

## Anexos

### Matriz de categorías y Metodología

TRABAJO DE CAMPO- Artesanía Zenú en Medellín			
OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍAS	DESCRIPCIÓN
Identificar algunos elementos conceptuales de la cultura Zenú, para la formulación de lineamientos en la divulgación de sus artesanías en Medellín.	Caracterizar socioculturalmente el Cabildo Indígena Zenú de Medellín y las mujeres que comercializan sus productos artesanales.	Multiculturalismo Universidad América Latina	Territorio, historia, lengua y leyes
		Multiculturalismo Cortés	Vestimenta, salud y educación
	Reconocer algunos conceptos claves que identifiquen la cultura en sus productos artesanales.	Iconografía Rodríguez	Tiempo lenguaje, evolución de las piezas, tienen lenguaje propio
		Iconografía Panofsky	Mensaje codificado en una pieza
	Proponer los lineamientos para un plan de divulgación de los productos artesanales de la cultura Zenú.	Comunicación en el marketing Cardozo	Emisor, codificación, mensaje, medios, decodificación, receptor, la respuesta y el efecto de retroalimentación, tener estos ítems claros a la hora de elaborar un plan de divulgación, posibilita la eficiencia de los mensajes estratégicos para sus públicos y tengan en cuenta las necesidades de ambas partes (comunidad Zenú y consumidor). Sumar <b>COMPETENCIA Y PÚBLICO OBJETIVO</b>
		Comunicación en el marketing Comunicare	Coherencia: los mensajes deben alinearse con los objetivos de la organización.

			<p>Consistencia: los mensajes deben tener un mismo tono, ser claros y no contradecirse.</p> <p>Continuidad: a fin de mantener el posicionamiento en la mente del consumidor, es necesario que cuente con varias herramientas y canales de comunicación, para atraer la atención del cliente.</p> <p>Complementariedad: las características de las 3 c 's anteriores, deben integrarse entre sí, para una adecuada comunicación en el marketing.</p>
--	--	--	---

**TRABAJO DE CAMPO- Artesanía Zenú en Medellín**

<b>MÉTODO</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>MUESTRA (fase uno)</b>	<b>MUESTRA (fase dos)</b>
Etnometodología	Entrevista virtual semiestructurada	9 Cabildantes y 2 mujeres intermediarias	24 Cabildantes y 2 Vendedores
	Entrevista presencial		
Método iconográfico	Entrevista virtual semiestructurada	2 Mujeres intermediarias de los productos artesanales	2 intermediarios
	Revisión documental, de materiales y artilugios		Sombrero Vueltiao de 19, 21 y 23 vueltas, misión en barro, Visita a museo de Universidad de Antioquia 2 de Noviembre, exposición de los indígenas Zenú

Observación	Observación no participante		Observación activa en Ferias: Ferias artesanales, Feria de las Flores, Feria de clubes juveniles y feria de Mascota
Observación	Observación	Descripción de las 2 intermediarias	Ferias Artesanales, Feria de las Flores, Feria de Clubes Juveniles y Feria de Mascota. 2 vendedores de la comunidad sinuana de Medellín