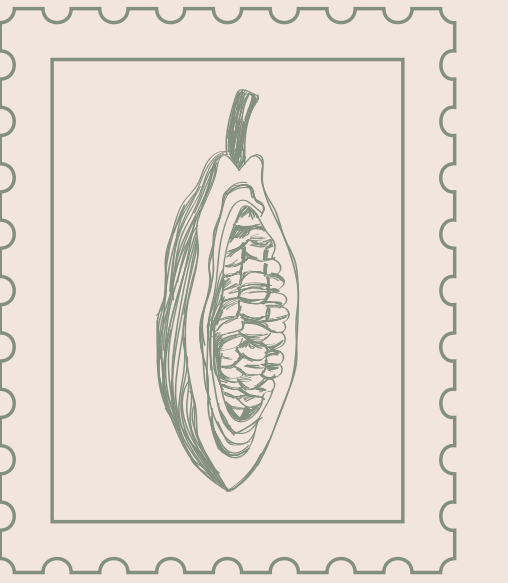


Cacao es



Cacao

es

Gusto, Delicioso, Felicidad,

Experiencia, familiaridad, Amor,

chocolate, Salud, Chocolate,

Tardear...

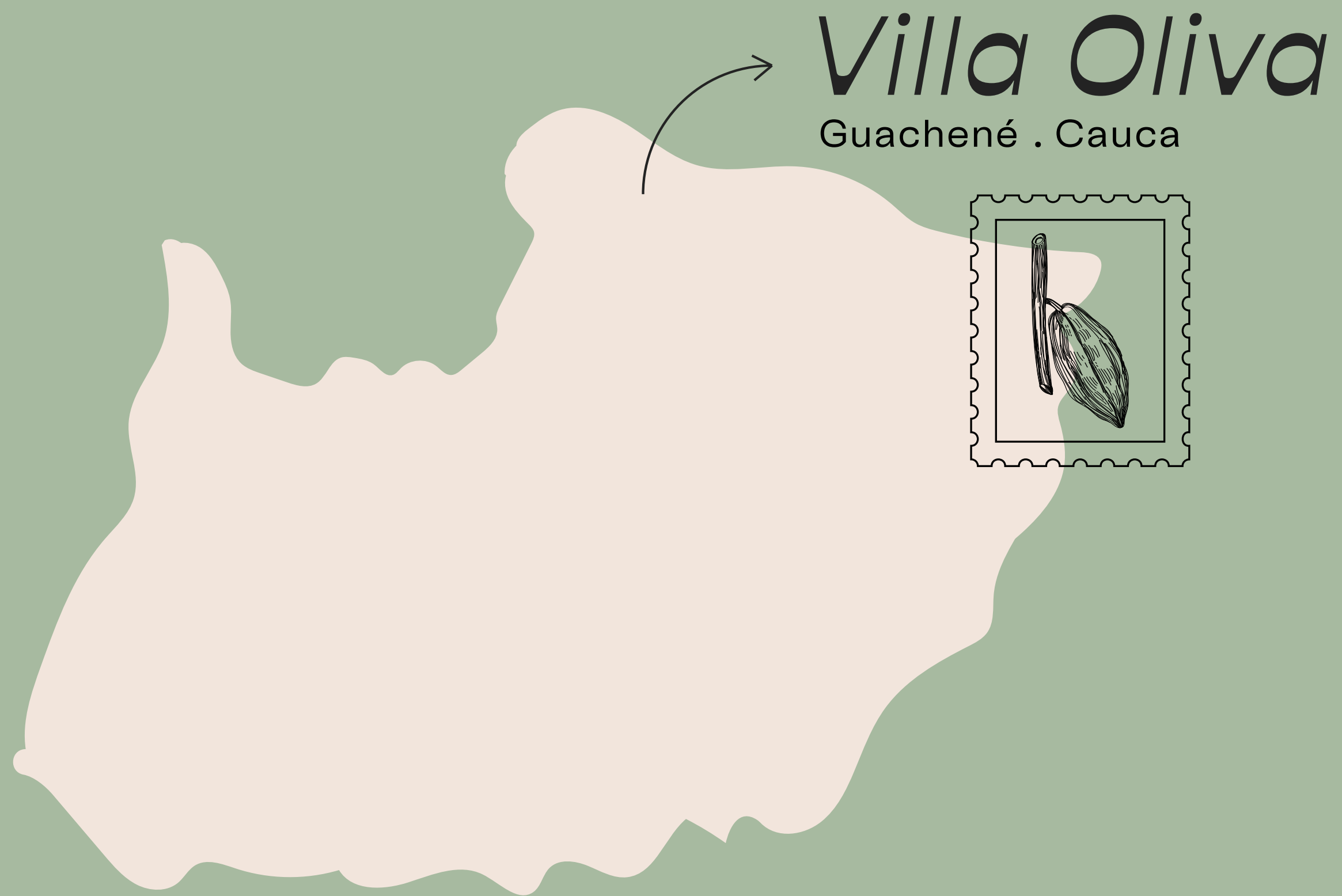


*Visibilización del cacao
de Villa Oliva (Guachené,
Cauca) mediante la creación
de atmósferas
experienciales.*



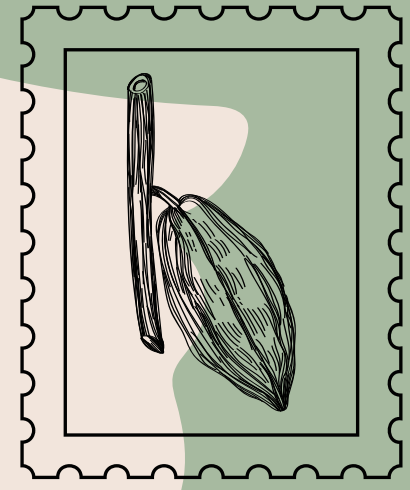
Departamento del Cauca

- Occidente colombiano
- Capital. Popayán



Villa Oliva

Guachené . Cauca



John Fory



Wilho



Cacoo



Sevo

En Colombia hay
alrededor de

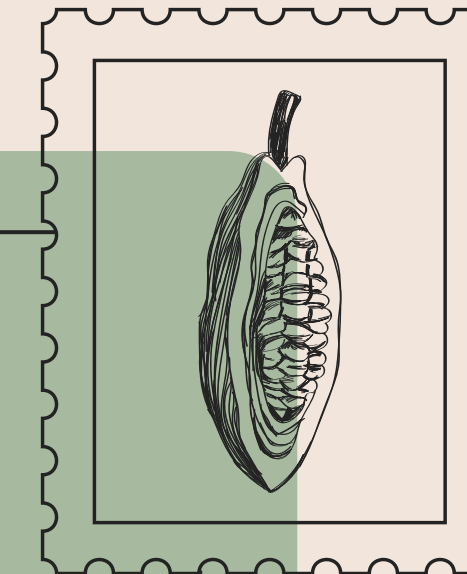
52,000

Familias cacaoteras

De la producción
mundial de cacao
solo el

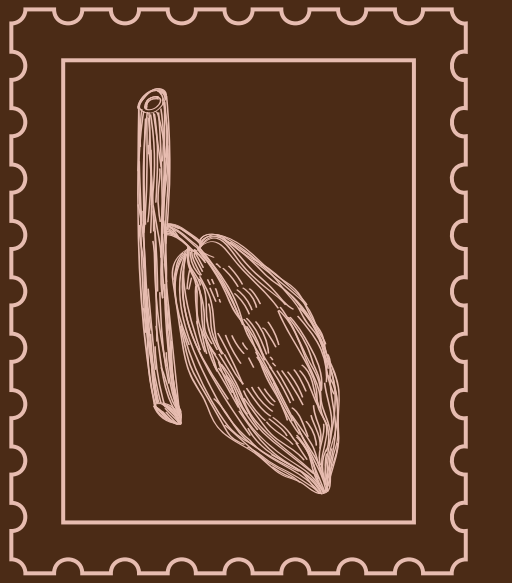
5%

*Es fino y de aroma,
características del
cacao colombiano*



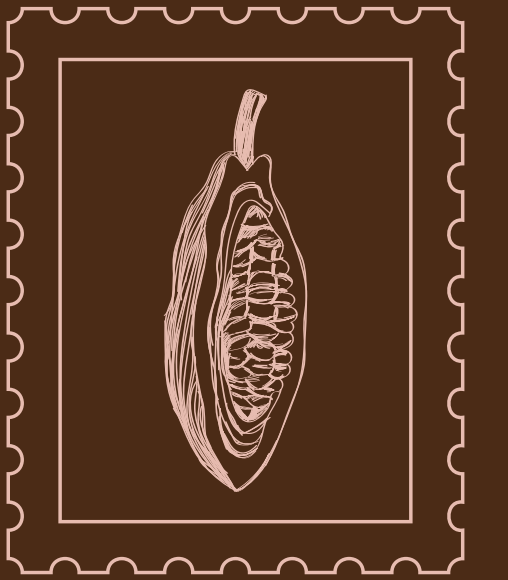
*“El cultivo de cacao significa para los afrodescen-
dientes de la zona, retomar la sabiduría de sus
antepasados y su modo de vivir armonioso con
el entorno”*

John Fory



*¿Cómo se pueden **promover**
los diferentes **atributos del**
cacao, producido en
Villa Oliva, para fomentar
su **conservación** e
impacto social?*





General

Visibilizar la producción de cacao en el departamento del Cauca, desde la *Finca Villa Oliva*, a través del diseño de una experiencia sensorial, buscando su *conservación* e *impacto social* en Colombia.

