso, para que tanto usuarios como comunidades, puedan acceder a los servicios.

IV. Diseñar elementos, pertinentes a las tradiciones, que permitan al usuario replicar la experiencia en otros contextos.

Metodología

El proyecto se realizo bajo el proceso metodológico del Design thinking, siguiendo dicho proceso metodológico, se realizo un análisis de la comunidad, en el caso del plan piloto la comunidad Kurawaka, con los cuales se realizo un proceso de empatía y de investigación, generando vínculos y encontrado oportunidades dentro de la comunidad y su contexto. Se definieron problemáticas y oportunidades de intervención, un plan de desarrollo y estrategias de desarrollo. Para dar paso al proceso de diseño de soluciones óptimas y así mismo se realizan procesos de co-ocreación con la comunidad.

Gráfica No. 6: Metodología, design thinking

Gracias a la aplicación de esta metodología se lograron encontrar puntos convergentes, que se fueron desarrollando hasta poder llegar a soluciones optimas dentro de la creación y evolución de los servicios del proyecto, y todo su pleno funcionamiento.

Marco referencial

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Gráfica No. 7: Logo procolombia

ProColombia, es una organización, dedicada al turismo, enfocada también al turismo cultural colombiano, el cual ofrece planes a todo tipo de turistas, alrededor del mundo. Funciona a través de las nuevas tecnologías (TICs), y posee un estructurado plan de gestión.

Gráfica No. 8: Logo rent a fint

Rent a Finn, es un proyecto Finlandes, que pretende conectar a sus usuarios con la naturaleza, por medio de un sistema, en el cual, los ciudadanos comunes, abren las puertas de su casa a cualquier visitante que necesite un contacto con la naturaleza o un descanso de la rutina y la ciudad. También prestan servicios de guías en la naturaleza.

Gráfica No. 9: Carnaval disfrazate como quieras

Es un evento turístico que hace parte de los carnavales de Barranquilla. En el cual el turista se viste y usa elementos tradicionales de la cultura Barraquillera. Es relevante para el proyecto debido al uso de elementos culturales para la recreación de una tradición.

Marco teórico

PATRIMONIO

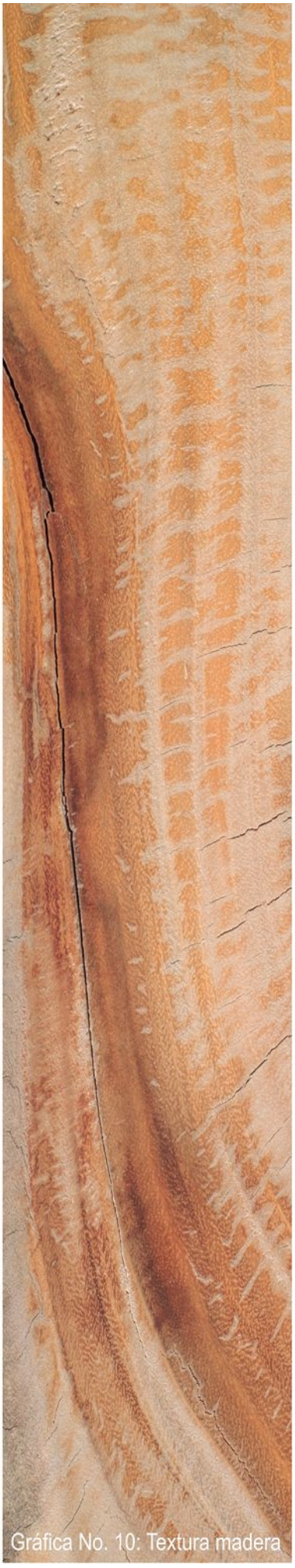
Encontramos dentro de las sociedades, elementos representativos, bienes que son heredados de la tradición, a estos los llamamos patrimonio. Existen los elementos de patrimonio tangible, como lo son los lugares, esculturas, elementos de tradición, y todos aquellos elementos de tradición que pertenecen a una cultura y que se pueden manipular. Y existen los elementos de patrimonio intangible, como lo son los rituales, las costumbres, los festivales, y todas aquellas tradiciones que pertenecen a una cultura. Estos elementos patrimoniales, dan cabida a grandes intervenciones dentro del campo de las industrias creativas y culturales, de allí que Raíz, se enfoca en elementos patrimoniales, tanto tangibles como intangibles.

IDENTIDAD CULTURAL

Es el conjunto de tradiciones, valores, símbolos y creencias, que adaptan los miembros de un grupo social, con respecto a su contexto y la forma en la que interactúa frente a él. Es lo que permite diferenciarse de otras culturas, dando así sentido de pertenencia de ella.

TURISMO CULTURAL

Es considerada la parte más humana del turismo, se experimenta allí nuevos conocimientos, sentimientos, se encuentra la raíz ancestral de la cultura, normalmente aquellas personas que consumen este tipo de turismo es por que conoce con anterioridad la cultura y sus tradiciones. Se tiene contacto directo con personas pertenecientes a una etnia y sus tradiciones, enriqueciendo así la cultura del turista.



Gráfica No. 10: Textura madera

TRADICIÓN

Una tradición es una costumbre o actividad que se transmite de generación en generación. El rescate de muchas de las tradiciones nacionales perdidas es vital para el proyecto.

INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

Segun la UNESCO las industrias culturales y creativas son: “Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”. Las industricas creativas y culturales, permiten la integración de la biodiversidad a la cultura, a un desarrollo económico, dentro del desarrollo de la industria, generando a su ves un alto impacto social. Se a la cultura como una fuente de riqueza, no solo monetaria, vale aclarar. El trabajar bajo este concepto, permite la producción propia, lo cual es una gran ventaja en el auto emprendimiento, y a la hora poder internzcionalizar la industria o poder vender una idea si es el caso, para sí poder lograr una integración del producto a mercados internacionales.

TIC

Las TIC, son las tecnologías de de información y comunicación, es un grupo de elementos tecnológicos, que desarrollan nuevos métodos de comunicación, con el fin de hacer mas accesible la información y tener una interacción muchos mas eficiente y rápida. El proyecto se desarrolla gracias al uso de estas nuevas tecnologías, por medio de plataformas digitales (pagina web), el manejo de redes sociales y de información digital.

Oportunidad de diseño

Gráfica No. 11: Inclusión cultural

La oportunidad de diseño de Raiz, surge del rescate y apropiación de las tradiciones y elementos culturales de comunidades nacionales, para el enriquecimiento de la identidad cultural de la nación.

Encontrando un lugar en el turismo cultural, para poder desarrollar y crear nuevas experiencias entorno a las actividades y tradiciones propias de comunidades, que quieran pertenecer al colectivo, y nutrir de conocimiento a las personas. La riqueza cultural de Colombia, hace que sea un proyecto bastante rico en elementos culturales, y en una amplia variedad de posibilidades en la realización de experiencias.

Por medio del uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, Raíz se da lugar entre plataformas y redes sociales, para poder funcionar y llegar a la mayor cantidad posible de usuarios, y así poder generar un impacto social, en el enriquecimiento de la identidad cultural.

Gráfica No. 11: Inclusión cultural

Justificación

Introducir nuevas costumbres y tradiciones a la sociedad, o bien, en el caso de raiz, rescatarlas, es de alto impácto social, político, económico, ambiental y social. El reconocimiento de las tradiciones, genera una apropiación cultural y crea una identidad nacional perdida, adaptando nuevos procesos y nuevas mentalidades.

Social- Comportamientos y nuevos espacios de interrelación.
Político- Intervención en apoyo a comunidades y libre expresión.
Económico- Producto económico, expériencias útiles y económicas.
Ambiental- Uso de materias primas naturales, orgánicas, poco impacto.
Cultural- Enriquecimiento de la identidad cultural, incremento cultural.

Dentro de las comunidades se genera tambien un impacto en su bienestar, pues es un servicio que les genera ahorro de tiempo, dinero y esfuerzo.

Investigación inicial

Gráfica No. 13: Textura arbol abierto

Se realizo una investigación inicial, analizando posibles comunidades para aplicar el proyecto, que tuvieran una riqueza cultural, y que estubieran dispuestos a compartir este conocimiento, para un bien mayor.

Se contemplaron multiples comunidades dentro de la ciudad de Bogotá, Sesquilé, Tabio, Tenjo y Chía; todas las comunidades con una amplia riqueza cultural y una identidad clara. El plan piloto del proyecto, se realizo con la comunidad Curawaka, ubicado en la ciudad de Tabio, donde se realizo la investigación pertinente, y el desarrollo del proyecto en general.

Fue tambien de vital importancia la investigación previa que se tuvo, con respecto al turismo cultural, y los sericios que se brindan desde esta área, pues se pudo concluir que los servcios, hasta el momento realizados eran siempre los mismos, y que se estaba desperdiciando mucho del valor cultural que ofrecen las comunidades nacionales.

Gráfica No. 14: Trabajo de campo, río.

Trabajo de campo

Instrumento de investigación cualitativa

I. Desarrollar un proyecto piloto del servicio, que involucre procesos de cocreación con la comunidad, para poder definir una metodología replicable y adaptable.

ENTREVISTA

II. Identificar elementos culturales y tradiciones, espacios y contextos pertinentes al desarrollo de la experiencia, para definir elementos del proyecto.

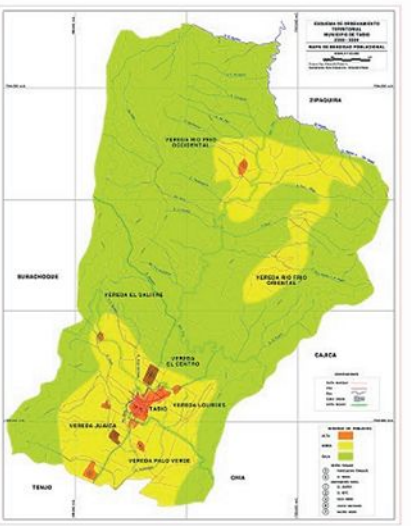
OBSERVACIÓN

III. Diseñar elementos, pertinentes a las tradiciones, para producir herramientas que permitan al usuario un acceso a los elementos culturales en otros contextos.

DOCUMENTACIÓN

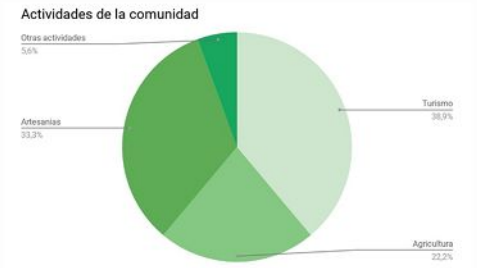
Comunidad: Curawaka
Ubicación: Tábio

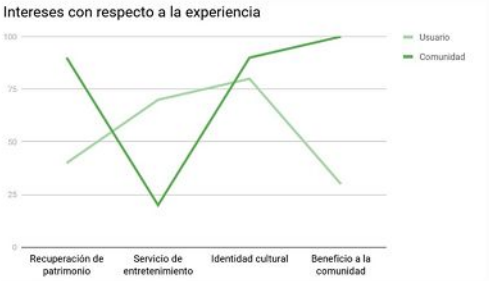
Gráfica No. 15: Mapa de Tabio

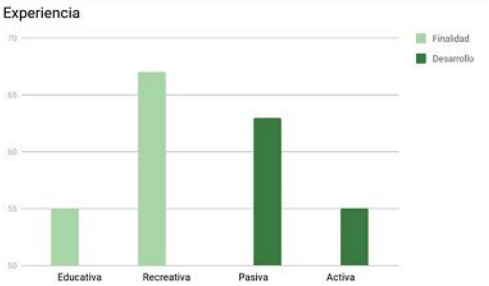


Entrevista

El pensamiento y cosmovisión de la comunidad, analizado en la entrevista, permite reconocer ciertos elementos culturales importantes en el desarrollo del proyecto:







Objetivos de la entrevista

I. Identificar los interés de los usuario respectos a las tradiciones culturales.
II. Determinar elementos culturales vitales para el desarrollo de las tradiciones.
III. Identificar las motivaciones de las comunidades y de los usuarios, frente a la trascendencia de los elementos culturales.
IV. Recopilar información con respecto a los estimulo y motivaciones que presentan los usuarios frente a la experiencia.

Observación

Gráfica No. 22: Fotografía de observación

Resguardo Curawaka
Tabio, Cundinamarca.

Aspectos a analizar	ALTO	MEDIO	BAJO
La experiencia cuenta con los elementos permitenentes y necesarios para su total realización.			
El usuario reconoce el contexto y sabe como interactuar con el			
La relación e interacción de la comunidad y el usuario es buena.			
El usuario va preparado para el desarrollo de la experiencia.			
La actitud del usuario frente a la experiencia y el contexto es positiva.			
Los elementos presentes en el contexto corresponden a la cultura y a la comunidad.			
Los actores (usuarios, comunidad), hacen uso de elementos de comunicación o tecnológicos.			

REGISTRO DE OBSERVACIÓN

Gráfica No. 22: Fotografía de observación
Gráfica No. 23: Fotografía Trabajo de campo 1
Gráfica No. 24: Fotografía Trabajo de campo 2
Gráfica No. 25: Fotografía Trabajo de campo 3
Gráfica No. 26: Fotografía Trabajo de campo 4
Gráfica No. 27: Fotografía Trabajo de campo 5
Gráfica No. 28: Fotografía Trabajo de campo 6
Gráfica No. 29: Textura arbol
Gráfica No. 30: Invlusión tecnológica
Gráfica No. 31: Detalle casa de Vapor
Gráfica No. 32: Abstracción maloka
Gráfica No. 33: Textura hoja lineal
Gráfica No. 34: Artesania

Gráfica No. 35: Fotografía Trabajo de campo 7

Gráfica No. 36: Fotografía Trabajo de campo 8

Gráfica No. 37: Fotografía Trabajo de campo 9

Gráfica No. 38: Fotografía Trabajo de campo 10

Gráfica No. 39: Fotografía Trabajo de campo 11

Gráfica No. 40: Fotografía Trabajo de campo 12

Gráfica No. 41: Fotografía Trabajo de campo 13

Gráfica No. 42: Fotografía Trabajo de campo 14

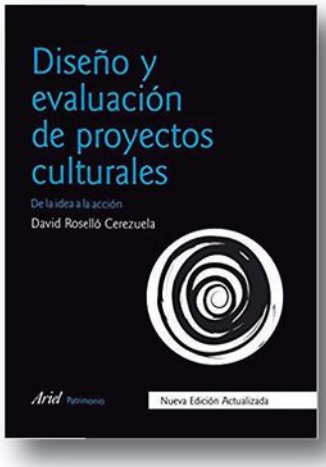
Gráfica No. 43: Hojas secas

Gráfica No. 44: Sobre el concepto de la cultura

Sobre el concepto de la cultura, Jose Ron, 1977.

De sobre el concepto de la cultura se tomó, el concepto de trabajo con las comunidades como un pilar fundamental dentro del trabajo, y abstracción cultural de los conceptos. Tambien el uso de herramientas metodológicas como la entrevista y la ponderación de datos, para encontrar resultados culturales.

Gráfica No. 45: Diseño y evaluación de proyectos



Diseño y evaluación de proyectos culturales: De la idea a la acción, David Roselló, 2007.

El método de evaluación de proyectos culturales, fue una guía fundamental, para evaluar los criterios de desarrollo y evolución del colectivo Raíz.

Gráfica No. 46: Propuesta metodológica

Propuesta metodológica para el desarrollo de productos, Cecilia Ramirez León, 2011.

Criterios como el design thinking, fueron cruciales para la elaboración de los productos en co-creación con las comunidades del colectivo.

Los documentos analizados tienen el fin de definir la metodologia proyectual, del colectivo, analizando los elementos culturales de las comunidades. Y como aplicarlo a posibles productos.

Gráfica No. 47: Fotografía Trabajo de campo 5

Contexto real de aplicación

Raiz está limitado al trabajo con cualquier típo de comunidad cultural nacional, que conserve sus tradiciones ancestrales y esté dispuesta a compartirlas mediante un servicio turístico, por ende se desarrolla dentro de múltiples contextos, siempre y cuando la comunidad este de acuerdo con disponer de éstos. El plan piloto del proyecto se realizará con la comunidad Curawaka, ubicada en Tabio, Cundinamarca.

Al funcionar como un colectivo, Raíz, cuenta con una amplia variedad de contextos de aplicación, puesto que todas las comunidades culturales se ubican en contextos diferentes, sin embargo se desarrolla dentro de un contexto nacional, que une a la cultura colombiana.

Grafica No. 48. Textura arbol seco

Conclusiones

Es necesario incentivar en los usuarios la importancia de la recuperación del patrimonio cultural y el enriquecimiento de la identidad cultural nacional.

Resaltar la importancia en el usuario del beneficio a la comunidad.

Explotación de recursos tecnológicos para el reconocimiento de contexto, previo a la experiencia.

La conceptualización de los elementos culturales debe ser simbólica y de caracter abstracto.

El uso y aplicación de elementos propios de la comunidad, para el desarrollo de la experiencia, es de vital importancia, en la implementación de nuevos servicios de turismo cultural.

Perfil de usuarios

Comunidades

Gráfica No. 49: Comunidad afro

Comunidades culturales, que participan en la co-creación del proyecto, estan dispuestos a compartir sus tradiciones ancestrales a travez de una experiencia cultural, para así mejorar tambien su calidad de vida, por medio de ingresos.

Son comunidades con una amplia riquesa cultural, interesada en desarrollar, con ésta oportunidades dentro de su contexto, para así dar a conocer sus tradiciones y sus elementos patrimoniales.