Específicos

- *Identificar* los atributos e impacto social del cacao, a través de la observación de campo y trabajo colaborativo con Villa Oliva.
- *Sistematizar* los atributos del cacao, para darle visibilidad a dichos beneficios.
- *Diseñar* una experiencia sensorial, a través del diseño participativo.



“En Colombia el cacao se ha cultivado por milenios, teniendo tres variedades diferentes, el criollo que se destaca por ser fino de aroma y sabor, el forastero o amazónico que posee menor calidad en aroma y sabor y tiende a ser más amargo, y finalmente el trinitario que es el híbrido entre el forastero y algunas variedades criollas.”

(Finagro,2018)





“El cacao es una herencia agrícola que fue esencial en tiempos ancestrales pues llegó a ser una cultura rural que le dio dinero y felicidad a los abuelos y a toda una ascendencia que encontró en la fruta el secreto que hizo feliz a toda la humanidad que vive por el chocolate”

(Zape,2019)





“El diseño de experiencias se trata de colocar al usuario como enfoque principal, ver a través de sus ojos y sentir con sus sentimientos”

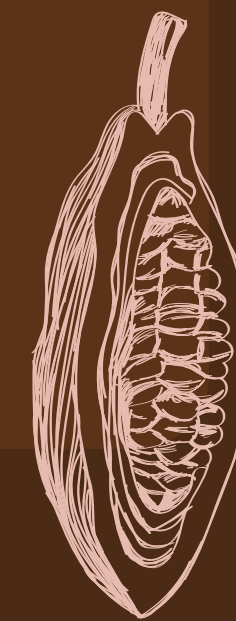
(San Cornelio, 2014)

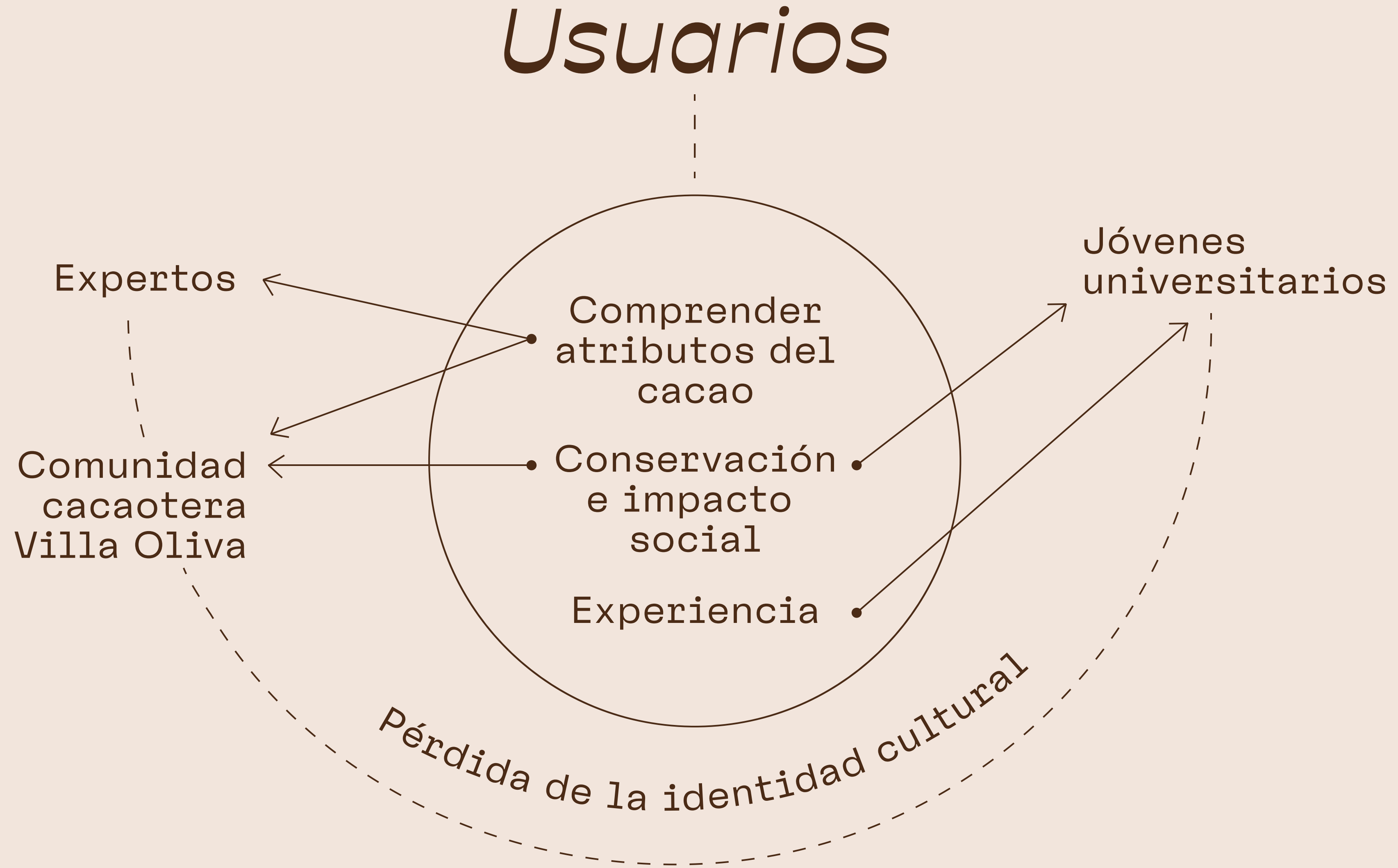


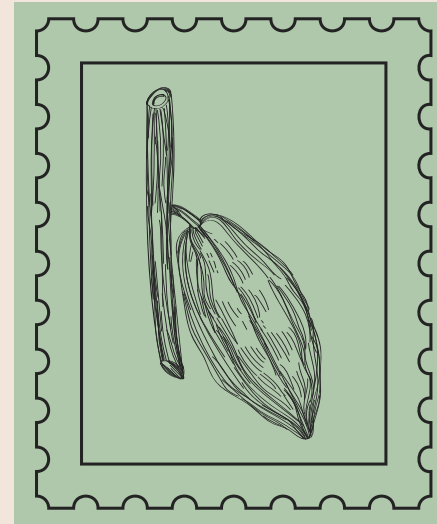


“Una marca con una identidad bien planteada y ejecutada logrará reforzar tres vertientes cruciales en el proceso de posicionamiento como lo son, el significado que tiene para el consumidor, comunicar la esencia y fortalecer una concepción estratégica de la misma.”

(Gallart - Camahort et al.,2019)

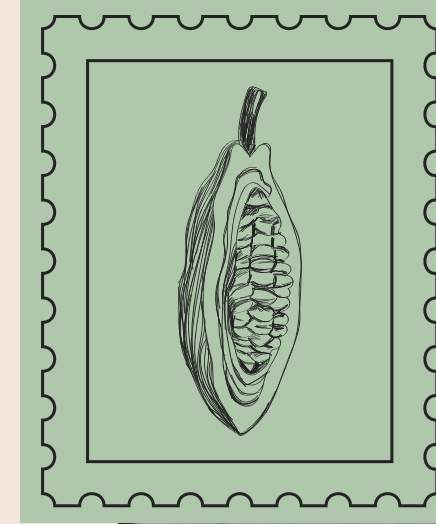






Imágenes con autorización de publicación

Comunidad finca
Villa Oliva
Guachené . Cauca



Jóvenes universitarios
Cali

Sectorial



Evok



Cacao del Valle



Vast



Juan Choconat

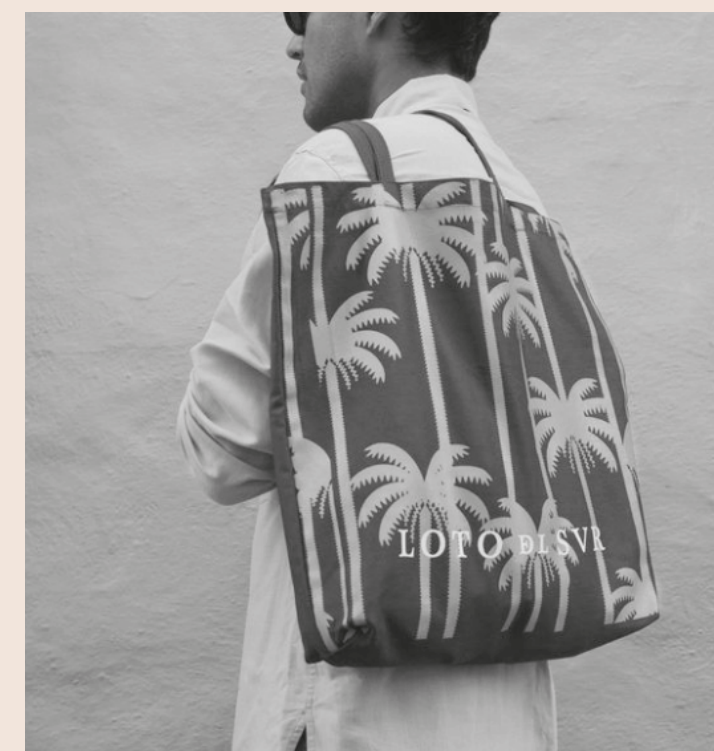


Late Chocó

No sectorial



Sixxta



Loto del Sur



Bosque & Cielo



Café Gardenia



Hotel 23



*Cr*iterios *evaluados*

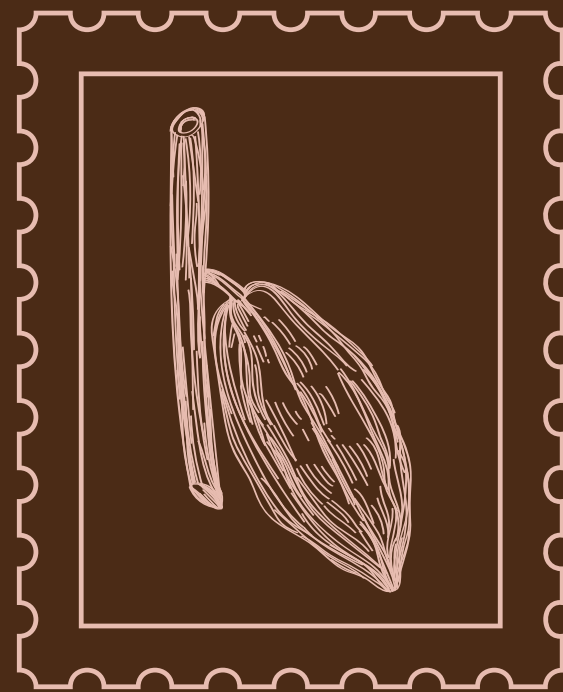
1. Atributos de marca
2. Experiencia (¿Cómo?)
3. Conceptualización
4. Usuario

. Propuesta de valor, desde el diseño
experiencial.

. Claridad en la conceptualización, para
asegurar la esencia de marca, y el respaldo
de los usuarios.

. Definición del usuario, para generar una
comunicación asertiva.

. Construcción adecuada de la propuesta de
valor, atributos y experiencia de la marca
(atmósferas experienciales) para crear un
vínculo emocional fuerte en el que el
usuario se sienta parte.



U S

① DESPULPAR
(empatizar)

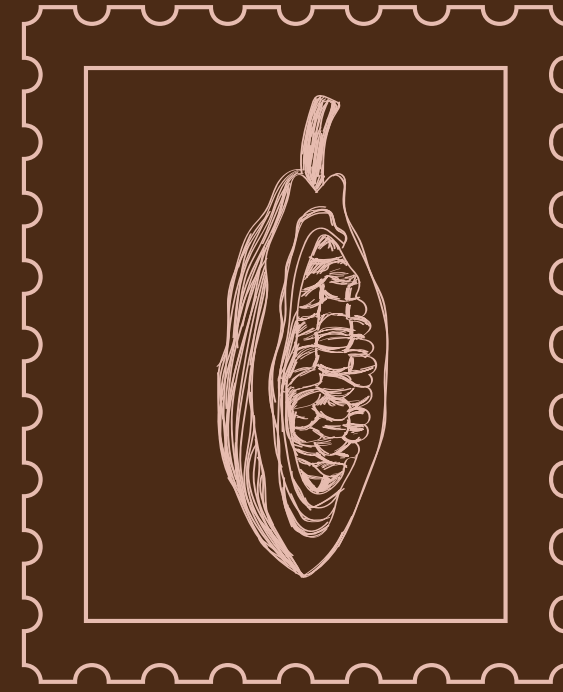
.Atributos del cacao
(Cata y curso de chocolate)

.Impacto social
(Visita finca Villa Oliva)

.Identidad del cacao

.Consumidores de cacao

.Prospectiva del cacao



U A R

② FERMENTAR
(definir)

.Co creación
(Diseño colaborativo con el usuario)

.Taller con usuarios

.Actividades alrededor de atmósferas experienciales con respecto al cacao



I O

③ SECAR
(idear . Co crear)

.Identificar necesidades de los usuarios
(Vistas previamente)

.Definir sistema de producto

(Lograr un sistema de producto que realmente solucione las necesidades de los usuarios y que sea pertinente)



U S U A R I O

④ TOSTAR
(prototipar)

.Diseño proyectual

(Prototipar un sistema de producto que sea pertinente con el usuario y los objetivos del proyecto.)

⑤ MOLER
(testear)

.Validación propuesta

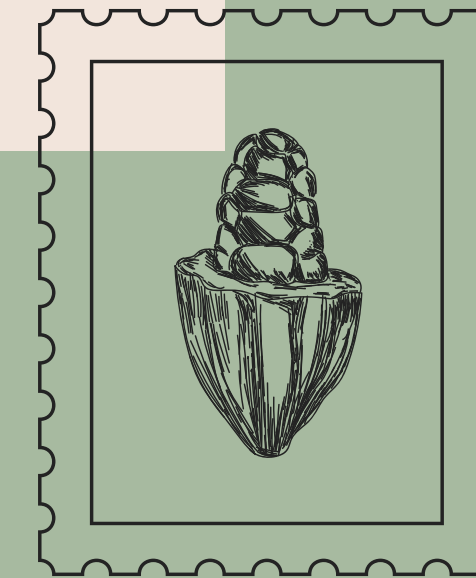
.Presentación y aprobación de la comunidad de la finca Villa Oliva



Imágenes con autorización de publicación



*Visita finca
Villa Oliva
(Guachené, Cauca)*



Atributos del cacao . Identidad cultural . Impacto social



Cata de cacao y curso de chocolatería



Imágenes con autorización de publicación

Realizado en Chocolate Santa Teresa . Cali

Capacidades organolépticas . Cacao en la actualidad

112

Encuestados

Jóvenes universitarios
de la ciudad de Cali

9

Preguntas

cerradas con una
única opción de
respuesta

72/112 Personas no conocen el origen del cacao

La mayoría de encuestados dicen que procede de suramérica con un total de 47 personas y Europa con 40 personas, en general las personas creen que el mejor chocolate viene de suramérica y Europa.

INSIGHTS

Apartir del análisis de resultados de la encuesta



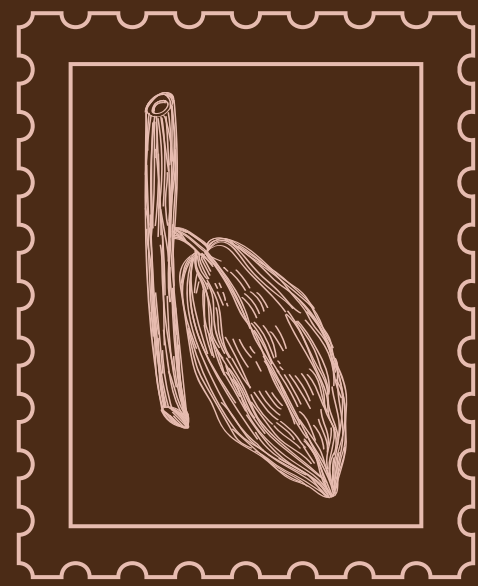
- **Visibilizar** el lugar de origen del cacao, y poner en clave de valor la **finca Villa Oliva**, como lugar de **producción del cacao**.

- **Sensibilizar** sobre la **importancia** que tiene el cacao en el **impacto social** de ciertas comunidades del país.

- **Comunicar** el lugar geográfico del cual procede el cacao, especificando los lugares en el mundo donde es posible su cultivo gracias a las **condiciones climáticas** y de **biodiversidad**.

- **Informar** sobre el **crecimiento exponencial** del cultivo de cacao en los últimos años en el país, sobre todo en el **departamento del Cauca**.

- **Visibilizar** y **dar a conocer** usos e **impacto** más amplios del cacao más allá de los típicos.