Turista

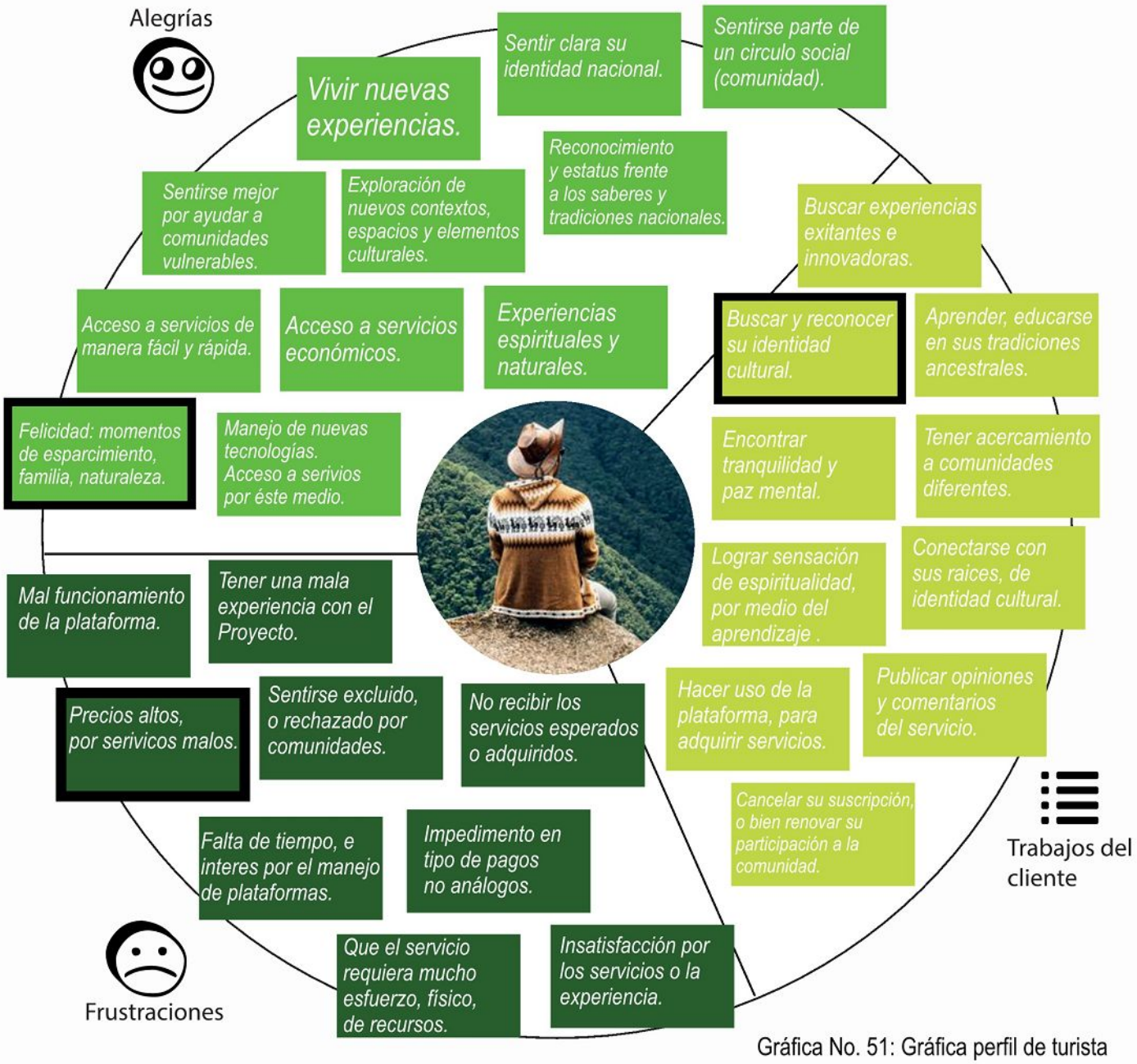
Gráfica No. 50: Turísta

Es una persona que disfruta de nuevas experiencias, quiere acceder a un servicio de turismo cultural, y su objetivo, es enriquecer su identidad cultural nacional

El consumo de cultura, en general, caracteriza a éste tipo de turista, al igual que todos sus ideales, son respecto al enriquecimiento cultural.

Turista

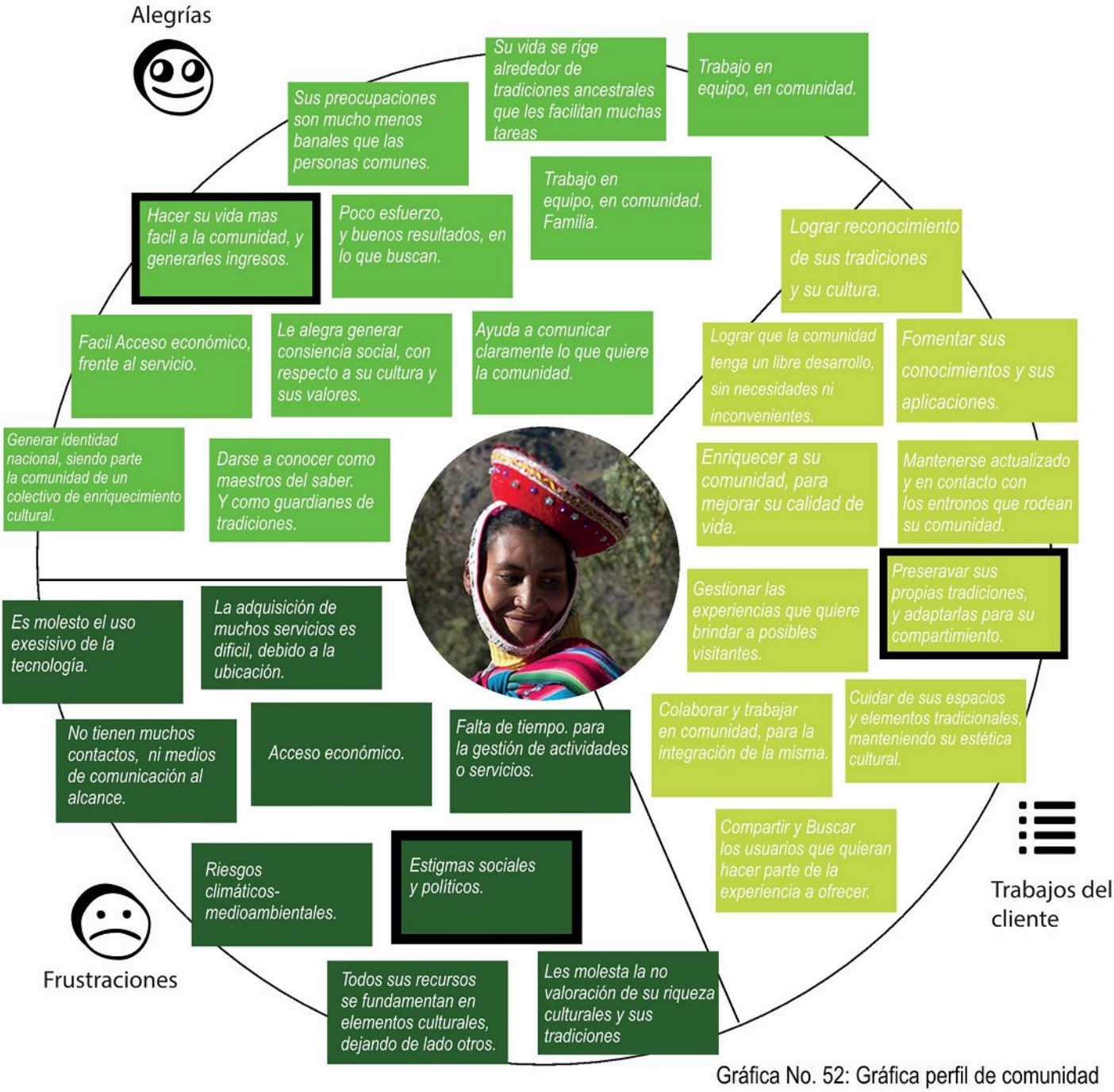
En el siguiente mapa de perfiíl de usuario, se puede identificar las alegrías, frustraciones y los trabajos a realizar por el usuario. Identificando así, que la mayor alegria es vivir momentos de esparcimiento, familiar y relación con la naturaleza. Su mayor frustración son los precios altos, por servicios malos. Su trabajo fundamental es buscar y reconocer su identidad cultural.



Gráfica No. 51: Gráfica perfil de turista

Comunidades

En el siguiente mapa de perfiíl de usuario, se puede identificar las alegrías, frustraciones y los trabajos a realizar por el usuario. Identificando así, que la mayor alegria es hacer su vida más facil y generar ingresos por medio de la cultura. Su mayor frustración son los estigmas sociales y políticos. Su trabajo fundamental es preservar sus propias tradiciones y compartirlas.



Gráfica No. 52: Gráfica perfil de comunidad

Grafica No. 48: Textura arbol seco

Conclusiones

Los dos tipos de perfíl de usuario, que componen el proyecto, buscan cosas diferentes y se ubican dentro de contextos diferentes, sin embargo encuentran en el patrimonio cultural, una convergencia, dentro de la experiencia que puede brindar un servicio de turismo cultural.

Al pertenecer a contextos diferentes, los usuarios, presentan una dispariedad en sus alegrias, sus frustraciones y sus trabajos a realizar.

La identidad cultural y su evolución, es uno de los pilares fundamental dentro de los trabajos a realizar por parte de ambos usuarios.

Las alegrías de los usuarios estan encaminadas, a mejorar su calidad de vida, lo cual se ve representado en el ahorro de dinero, tiempo y esfuerzo.

Mapa de Valor

Comunidades

Gráfica No. 49: Comunidad afro

Comunidades culturales, que participan en la co-creación del proyecto, estan dispuestos a compartir sus tradiciones ancestrales a travez de una experiencia cultural, para así mejorar tambien su calidad de vida, por medio de ingresos.

Son comunidades con una amplia riquesa cultural, interesada en desarrollar, con ésta oportunidades dentro de su contexto, para así dar a conocer sus tradiciones y sus elementos patrimoniales.