01

Necesidad de comprensión del usuario sobre el valor del cacao producido en Villa Oliva a través del uso integral de sus sentidos.

Requerimiento
Creación de una
atmósfera sensorial

Descripción
Diseño de experiencia
que aborde mínimo dos
sentidos



02

Es necesario que la comunidad de Villa Oliva fortalezca sus lazos con el cacao, conociendo el gran impacto que generan en el país y reconociendo su labor como importante y única.

Requerimiento
Diseño de comunicación visual en clave de valor del impacto del cacao

Descripción
Diseñar un sistema de comunicación en el cual la comunidad pueda ver reflejado la importancia de su labor

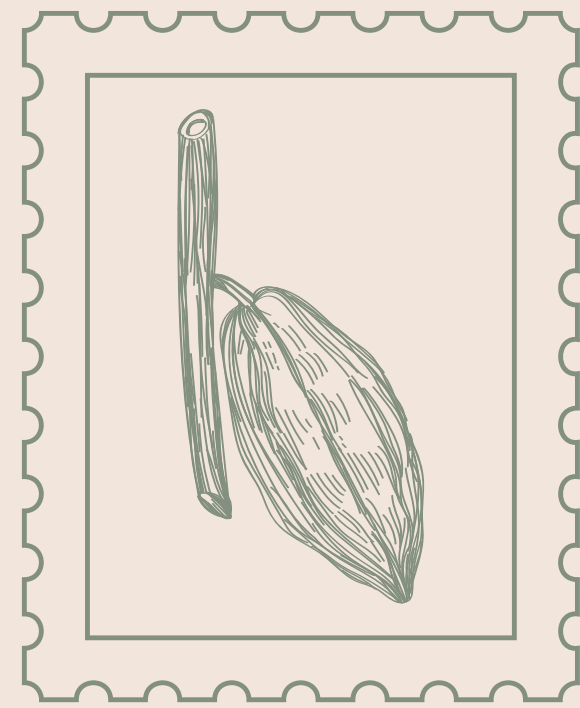


03

Es necesario que el usuario comprenda el valor del cacao desde su producción, historia, esencia, identidad cultural y el reconocimiento de quienes son los encargados de todo este proceso, para apoyar el mercado local.

Requerimiento
Potenciar el diseño
de identidad visual de
Villa Oliva

Descripción
Diseño del sistema de la
identidad visual de Villa Oliva
vinculado a atmósferas expe-
rienciales para potenciar su
posicionamiento



Cacao

ES

experiencia

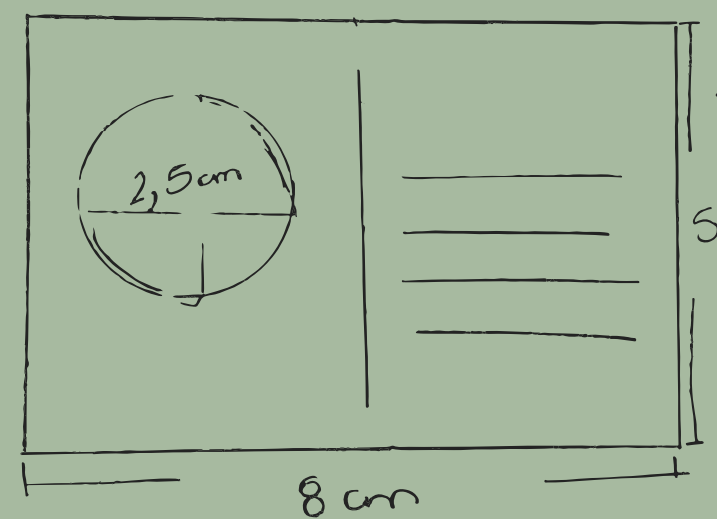
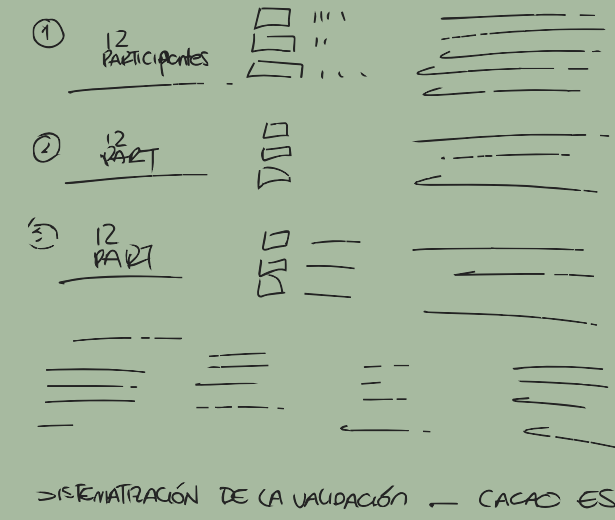
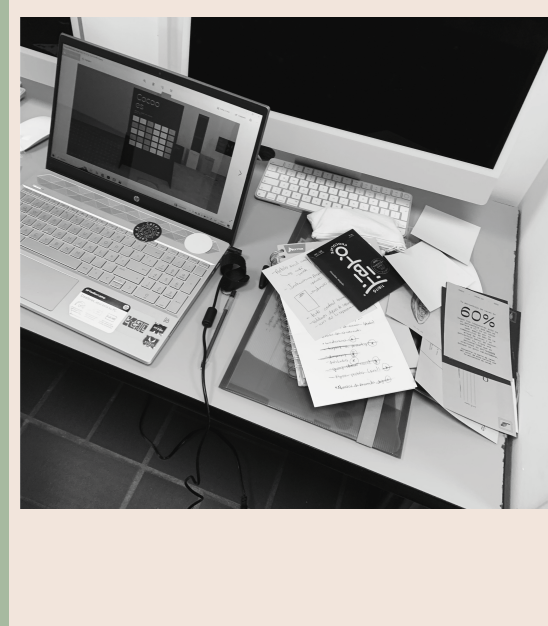
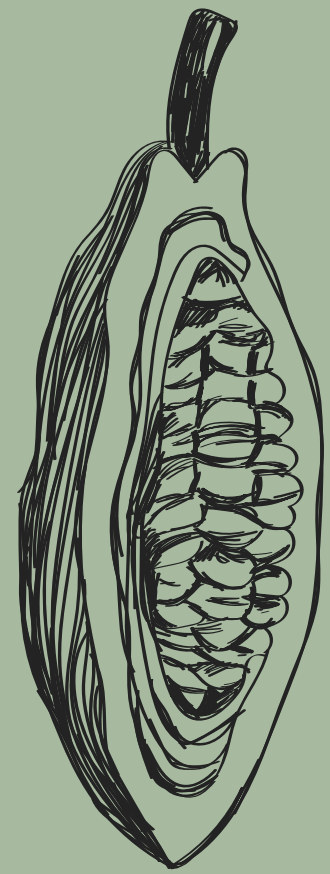


Sentidos . Identidad Cultural . Memoria

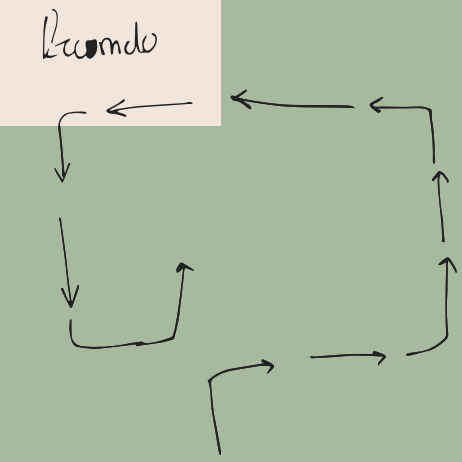
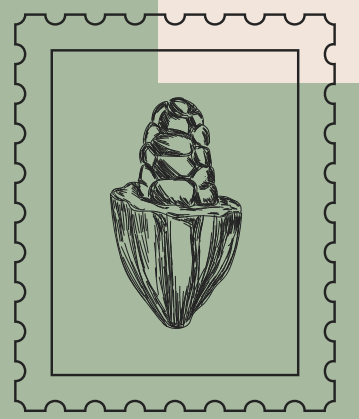
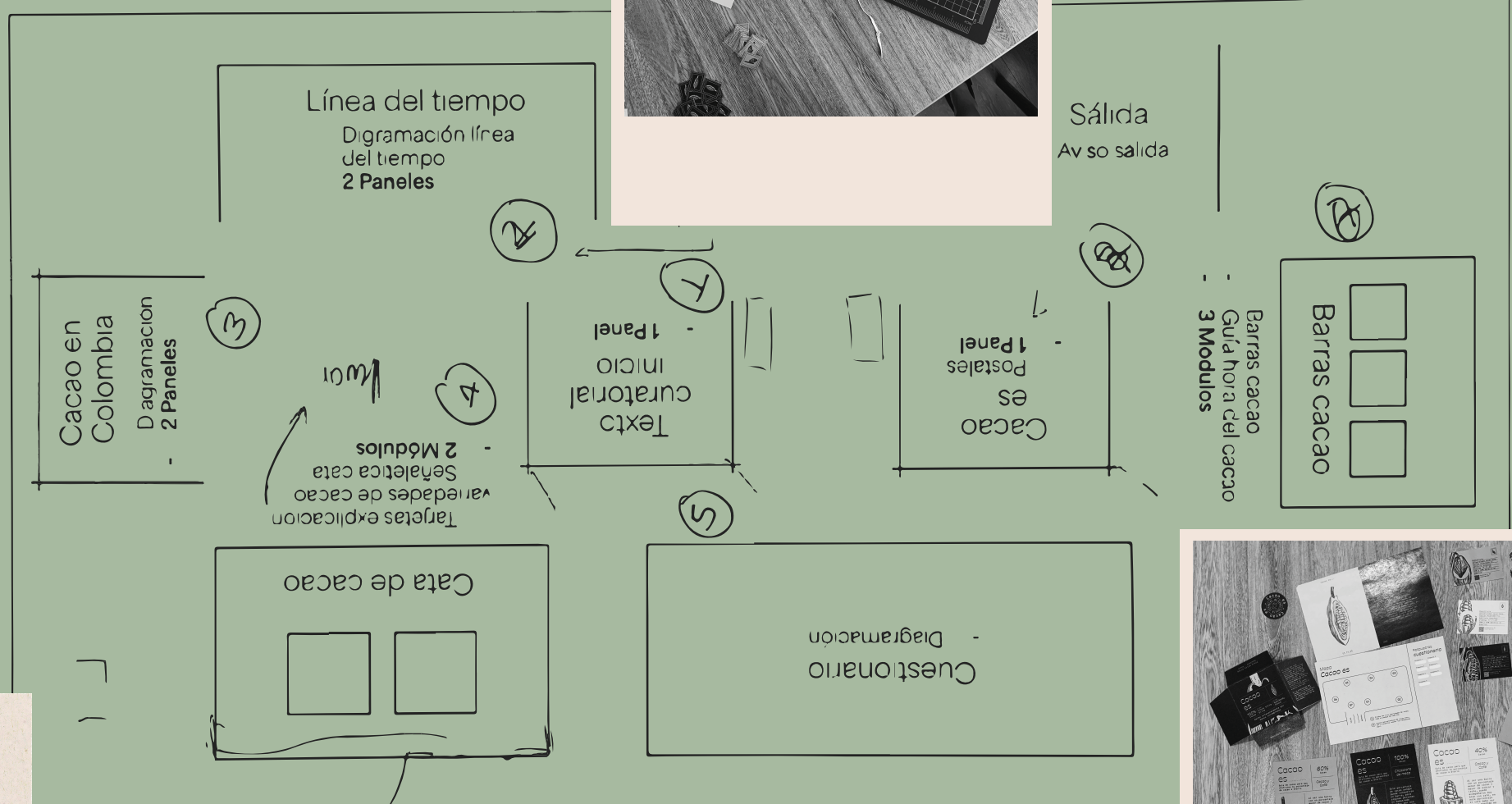
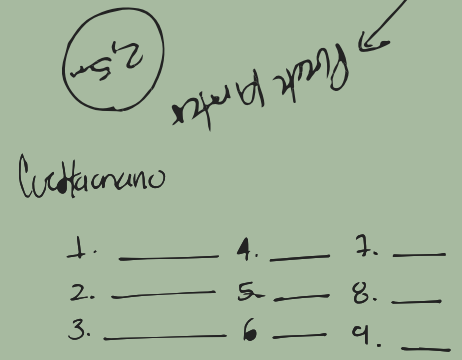


Basado en el libro "A través de las experiencias"

PROCESO



- ¿Qué es?
- Hora.
- Lugar.
- QR Formulario.



Antes

Convocatoria .
Entrada

- . Invitación
(Convocatoria)
- . Mapa
recorrido
- . Señalética

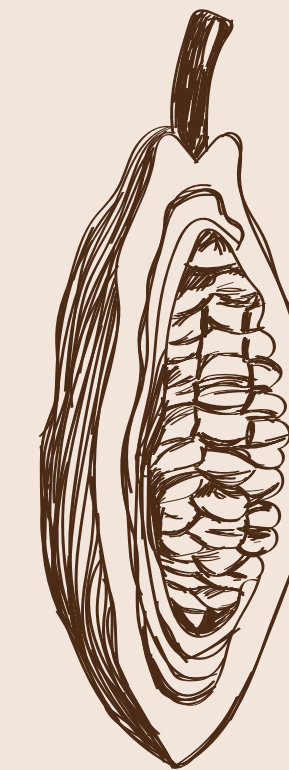
01

Contextualización
cacao . Villa Oliva



02

Cata de cacao .
Variedades



03

Experiencia
guiada



04

Barras de cacao .
Hora del cacao



05

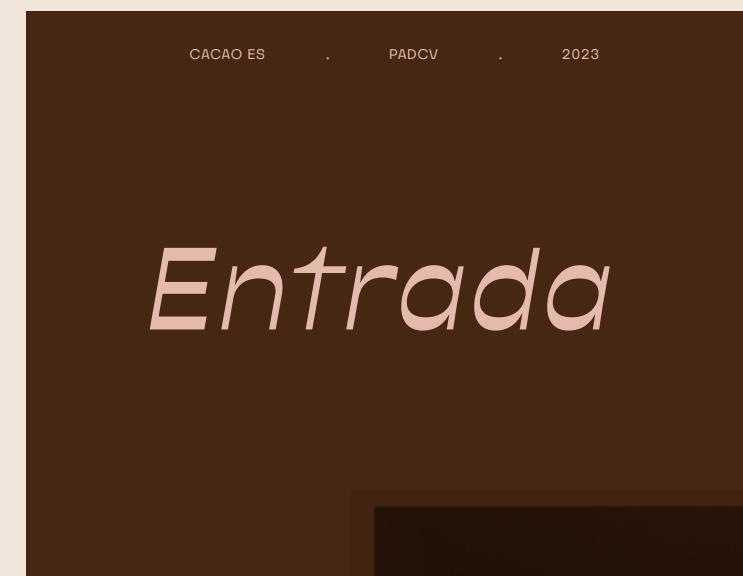
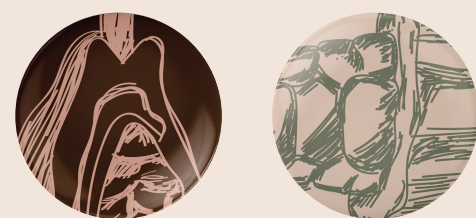
Final .
Cacao es ...



Antes

Convocatoria . Entrada

① CONVOCATORIA (Invitación)

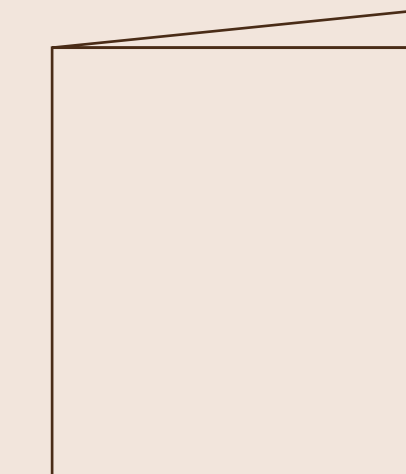


② STICKER (Ingreso)

③ SEÑALETICA (Recorrido)



④ MAPA (Recorrido)



01

Contextualización cacao . Villa Oliva



Objetivos

Visibilizar el lugar de origen del cacao,
y poner en clave de valor la finca Villa
Oliva, como lugar de producción del cacao

Reconocer la labor de las familias
cacaoteras

Comunicar el lugar geográfico del cual
procede el cacao

Informar sobre el crecimiento exponencial
del cultivo de cacao en el país

Sentido
Visión

Diseño
Diseño Experiencial
Diseño Emocional

01 Contexto cacao. Villa Oliva

PACDV 2023

Cacaos

Colombia es un país con una biodiversidad fascinante, entre la cual se encuentra un fruto místico llamado cacao, de origen selvático, principalmente amazónico (Editorial Etecé, 2023). Lleno de cualidades organolépticas, historia y legado. En los últimos años el cultivo de cacao ha ido creciendo con más fuerza en el país, en la actualidad hay alrededor de 52 mil familias cacaoteras (familias dedicadas a la producción de cacao) en departamentos como el Cauca, Santander, Antioquia, Arauca, Nariño.