Turista

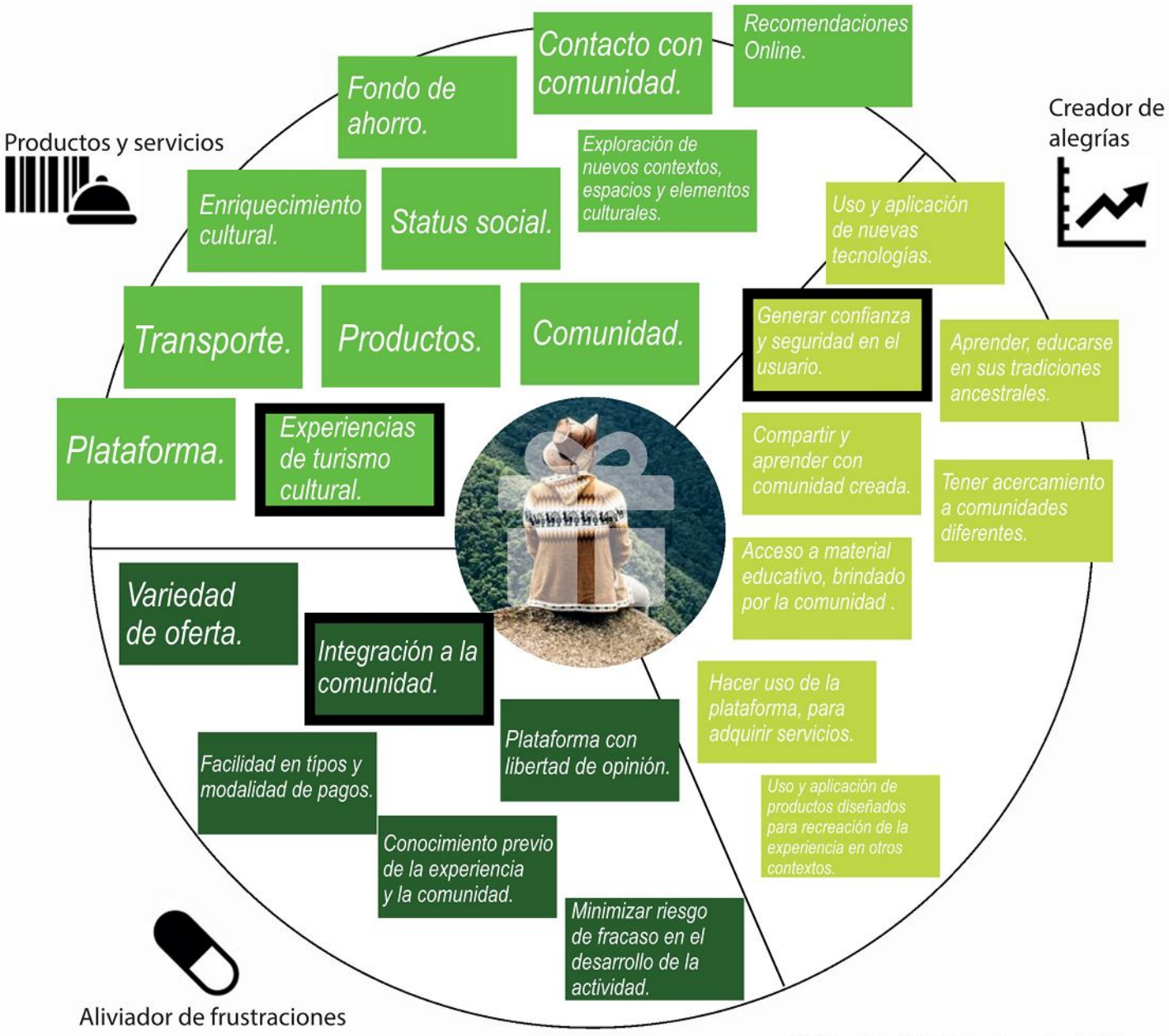
Gráfica No. 50: Turísta

Es una persona que disfruta de nuevas experiencias, quiere acceder a un servicio de turismo cultural, y su objetivo, es enriquecer su identidad cultural nacional

El consumo de cultura, en general, caracteriza a éste tipo de turista, al igual que todos sus ideales, son respecto al enriquecimiento cultural.

Turista

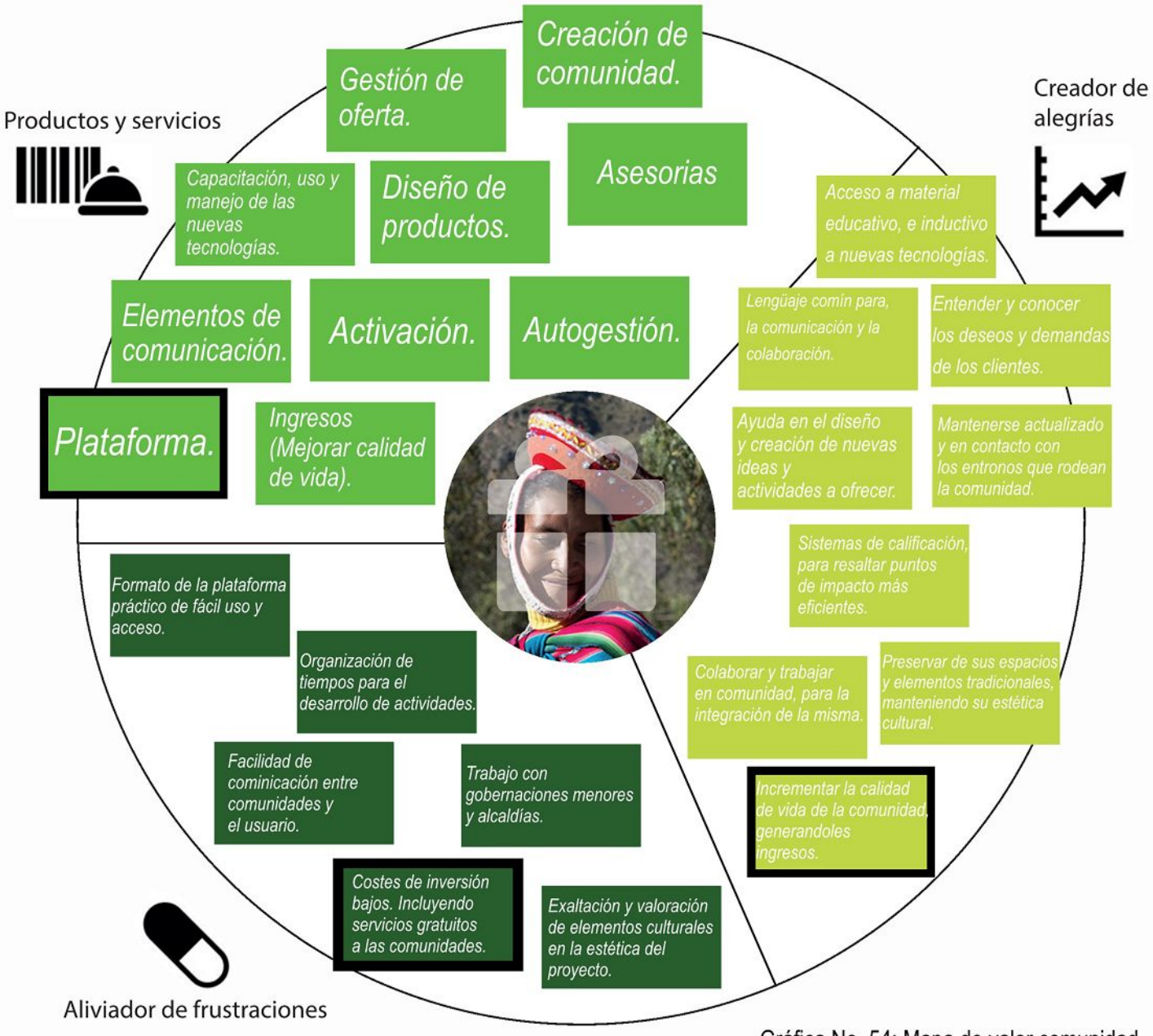
En el siguiente mapa de valor, se puede identificar los aliviadores de frustraciones, creadores de alegrias y los posibles productos y servicios. Identificando así, que el mayor creador de alegrias es generar confianza y seguridad en el usuario. Su mayor aliviador de frustraciones es la integración a la comunidad. Sus productos y servicios son las experiencias de turismo cultural a las que puede acceder.



Gráfica No. 53: Mapa de valor turísta

Comunidades

En el siguiente mapa de valor, se puede identificar los aliviadores de frustraciones, creadores de alegrias y los posibles productos y servicios. Identificando así, que el mayor creador de alegrias incrementar la calidad de vida de la comunidad, generandoles ingresos. Su mayor aliviador de frustraciones son los costes de inversión bajos, incluyendo servicios gratuitos de las comunidades. Sus productos y servicios son principalmente la plataforma de raíz



Gráfica No. 54: Mapa de valor comunidad

Grafica No. 48. Textura arbol seco

Conclusiones

Es necesario incentivar en los usuarios la importancia de la recuperación del patrimonio cultural y el enriquecimiento de la identidad cultural nacional.

Resaltar la importancia en el usuario del beneficio a la comunidad.

Explotación de recursos tecnológicos para el reconocimiento de contexto, previo a la experiencia.

La conceptualización de los elementos culturales debe ser simbólica y de caracter abstracto.

El uso y aplicación de elementos propios de la comunidad, para el desarrollo de la experiencia, es de vital importancia, en la implementación de nuevos servicios de turismo cultural.

Concepto de proyecto

Somos un colectivo de tradiciones culturales Colombianas. Rescatamos los valores culturales de nuestras comunidades, para poder brindarles oportunidades, en la generación de servicios de turismo cultural, destinado a vivir nuevas experiencias, dentro del patrimonio cultural nacional.

Gráfica No. 55: Gráfica concepto de proyecto

raiz

Es un colectivo de tradiciones, que mediante la gestión de diseño busca ayudar a las comunidades que quieran compartir su patrimonio cultural nacional, a brindar una experiencia de turismo cultural; con el fin de enriquecer la identidad cultural de los usuarios

Plan piloto

Comunidad Curawaka

Casa de Vapor
- Pre-experiencia
- Transporte
- Registro
- Inducción
- Casa de vapor
- Almuerzo
- Despedida
- Regreso
- Atesoramiento

Yurtas
- Pre-experiencia
- Transporte
- Registro
- Inducción
- Construcción Yurta
- Almuerzo
- Despedida
- Regreso
- Atesoramiento

Medicina
- Pre-experiencia
- Transporte
- Registro
- Inducción
- Elaboración medicinas
- Almuerzo
- Despedida
- Regreso
- Atesoramiento

Programa

INVESTIGACIÓN
- Antropólogos
- Diseñadores

OFERTA, PRODUCTOS Y SERVICIOS

Asesoría
- Análisis de identidad cultural
- Oportunidad de ofertas
- OFERTA

Comunicación
- Marketing digital
  - Facebook
  - Twitter
  - Instagram
- Crear comunidad
  - Activación
  - Actividades gratuitas

Plataforma
- Comunidades
  - Gestión de Oferta
  - Reservas
  - Acompañamiento en actividades
  - Crear comunidad
  - Autogestión
- Usuarios
  - Análisis de oferta
  - Selección de oferta
  - Compra
  - Experiencia cultural
  - Comunidad

Productos
- Análisis de contexto y experiencia
- Diseño de producto

Gráfica No. 56: Chiva

Factibilidad

El proyecto siempre tendrá factibilidad, frente a la falta de conocmiento de tradiciones y sus beneficios.

Gráfica No. 57: Gráfico de factibilidad

SERVICIO

Servicio, colectivo de tradiciones que permite el enriquecimiento cultural y el acercamiento a experiencias.

USUARIO

El usuario de raíz, es un usuario interesado en la cultura y la preservación de patrimonio y valores culturales.

ENTORNO DE USO

Al ser un proyecto de múltiples experiencias, raíz se desarrolla en varios contextos según sea pertinente a la comunidad que brinda el servicio.

NECESIDAD DE MERCADO

(Industrias creativas y culturales)

El proyecto se desarrolla dentro del campo de las industrias creativas y culturales, basando así su metodología en elementos culturales y sociales, el proyecto responde a la necesidad dentro del turismo cultural, para preservar las tradiciones nacionales, por medio de experiencias accesibles a todo público.

Gráfica No. 58: Textura bosque

Límites y alcances

Raíz, contempla elementos culturales, y trabajo con comunidades Nacionales unicamente.

El proyecto no se responsabiliza de posibles accidente ocurridos durante el desarrollo de la experiencia.

El proyecto no contempla demandas a las comunidades involucradas.

El proyecto no responde aposibles daños al espacio de la comunidad, por parte de los usuarios de la experiencia, la comunidad tendra que velar por la protección de su espacio.

El proyecto no puede pasar por encima de las decisiones de los lideres de la comunidad, en los espacios que le pertenecen.

El proyecto no se compromete con la comunidad, con la reacción de los usuarios frente a la experiencia.

Raíz, cuenta con aliados en cada una de las áreas de la experiencia a desarrollar.

Raíz, implementa elementos de comunicación al desarrollo de la experiencia.

Involucrar a las comunidades al proyecto, por medio de plataformas digitales.

Apropiación de elementos culturales, a distintos contextos.

Generar un acercamiento entre las comunidades, y los usuarios del proyecto Raíz.

Brindar un experiencia que involucre tradiciones y elementos culturales de comunidades.

Implementación y desarrollo del proyecto a todo tipo de comunidades nacionales.

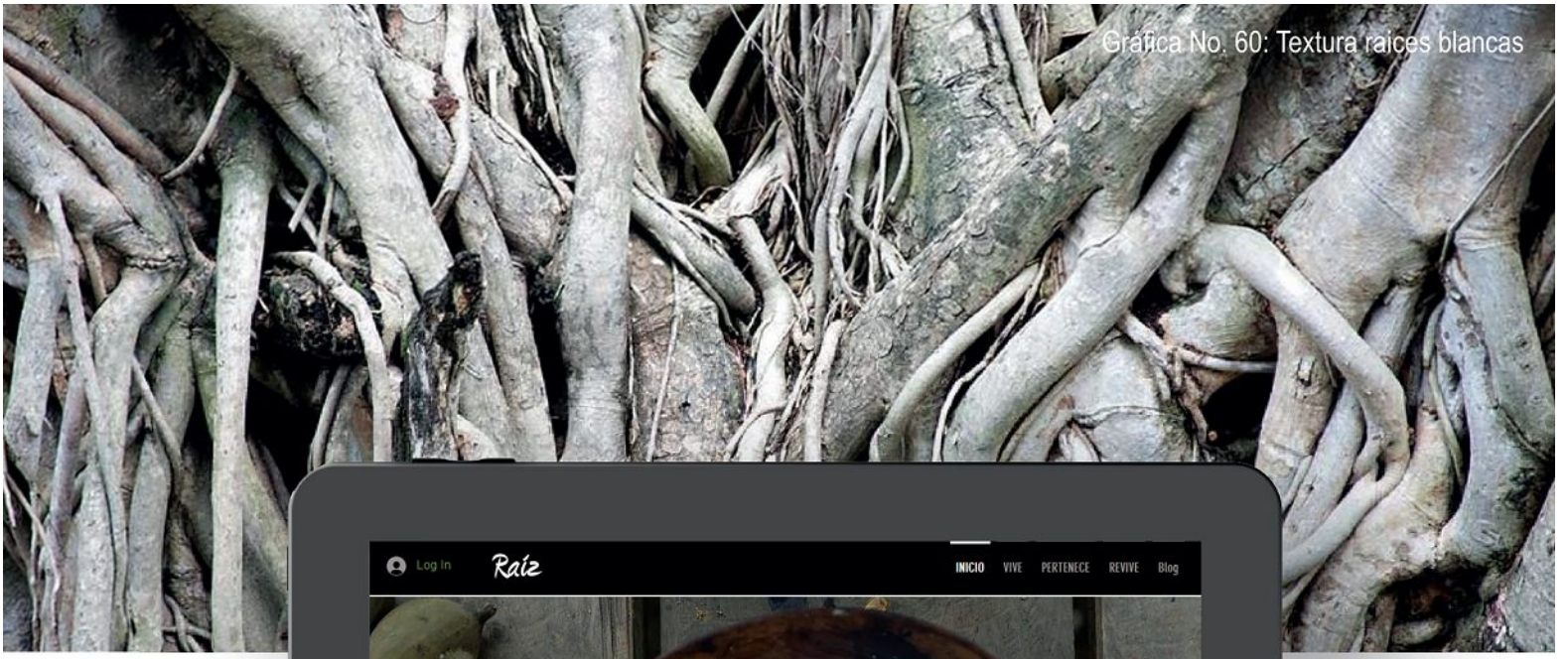
Inmersión de la mayor cantidad de comunidades al proyecto.

Gráfica No. 59: Ritual indígena

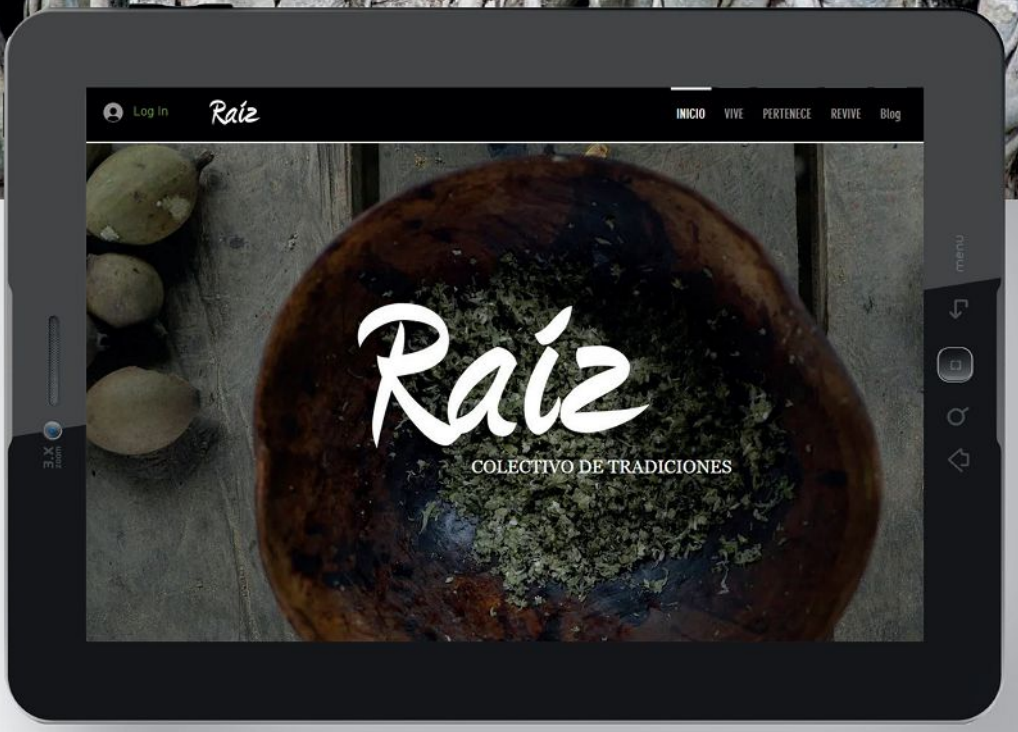
Impacto social

La oportunidad de diseño de Raíz, surge del rescate y apropiación de las tradiciones y elementos culturales de comunidades nacionales, para el enriquecimiento de la identidad cultural de la nación.

Por ende, raíz tiene un impacto social alto, puesto a que trabaja directamente con todo tipo de comunidades nacionales, que se desenvuelven dentro de un contexto social específico, con sus costumbres y elementos patrimoniales claros y representativos. Es allí donde Raíz, encuentra una oportunidad que genera un fuerte impacto social, en la difusión, reconocimiento y rescate de valores culturales pertenecientes a comunidades practicantes y presentes en nuestra sociedad colombiana.