Para las familias cacaoteras colombianas, el cacao es mucho más que sólo un producto, es historia, legado y lo más importante es su tradición ancestral en la mayoría de los casos las personas que cultivan este fruto lo hacen porque lo han recibido como herencia por parte de sus antepasados, sus abuelos y sus padres.

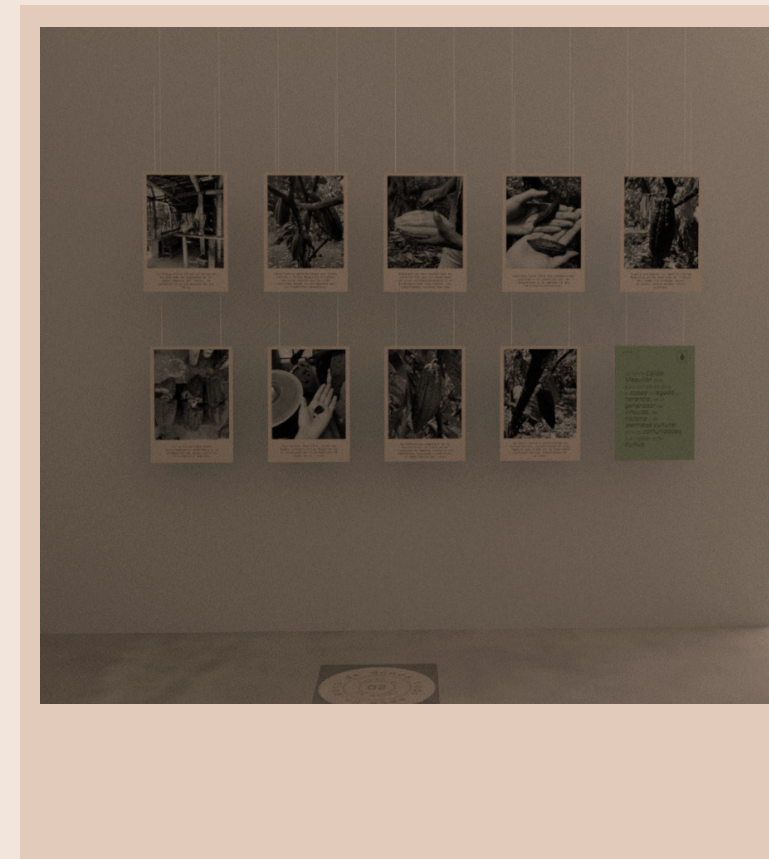
“El cultivo de cacao significa para los afrodescendientes de la zona, retomar la sabiduría de sus antepasados y su modo de vivir armonioso con el entorno”

John Foxy (2022) actual encargado del cultivo de cacao que se produce en la finca "Villa Oliva".

Ubicada en Guacharó, Cauca, y junto de Román Cajiao y Oliva Maquilón, dos campesinos de la región quienes durante años se dedicaron a enseñar a sus hijos y nietos el trabajo del campo, específicamente del cacao, mostrándoles como debe dignificarse, enseñándoles la importancia de la tradición de cultivar este fruto y dejándoles como legado este oficio.

Esta exposición es una experiencia alrededor del cacao producido en la Finca Villa Oliva ubicada en el departamento del Cauca, es la exaltación del legado, la unión, la herencia, el trabajo y la historia de familias cacaoteras de nuestro país; es un mundo de sensaciones, emociones y de manos que han trabajado durante años por producir uno de los mejores cacaos a nivel mundial.

① **TEXTO CURATORIAL**
(Medida. 70cm x 100cm)



③ **VÍDEO FINCA VILLA OLIVA**
(Proyectado en loop)



hace cuatro generaciones por Román Cajiao y Oliva Maquilón oriundos de esta región que ha sido conocida desde la antigüedad por su tradición cacaotera.

② **LÍNEA DEL TIEMPO**
(Medida. 35cm x 50cm)



④ **CONTEXTO CACAO**
(Medida. 100cm x 70cm)

Contexto Cacao

01 Origen
El origen del cacao se remonta a tiempos precolombinos, se cree que hace 5.000 años los antiguos pobladores mesoamericanos lo habían descubierto y llevado al actual territorio mexicano, de hecho su nombre puede proceder de la lengua maya cacaoatl.

02 Theobroma Cacao L.
Árbol del cual proviene el fruto de cacao se da a 20 metros por encima y por debajo del nivel del mar, es decir que la producción de cacao es posible únicamente en América, desde México hasta Brasil y en África.

03 Variedades
Criollo
Se destaca por ser fino de aroma y sabor.
Forastero
Posee menor calidad en aroma y sabor; y tiende a ser más amargo.
Trinitario
Criollo + Forastero, tiene el objetivo principal de mejorar la calidad y productividad, este es el de mayor predominio en el país.

04 Zonas de cultivo
Uno de los municipios con mayor producción de cacao es Tumaco (aunque al día de hoy hay varios departamentos en los que la producción se está incrementando a gran velocidad, como, Santander, Antioquia, Arauca y Cauca).

05 Cultivo de cacao
El cacao es un cultivo de aire y sombra, se da entre los 20 grados centígrados a 30 grados centígrados, la altura necesaria es de 300 / 1.300 metros sobre el nivel del mar; el suelo debe ser profundo y con textura, cada árbol al año produce dos cosechas durante 40 años, la altura del árbol no puede pasar de los 3 metros.

Contexto Cacao

06 Cultivo en el país
Según FEBECACAO entre octubre del 2020 y septiembre del 2021 fue el año de mayor producción de cacao en el país en los últimos 20 años, registrando una cifra de producción de 70.205 toneladas del grano, lo que significó un incremento del 9,2% con respecto al año anterior.

07 Familias cacaoteras
El cultivo de cacao en la actualidad se considera también "el cultivo de la paz" pues ha sido una alternativa para sustituir los cultivos ilícitos en el posconflicto, generando así una fuente económica para las más de 52.000 familias cacaoteras.

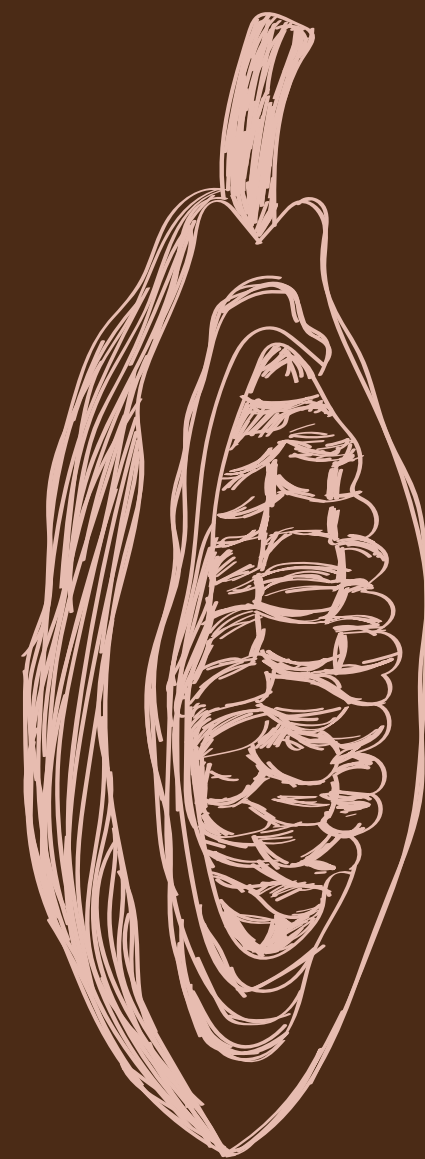
08 Proceso del cacao

Despulpar Fermentar Secar

Toastar Moler

02

Cata de cacao . Variedades



Objetivos

Dar a conocer las variedades de cacao,
así como la cantidad de notas que se pueden
experimentar gracias al sistema de
producción agroecológico utilizado en
Colombia

Sentido
Gusto
Olfato

Diseño
Diseño Experiencial
Diseño Emocional

02

Cata de cacao . Variedades



① **MÓDULOS**
(Variedades de cacao)

PADCV · CACAO ES · 2023



Cacao Forastero

- . Es un sabor fuerte, amargo, un poco ácido y actualmente representa el 70% del consumo de cacao mundial
- . Da la mayor cantidad de frutos, posee aroma sin fineza y poco sabor frutal
- . Se cultiva principalmente en Venezuela, Perú, Ecuador, Colombia, Brasil y Ghana

② **TARJETAS**
(Variedades de cacao)

PADCV · CACAO ES · 2023



Cacao Trinitario

- . Es una mezcla entre el Criollo y el Forastero, combina las características gustativas de los dos, tiene un amplio rango sabores y aromas que persisten en el paladar
- . Se cultiva principalmente en Trinidad, Papua - Nueva Guinea y Colombia
- . Actualmente representa aproximadamente el 5% de la producción mundial



PADCV · CACAO ES · 2023



Cacao Criollo

- . Es el árbol con el fruto de mayor calidad es poco fructífero y en la actualidad representa una pequeña proporción de la producción mundial
- . Es un cacao de aromas afrutados con notas de frutos secos y un poco amargo, es refinado
- . Se cultiva principalmente en México, Guatemala, Colombia e Islas del Caribe

03

Experiencia guiada



Objetivos

Experimentar el cacao desde lo personal,
que cada persona pueda **identificarse** con
porcentaje de cacao (40%, 60%, 100%)

Identificar personalidad con el cacao
(apropiación o pertenencia)

Sentido
Visión

Diseño
Diseño Experiencial
Diseño Emocional

03

Experiencia guiada



Si respondiste 0% en más de 3 preguntas, eres **40%** cacao. Descubre por qué

Si respondiste 50% en más de 3 preguntas, eres **60%** cacao. Descubre por qué

Si respondiste 100% en más de 3 preguntas, eres **100%** cacao. Descubre por qué



0%
Hoy no me siento bien

50%
Más o menos

100%
Feliz

¿Qué tan feliz te sientes hoy?