Gráfica No. 60: Textura raices blancas



Gráfica No. 61: Plataforma digital 1

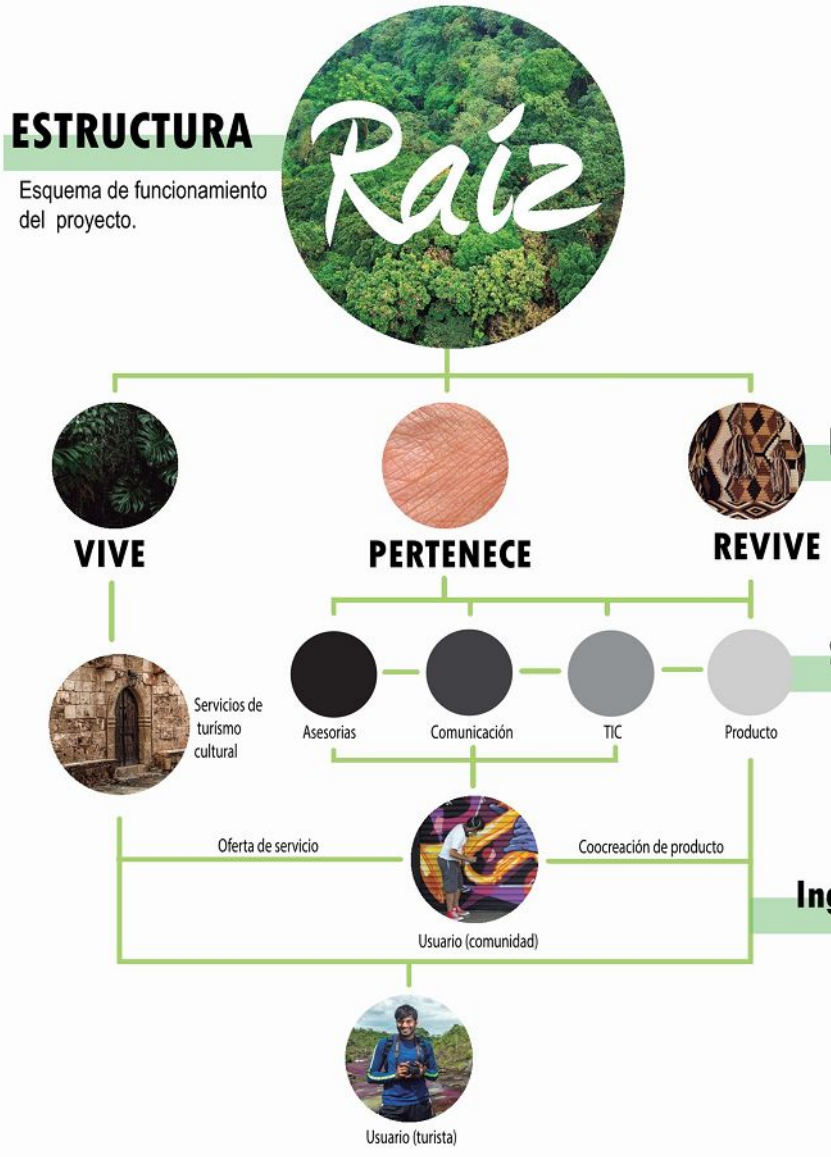
Concepto de producto

El producto maneja el concepto de un colectivo, es decir que se desarrolla como un servicio, que se manifiesta de diferentes maneras, experiencialemente, y por medio de una plataforma digital, apoyada de las nuevas tecnologías y medios de comuniación.
Ésto con el fin de poder brindar una herramienta de fácil uso, acceso y difusión, accesible a la mayor cantidad de usuarios, y de la manera más práctica posible.

https://jdrola95.wixsite.com/raiz

Gráfica No. 60: Textura raices blancas

Gráfica No. 62: Gráfica de estructura conceptual



Gráfica No. 61: Plataforma digital 1

Desarrollo

El desarrollo del proyecto se da por medio de una plataforma digital (página web), que se compone, de tres componentes principales, cada uno con servicios y propósitos diferentes.

Servicios

En torno a la plataforma, se encuentran múltiples servicios, pensados para los distintos usuario que puedan acceder a ellos, éstos se encuentran divididos, según las categorías del desarrollo de la página web.

Ingresos de capital

Los ingresos de capital del proyecto, se realizan por medio de la plataforma, consta de un sistema de pago en linea (PayPal), y es atribuido a los dos usuarios que hacen parte del proyecto, las comunidades y los turistas.

Desarrollo de Producto

Raíz se desarrolla gracias a una herramienta de plataforma digital (página web), y a todo su funcionamiento dentro de las nuevas tecnologías de información y comunicación, que gracias a su sistema de uso, ha permitido a raíz, llegar a un alto numero de usuarios, y generar en ellos un interes por el enriquecimiento de la identidad cultural nacional. Y de la importancia del patrimonio cultural, dento de sus actividades y experiencias cotidianas.

ATRIBUTOS
(práctico, comunicativo, estético)

P

El proyecto se desarrolla y se apoya del uso de nuevas tecnologías, para su uso y difusión, como también de contextos pertenecientes a la comunidad para el desarrollo de la experiencia.

C

Elementos visuales y gráficos con lenguaje de fácil entendimiento y uso, basándose principalmente en elementos culturales. Se quiere comunicar seguridad y variedad.

E

Uso de elementos culturales tradicionales, propios de las comunidades, lenguaje visual basado en la estética de las texturas de la naturaleza.

INICIO VIVE PERTENECE REVIVE Blog

Gráfica No. 61: Plataforma digital 1

Gráfica No. 63: Plataforma digital 2

Gráfica No. 64: Plataforma digital 3

VIVE

Vive es un espacio, en el cual el usuario podrá tener acceso a todo tipo de experiencias culturales, ya que reúne, multiples experiencias presentes en los últimos meses. Estos servicios o experiencias brindadas por comunidades nacionales, se dividen en siete (7) categorías: descanso, bienestar, festivales, aventura, gastronomía, música y arte; todas estas categorías, pensadas en las específicas demandas del usuario en cuestión.

PERTENECE

Pertenece es un espacio pensado para las comunidades que pertenecen o quieren pertenecer al colectivo, es un espacio donde pues compartir su experiencia dentro del colectivo, sus beneficios, gracias al proyecto, y perfilarse dentro de la plataforma, por medio del manejo del contenido. También esta pensado como un sistema de registro, en donde nuevas comunidades pueden hacer parte del colectivo y acceder a todos sus servicios.

REVIVE

Revive, es una tienda online, pensada en la oferta de productos y servicios, (realizados por la comunidad), que permitan al usuario revivir la experiencia que previamente realizo.
En este espacio se pueden encontrar múltiples variedad de productos, que pueden ser realizados por la comunidad o en un trabajo de co-creación con el colectivo.
Cuenta con un método de pago electrónico, mediante el sistema de PayPal.

Gráfica No. 65: Plataforma digital 4

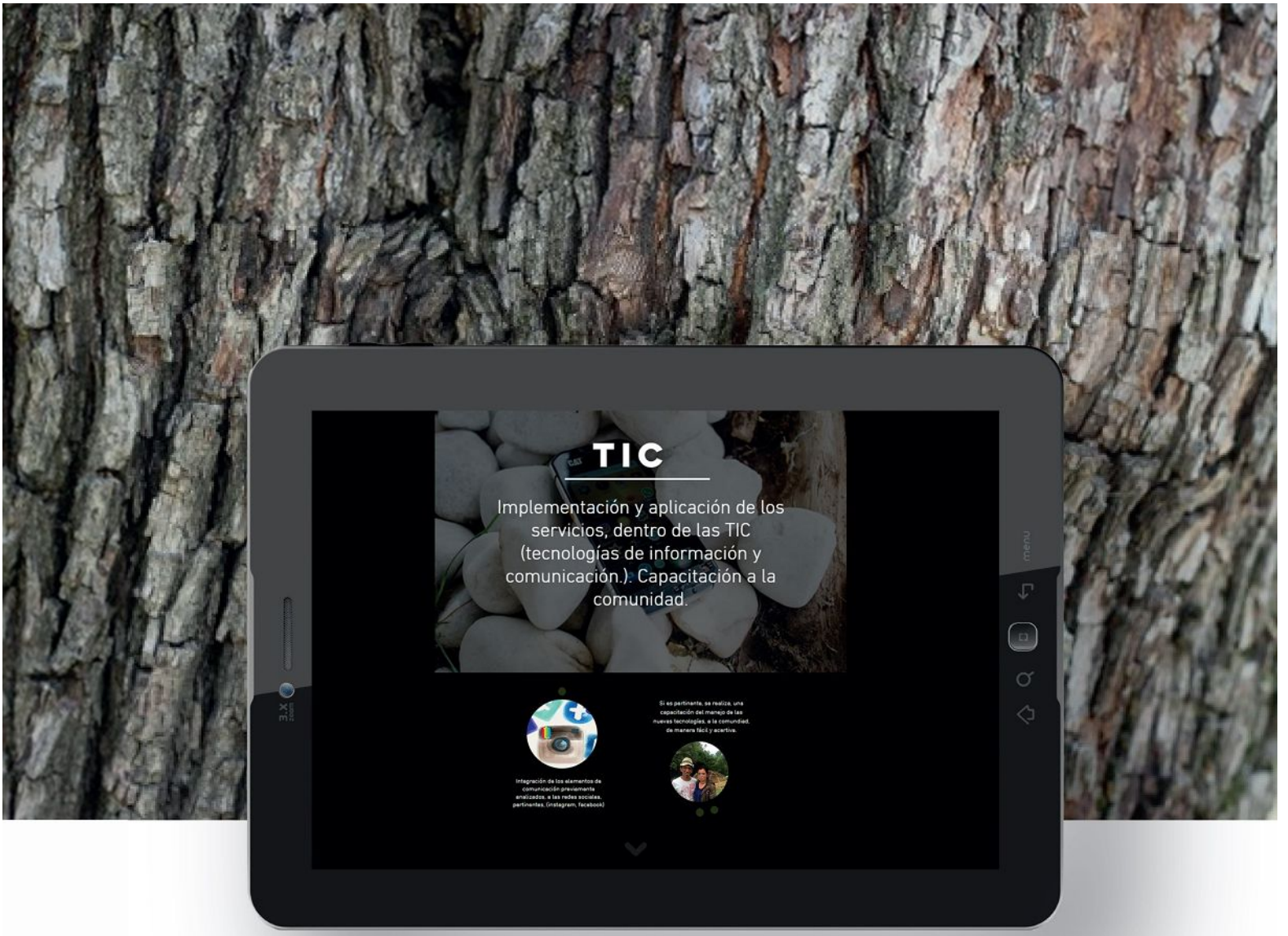
La asesorías son un servicio prestado por el colectivo, que permite a las comunidades tener una guía dentro de la creación de servicios y experiencias, o ben su mejor aprovechamiento dentro del contexto, generándoles viabilidad y posibles soluciones eficientes.

Se realiza por medio de un trabajo de co-creación con la comunidad, mediante la apropiación de elementos estéticos, comunicativos y prácticos, previamente analizados e identificados, para poder implementarlos en el desarrollo de nuevas oportunidades.

Gráfica No. 66: Plataforma digital 5

El servicio de comunicación, ofrece el desarrollo de conceptos y métodos comunicativos, desde los elementos culturales de la comunidad, para generar a ella una estética y un lenguaje visual claro, para su desarrollo dentro de los distintos medios de comunicación que se puedan utilizar para su difusión. Se da gracias a la implementación de patrones, colores, texturas y conceptos a elementos de comunicación, e implementar así la estrategia de comunicación correspondiente.

El análisis previo de los elementos culturales y del contexto son esenciales para el desarrollo de propuestas comunicativas exitosas.

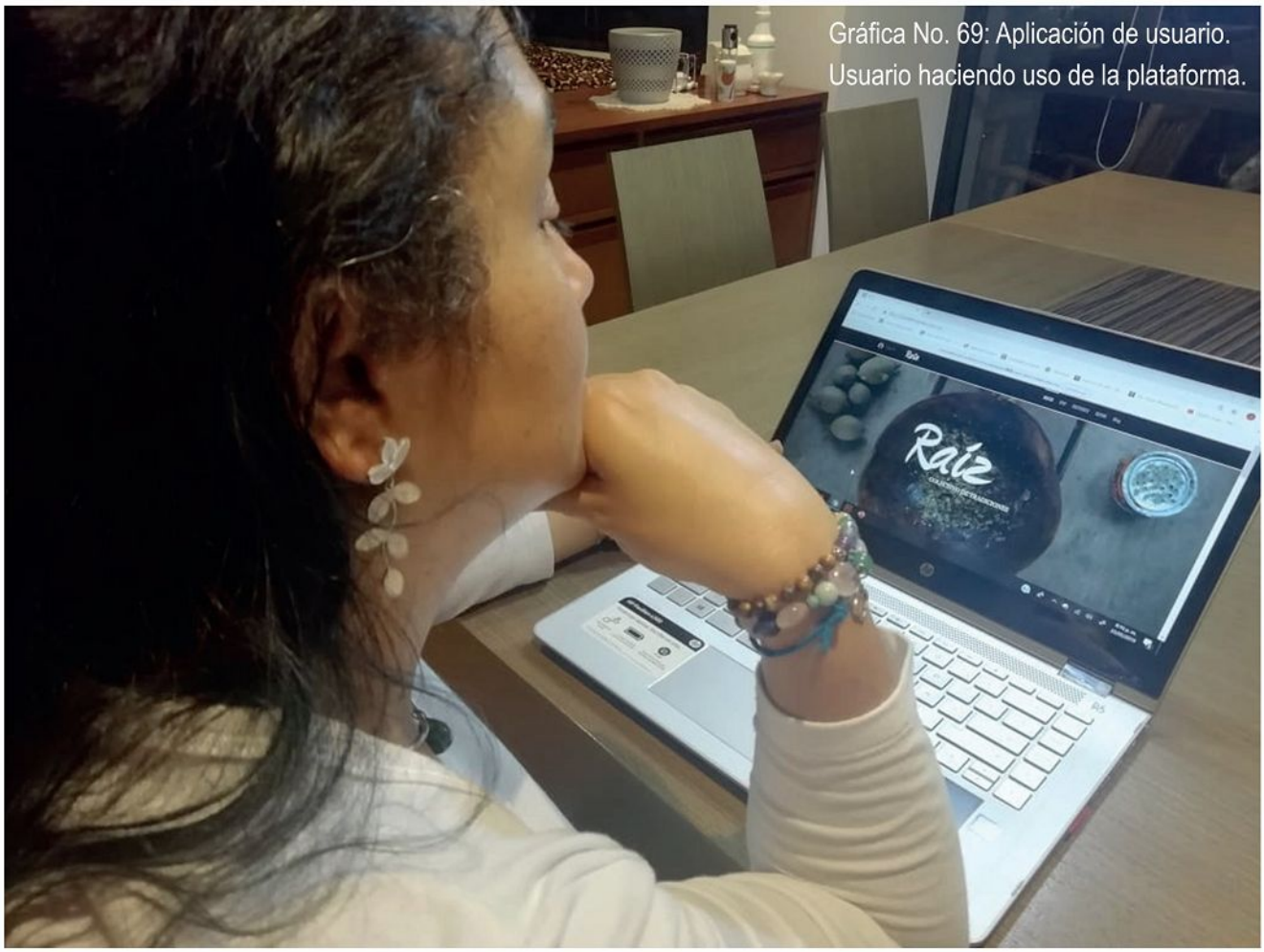


Gráfica No. 67: Plataforma digital 6

La implementación y aplicación de los servicios, dentro de las TIC (tecnologías de información y comunicación), es un servicios fundamental y de gran ayuda para las comunidades, pues en muchas oportunidades, no tienen el conocimiento suficiente del manejo de estas nuevas plataformas y nuevas tecnologías, por lo que se oferta, por medio de unas capacitaciones a las comunidades, y una interfaz sencilla; una integración de la comunidad alas nuevas plataformas de comunicación y a las redes sociales, pertinentes, (Instagram, Facebook, etc).

Gráfica No. 68: Plataforma digital 7

El serivico de diseño y desarrollo de producto, permite la recreación de la experiencia en otros contextos. Se desarrolla gracias a el nálisis de factores estéticos dentro de los elementos propios de la comunidad, involucrando el uso de nuevos elementos estéticos en co-creación con la comunidad y al análisis de los diferentes elementos comunicativos, prácticos y estéticos que puedan surgir en el desarrollo de la actividad; para así llegar a la definición final de producto. Para beneficio de la comunidad, se venderán a través de la plataforma virtual, y en el lugar de la experiencia.



Gráfica No. 69: Aplicación de usuario.
Usuario haciendo uso de la plataforma.

Gráfica No. 70: Aplicación de usuario.
Usuarios haciendo uso de la plataforma

Impacto Ambiental

El impacto ambiental de Raíz, es un impacto positivo, dentro de los procesos de producción y sus repercuiones a corto y largo plazo; es decir, los servicios que brinda el colectivo, se realizan por medio de las TICS, lo que reduce la contaminación de acceder y promover los elementos mediáticos contaminantes e innecesarios, para la divulgación de la información.

Cada uno de los servicios aquí brindados esta pensado en pro, de las comunidades y de su contexto, por ende siempre se va a ver reflejado un cuidado y mantenimiento de los espacios o contextos de aplicación donde se realizan las experiencias de turismo cultural.

Raíz, esta pensado conceptualmente, en una relación muy cercana con la naturaleza mostrando que todas las alternativas que los saberes de las comunidades, afectan de manera positiva. El uso de nuevos materiales sostenibles en los productos(que es una tendencia de las culturas nacionales), y el contacto con nuevos contextos naturales, promueven la sostenibilidad y la disminución de impacto ambiental negativo.

Modelo de negocios

La viabilidad productiva y comercial del proyecto se basa en un estilo de empresa B2B, es decir que es un proyecto que genera otros negocios, para las comunidades, como lo son ofertas de experiencias, objetos, saberes, etc. Esta planteado desde la perspectiva de un modelo canvas.

B2B Business to business

Gráfica No. 71: Modelo de negocio

SOCIOS CLAVE

- Líderes de Comunidades culturales
- Empresa de servicio de transporte nacional. (TEC)
- Entidades de turismo nacional. (TripColombia)
- Alcaldias
- Fondos inversionistas.
- Camara y Comercio.
- MINCIT.
- Cartel Urbano.
- Semana Rural.

ACTIVIDADES CLAVE

- Educar al usuario (comunidades) en el uso de herramientas tecnológicas.
- Activaciones, para generar comunidad.
- Integración de las comunidades.
- Desarrollo de plataforma.
- Desarrollo de talleres de co-creación, para la implementación de nuevos sericios turísticos culturales.

RECURSOS CLAVE

- Plataforma digital.
- Comunidad (experiencia)
- Elementos Culturales (patrimonio)
- Licencia de Franquicia
- Metodología

VALOR AÑADIDO

- Desarrollo de servicios turísticos, por medio de la co-creación con comunidades nacionales, para su beneficio, en reducción de costos, esfuerzos y tiempos.
- Facilitar las relaciones y comunicación entre las comunidades y los usuarios de la experiencia.
- Recopilación de experiencias clandestinas, tradicionales.
- Potencializador del desarrollo de actividades y experiencias innovadoras

RELACIÓN CON USUARIO

- Coocreación.
- Suscripción.
- Generar confianza y fidelidad.
- Captar nuevos clientes.
- Productos gratuitos.

CANALES

(Tradición oral, Editoriales)

- Publicidad digital.
- Página Web.
- Redes sociales.
- Procesos de activación.

USUARIOS

- Comunidades que quieran compartir y dar a conocer sus tradiciones y elementos culturales
- Personas interesadas en tener experiencias culturales, y en aprender de las tradiciones que le ofrecen las comunidades nacionales (turistas).
- Posibles patrocinadores del proyecto.
- Gobernaciones menores Alcaldias.

COSTES

- Inversión incial.
- Alquiler de servicios complementarios, y pagos a aliados y asociados.
- Salarios del personal.
- Pagos legales y jurídicos.
- Impuestos.
- Derechos y permisos virtuales.

INGRESOS

- Porcentaje de Ganancia
- Publicidad y Redes.
- Venta de servicio a la comunidad.
- Venta de servicios turísticos.
- Ventade producto físico (tienda online).