① CUESTIONARIO (*Se le da uso al mapa)

② RESULTADO CUESTIONARIO (Tarjetas % . Personalidad)

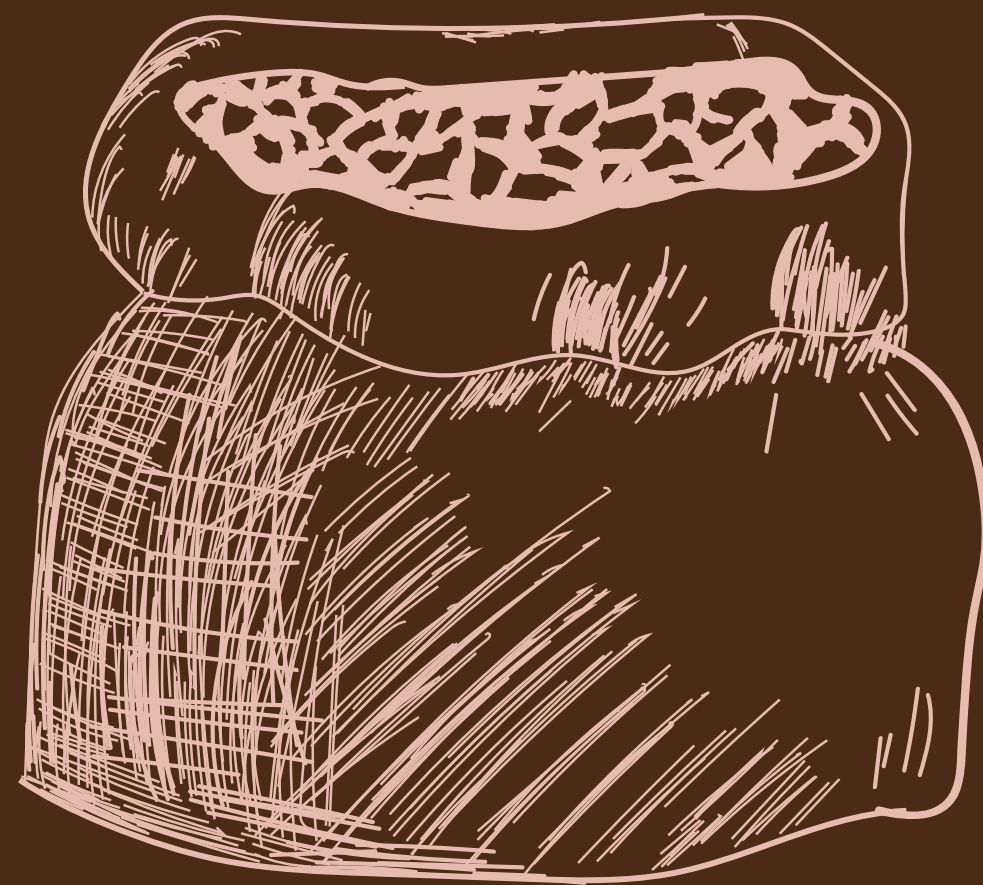
40%
Según tus respuestas este es el porcentaje que más se parece a ti. Es un cacao un poco menos amargo que otros con mayor concentración por su composición de menos de la mitad de cacao y un porcentaje más alto de azúcar y leche. Como tú, tiene una personalidad audaz y suele estar en busca de nuevas experiencias. Encuentra la barra de cacao del color de esta tarjeta con tu porcentaje de cacao.

60%
Según tus respuestas este es el porcentaje que más se parece a ti. Es un cacao un semiamargo por su composición de más de la mitad de cacao y un porcentaje menor de azúcar. Como tú, tiene una personalidad que en ocasiones es azarosa aunque un poco calculadora. Encuentra la barra de cacao del color de esta tarjeta con tu porcentaje de cacao.

100%
Según tus respuestas este es el porcentaje que más se parece a ti. Es un cacao fuerte, su sabor es amargo y contiene una amplia gama de notas debido a su variedad (Cacao Criollo). Como tú, tiene una personalidad fuerte y determinada. Encuentra la barra de cacao del color de esta tarjeta con tu porcentaje de cacao.

04

Barras de cacao . Hora del cacao



Objetivos

Apropiarse de la identificación con el cacao, generando un vínculo emocional con el mismo

Crear vínculos con el cacao haciéndolo parte de la rutina de las personas

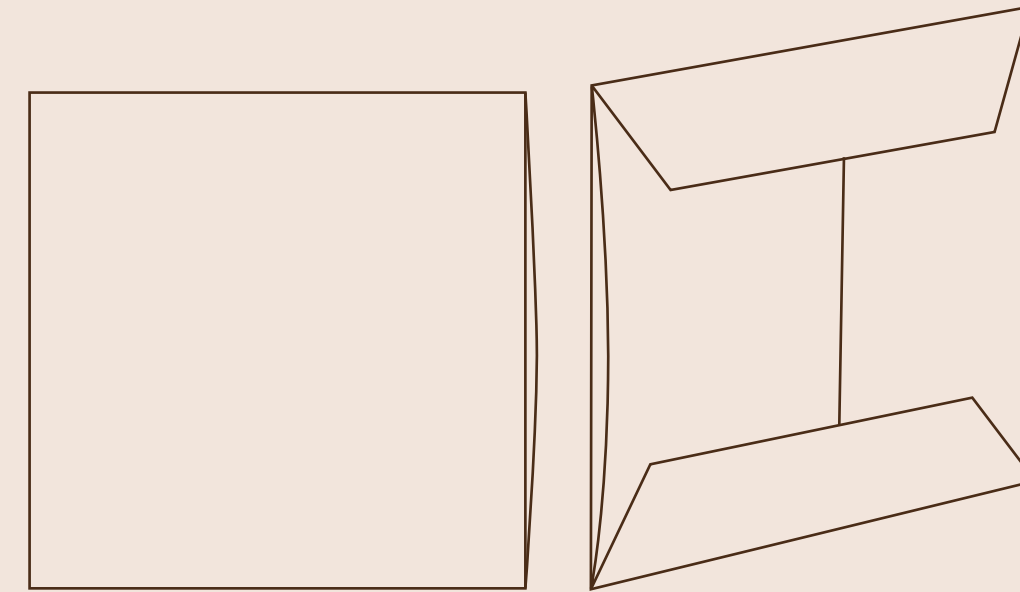
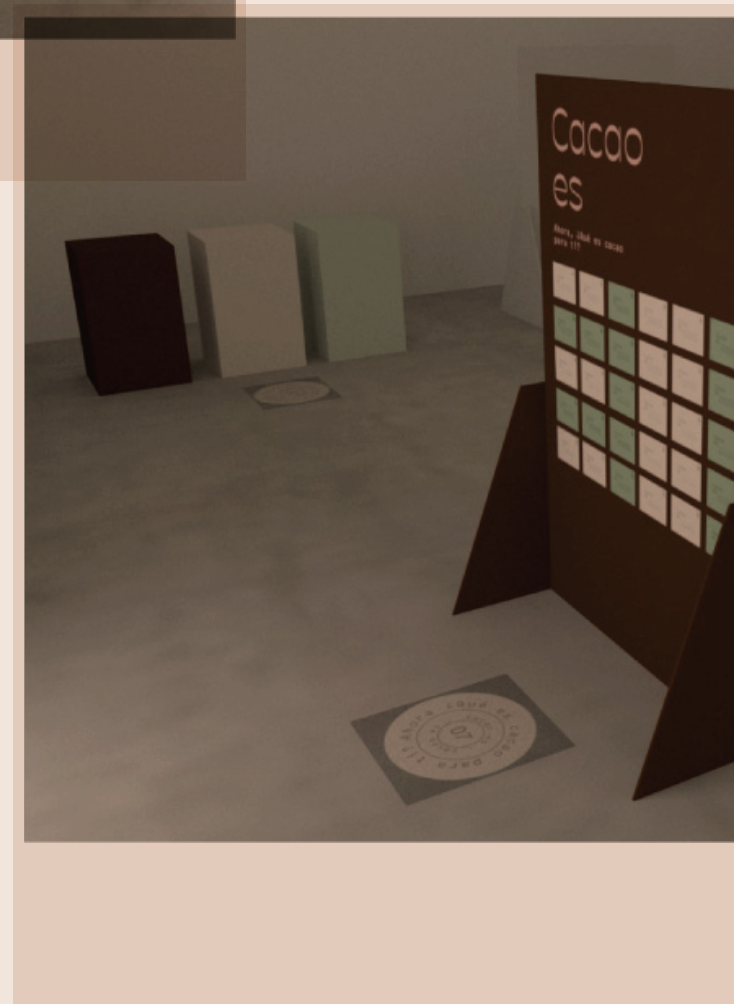
Sentido
Visión

Diseño
Diseño Experiencial
Diseño Emocional

04

Barras de cacao . Hora del cacao

① BARRAS DE CACAO (Módulos)



② EMPAQUES (Según tu % de cacao)



③ GUÍAS (Hora del cacao)



05

Cacao es ...