CUADRO DE INVERSIÓN

Gráfica No. 72: Cuadrro de inversión

Tipo de Inversión		Valor	Total Inversión	DEPRECIACION DE ACTIVOS		
Activos Fijos	Maquinaria y Equipo	$ -	$ -	10%	$ 0	$ 0
	Muebles y enseres	$ -	$ -	10%	$ 0	$ 0
	Equipos en Tecnología	$ 4.500.000	$ 4.500.000	33,30%	$ 1.485.000	$ 123.750
	Vehículos	$ -	$ -	20%	$ 0	$ 0
	Edificios- Construcciones- Web (dominio)	$ 1.500.000	$ 1.500.000	5%	$ 75.000	$ 6.250
			$ 6.000.000	**TOTAL**	**$ 1.560.000**	**$ 130.000**
Capital de Trabajo Inicial	Materias Primas	$ -	$ -			
	Producto Terminado	$ -	$ -			
	Costos y Gastos (tomar información de la proyección a un año)	$ 805.866.349	$ 805.866.349			
			$ 805.866.349			
Gastos Pre operativos			$ -			
TOTAL INVERSIÓN			**$ 811.866.349**			

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Gráfica No. 73: Fuentes de financiación

Tipos de Fuentes		Valor	Total Inversión
Personal		$ 100.000.000	**$ 100.000.000,00**
Socios		$ 200.000.000	**$ 200.000.000**
Inversionistas		$ 100.000.000	**$ 100.000.000,00**
Entidad Financiera		$ 200.000.000	**$ 200.000.000,00**
Comerciales		$ 150.000.000	**$ 150.000.000,00**
Particulares		$ 65.000.000	**$ 65.000.000,00**
TOTAL INVERSION			**$ 815.000.000**

GASTOS FIJOS MENSUALES

Gráfica No. 74: Gastos fijos mensuales

Perfiles necesarios para el desarrollo del proyecto	Contratado de planta o por horas (defina si el empleado será contrado de planta o por horas)	Numero de horas por mes (introduzca el numero de horas que proyecta trabajará el empleado)	Valor total hora (Introduzca el valor en peso de la hora del trabajador, solo para el caso del pago por horas)	Valor total empleados por horas (Esta casilla se calcula sola)	Salario empleado de planta (introduzca valores en caso de que su proyecto tenga empleados de planta)	Total otros gastos	
SALARIOS PERSONAL ADMINISTRATIVO (Técnico)	planta	160	$ 0	0	$ 1.000.000	$ 1.000.000	
SALARIOS CONTADOR	horas	20	$ 12.176	243520	$ 250.000	$ 493.520	
SUELDOS PERSONAL COMUNITY MANAGER	horas	20	$ 15.176	303520	$ 350.000	$ 653.520	
SUELDO DISEÑADOR	planta	150	$ 0	0	$ 2.000.000	$ 2.000.000	
SUELDO COMUNICADOR	horas	100	$ 13.176	1317600	$ -	$ 1.317.600	
SUELDOS PERSONAL VENTAS	horas	0	$ 0	0	$ -	$ -	
PRESTACIONES SOCIALES (51,33%) (esta casilla se calcula sola)					$ 1.847.880	$ 1.847.880	$ 7.312.520

SERVICIOS PÚBLICOS Y ARRENDAMIENTO

Gráfica No. 75: Servicios públicos y arrendamiento

	Valor mensual	
ARRENDAMIENTO	$ 1.200.000	
ADMINISTRACIÓN	$ -	
AGUA	$ -	
LUZ	$ -	
TELEFONO	$ -	
GAS	$ -	
TRANSPORTE	$ -	
PAPELERIA	$ -	
MANTENIMIENTO	$ -	
COMUNICACIONES	$ 120.000	
ASEO	$ -	
SEGUROS	$ -	
DEPRECIACION (no introduzca ninguna cifra, se calcula automaticamentee con la tabla de cuadro de inversión)	$ 130.000	
LEASING	$ -	
CARGAS FINANCIERAS		
OTROS GASTOS	$ -	
GASTOS FINANCIEROS	$ 100.000	
OTROS (publicidad)(PATROCINIO DE FACEBOOK, ETC)	$ 350.000	$ 1.550.000
TOTAL DE COSTOS FIJOS MENSUALES	$ 8.862.520	

wework

WORKSPACE | COMMUNITY | SERVICES

RESUMEN COSTO VARIABLE UNITARIO

Gráfica No. 76: Resumen costo variable unitario

Resumen costo variable unitario			
Producto o servicio	**Costo materias primas**	**Insumos**	**Total**
Taller realización crema dental	$ 380.000	$ 0	$ 380.000
Asesoria	$ 688.000	$ 0	$ 688.000
Casa de vapor	$ 320.000	$ 0	$ 320.000
Museo de la chicha	$ 190.000	$ 0	$ 190.000
Comunicación	$ 153.000	$ 0	$ 153.000
Implementación TIC	$ 188.000	$ 0	$ 188.000
Diseño de producto	$ 415.000	$ 0	$ 415.000
Recorrido Parque Chicaque	$ 500.000	$ 0	$ 500.000

COSTO TOTAL PRODUCTO

Porcentaje de ganancia proyectado	20%	(EDITABLE)

Gráfica No. 77: Costo total producto

Precio venta producto o servicio y % de ganancia							
Productos o servicios del proyecto	Unidades a producir mes (introduzca el numero de unidades de producto que piensa vender)	costos fijos mensuales (se calcula automáticamente)	Costos fijos por producto (se calcula automáticamente)	Costos variables producto 1 (se calcula automáticamente)	Costo total producto 1, cotos fijos + costos variables	Porcentaje de ganancia proyectado (se calcula automáticamente)	Precio de venta del producto 1
Taller realización crema dental	80	$ 8.862.520	$ 39.565	$ 19.000	$ 58.565	$ 11.713	$ 70.278
Asesoria	2	$ 8.862.520	$ 39.565	$ 688.000	$ 727.565	$ 145.513	$ 873.078
Casa de vapor	60	$ 8.862.520	$ 39.565	$ 16.000	$ 55.565	$ 11.113	$ 66.678
Museo de la chicha	40	$ 8.862.520	$ 39.565	$ 190.000	$ 229.565	$ 45.913	$ 275.478
Comunicación	10	$ 8.862.520	$ 39.565	$ 153.000	$ 192.565	$ 38.513	$ 231.078
Implementación TIC	10	$ 8.862.520	$ 39.565	$ 188.000	$ 227.565	$ 45.513	$ 273.078
Diseño de producto	2	$ 8.862.520	$ 39.565	$ 415.000	$ 454.565	$ 90.913	$ 545.478
Recorrido Parque Chicaque	20	$ 8.862.520	$ 39.565	$ 500.000	$ 539.565	$ 107.913	$ 647.478
Total (esta casilla se calcula automáticamente)	**224**					**$ 497.104**	

RESUMEN DE COSTOS

Gráfica No. 78: Resumen de costos

Grafica No. 48: Textura arbol seco

Conclusiones

Raíz, es un proyecto que brinda una variedad de servicios y espacios, para el beneficio de las comunidades nacionales, y para el enriquecimiento de la identidad cultural nacional.

Gracias al uso y apliación de las TICs (tecnologías de la información y la comunicación), Raíz, se desnvuelve de una manera práctica y eficiente dentro de sus componentes prácticos, comunicativos y estéticos.

El desarrollo de nuevas experiencias en el campo del turismo cultural, es un campo de acción muy amplio, donde se desenvuelven elementos culturales y patrimoniales, esenciales para el desarrollo social, económico y cultural de un país; de allí que Raíz, se enfoque en el reconocimiento de nuevas experiencias con potencial de evolución

Referencias

Revista Cartel Urbano, (2019), Creadores criollos, Colombia a travez del lenete, recuperado de https://cartelurbano.com/creadorescriollos/el-trabajo-comunitario-de-jotaika-bops-y-su-camino-traves-del-quinto-elemento-del

Revista Cartel Urbano, (2019), Creadores criollos, En fotos: así se vivió el primer encuentro por el rescate de la memoria y el territorio del pueblo Hitnü, recuperado de https://cartelurbano.com/creadorescriollos/en-fotos-asi-se-vivio-el-primer-encuentro-por-el-rescate-de-la-memoria-y-el-territorio-del-pueblo-hitnu

Semana Rural, (2018), Viajamos a Caquetá con el instagramer Chistian Byfield, recuperado de https://semanarural.com/web/articulo/los-mejores-destinos-turisticos-en-caqueta/956

Revista Cartel Urbano, (2011), Creadores criollos, Ciudad Under, recuperado de https://cartelurbano.com/seccion/ciudadunder

Esteban Peña, (2015), Inclusiones culturales, recuperado de http://esteban-pena.com/es/inclusiones-culturales-2/

Diario El país, Paco Nadal, (2019), El turismo no tiene por qué arruinar las culturas indígenas: aquí, cuatro ejemplos, Cultura, recuperado de https://elpais.com/elpais/2019/02/13/paco_nadal/1550091599_149832.html?id_externo_rsoc=FB_CC

Revista Cartel Urbano, (2018), EcoLógicas, Una alternativa a la educación tradicional que vela por el respeto a la naturaleza en Cundinamarca, recuperado de https://cartelurbano.com/noticias/universidad-sabiduria-ancestral-bogota

Ministerio de Cultura, (2011), Ministerio, Políticas públicas, Política de turismco cultural recuperado de http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/de-turismo-cultural/Paginas/default.aspx

Semana Rural, (2019), Reportajes, Colombia a travez del lenete, Así quedó el plan que pretende 'rescatar' a los municipios más pobres de Colombia, recuperado de https://semanarural.com/web/articulo/planes-de-desarrollo-con-enfoque-territorial/887

UNIVERSIDAD
EL BOSQUE
FACULTAD CREACIÓN Y COMUNICACIÓN
Programa de Diseño Industrial