Objetivos

Reunir el resultado de la experiencia
de las personas **poniendo en clave de valor**
el **cacao** como elemento de **vínculo** y la
finca Villa Oliva como su lugar de
producción

Sentido
Visión

Diseño
Diseño Experiencial
Diseño Emocional

05

Final . Cacao Es ...

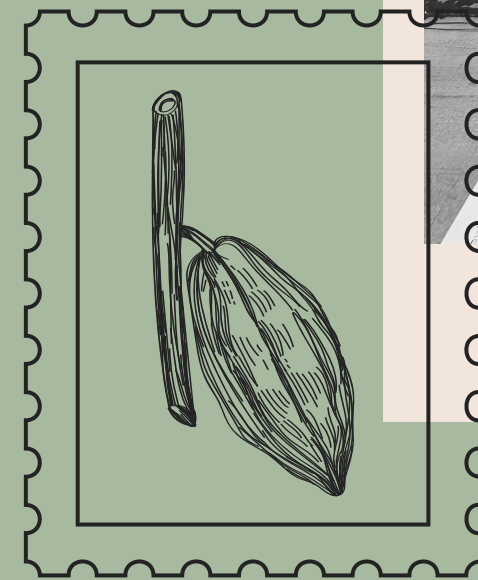
① CACAO ES ... (¿Qué es cacao para ti?)



② POSTALES (Cierre)



Imágenes con autorización de publicación



Validación (Jóvenes universitarios de Cali)

1. ¿Qué tanto conoces de cacao?



2. ¿Qué tanto conociste sobre el cacao hoy?




3. A partir de esta experiencia ¿Qué tanta importancia le das al cacao en relación a su impacto social sobre comunidades en el país?




Cacao
es oportunidad

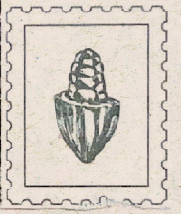
1. ¿Qué tanto conoces de cacao?



2. ¿Qué tanto conociste sobre el cacao hoy?



3. A partir de esta experiencia ¿Qué tanta importancia le das al cacao en relación a su impacto social sobre comunidades en el país?



Cacao
es identidad, sabor, presencia.

1. ¿Qué tanto conoces de cacao?



2. ¿Qué tanto conociste sobre el cacao hoy?



3. A partir de esta experiencia ¿Qué tanta importancia le das al cacao en relación a su impacto social sobre comunidades en el país?



Cacao
es herencia Cultural

1. ¿Qué tanto conoces de cacao?



2. ¿Qué tanto conociste sobre el cacao hoy?



3. A partir de esta experiencia ¿Qué tanta importancia le das al cacao en relación a su impacto social sobre comunidades en el país?



Cacao
es "El cultivo de la paz"
Representa mas que un dulce sabor. ES
cultura y paz de la historia.

1. ¿Qué tanto conoces de cacao?



2. ¿Qué tanto conociste sobre el cacao hoy?



3. A partir de esta experiencia ¿Qué tanta importancia le das al cacao en relación a su impacto social sobre comunidades en el país?



Cacao
es Identidad, trabajo y comunidad.

1. ¿Qué tanto conoces de cacao?



2. ¿Qué tanto conociste sobre el cacao hoy?



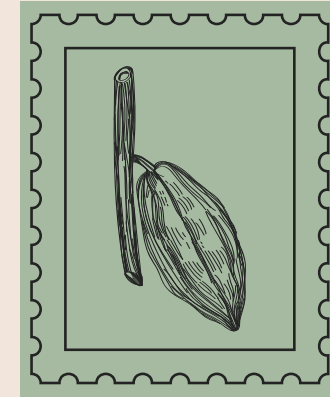
3. A partir de esta experiencia ¿Qué tanta importancia le das al cacao en relación a su impacto social sobre comunidades en el país?



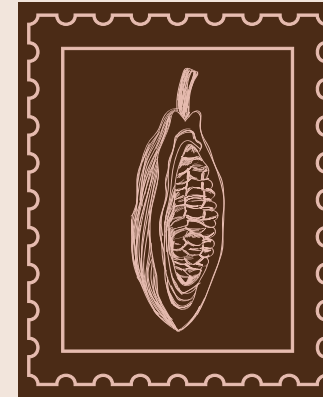
Cacao
es cultura, sabor, alegría, relajación

12 Personas

¿Qué tanto conoces de cacao?



Nada



Más o menos

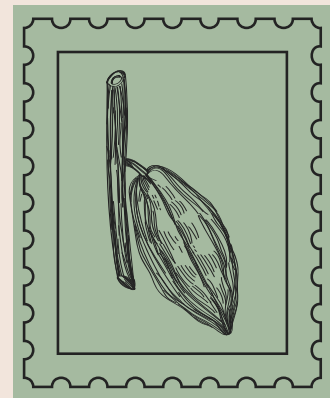


Mucho

La **mayoría** de las personas que hicieron parte de la validación **no** tenían mucho **conocimiento** acerca del **cacao**.

12 Personas

¿Qué tanto conociste sobre el cacao hoy?



Nada



Más o menos



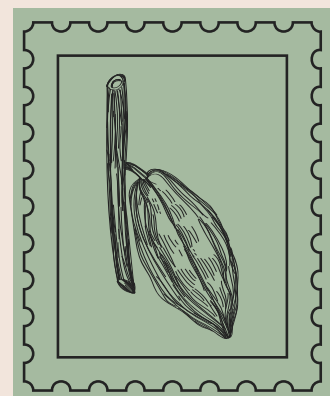
Mucho

Después de la experiencia la **mayoría** de las personas consideraron que **conocieron mucho más** acerca del **cacao** a través de la misma.

Las personas mencionaron que les gustaría ver más sobre la **finca Villa Oliva**.

12 Personas

A partir de esta experiencia ¿Qué tanta importancia le das al cacao en relación a su impacto social sobre comunidades en el país?



Nada



Más o menos



Mucho

Después de haber conocido más acerca del cacao, la finca Villa Oliva y la tradición cacaotera colombiana, las personas **valoraron mucho más** el **impacto social** del cacao sobre algunas **comunidades del país**.



Renders . Juan F. Suárez

Vídeo . Izabella Maldonado

. Editorial Etecé (2021, agosto 05). Cacao. Etecé

. Finagro (2018). Inteligencia de mercado: Cacao

. Spicarium (2022, diciembre 30). Cacao de Guachené, Cauca. Spicarium

. Murcia-Artunduaga, Karen; Gasca-Torres, Ligia; Castañeda, María del Rosario (2022). Evaluación físico-sensorial de granos de cacao (*Theobroma cacao* L.), región sur del Huila (Colombia). *Informador Técnico*, 86(2), 194-204

. Rodríguez, D. (2021, marzo 22). Cacao del bosque de Tumaco sale rumbo a Europa. *Portafolio*

. Ortegón - Cortázar, Leonardo; Gómez Rodríguez, Alfredo (2016) *Gestión del marketing sensorial sobre la experiencia del consumidor*

. San Cornelio, G (2014). *Innovación en diseño. Diseño de experiencias*

. M. Press; R. Cooper (2009). *El diseño como experiencia: el papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI* (pág. 33).

. Gallart - Camahort, V., Callarisa - Fior, L., Sánchez - García, J. (2019). *Concepto de marca y sus perspectivas de análisis: una revisión de la literatura*

. Becerra, P. (2006). *A través de las experiencias. Imdi*



Cacao

es

.Identidad cultural

.Impacto social

.Herencia

.EXPERIENCIA