

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesañas de colombia s.a.

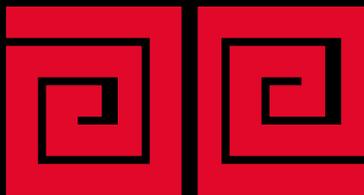
Presentación institucional del programa de
gestión en diseño a través del
Laboratorio Colombiano de Diseño
y conclusiones de visita de Eduardo Barroso Neto

Manuel José Moreno Brociner

Bogotá, E. C. 2003



Laboratorio Colombiano de Diseño



artesanías de colombia

Ministerio de Desarrollo Económico

Problema

- ◆ Débil oferta de productos artesanales competitivos
- ◆ Mercados internacionales exigen diseño, calidad y volúmenes.
- ◆ No existe I+D en el sector



Necesidad

- ◆ **Globalización y fortalecimiento del sector**
- ◆ **Respuesta efectiva y rápida del sector a los cambios en el mercado**
- ◆ **Diversificación, calidad, diseño, valor y capacidad productiva**
- ◆ **Formación y calificación del RH**
- ◆ **Incorporación de tecnologías apropiadas**



Antecedentes

- ◆ Unidad de diseño aplicado 1964
- ◆ Inventario de expresiones artesanales
- ◆ Archivo de memorias de oficios y carpetas de diseño 1985
- ◆ Banco de proyectos
- ◆ ExpoArtesanías (1991) Incontro (1993), InterDesign (1994 y 1995), Workshops (1996 y 1997)



Objetivos del Proyecto

◆ Objetivo General

Integrar el sector artesanal y

la pequeña empresa a los

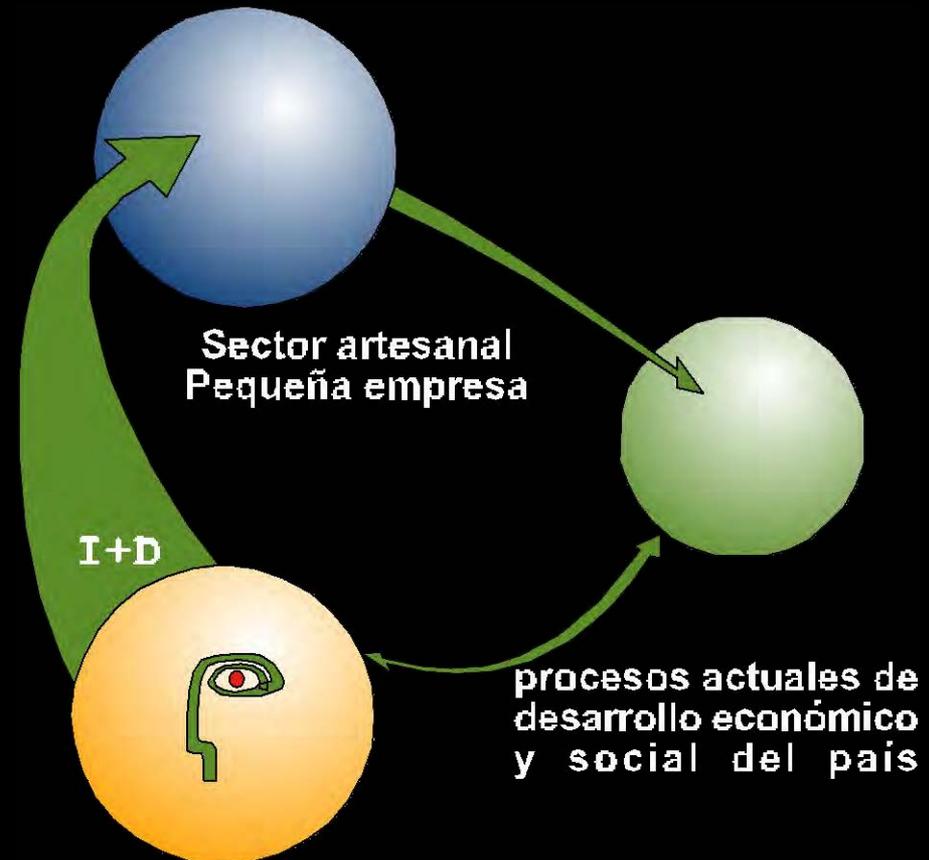
procesos actuales de

desarrollo económico y

social del país, mediante la

investigación y el desarrollo,

enfocado al mejoramiento de los productos del sector.



◆ **Específicos**

- **Desarrollo de productos artesanales con valor agregado: diseño, calidad, diversidad y productividad**
- **Realizar estudios e investigaciones para el sector**
- **Apoyo y asistencia técnica**
- **Capacitación y cualificación**
- **Recopilar y difundir información técnica**
- **Apoyo y asesoramiento en políticas artesanales**
- **Promoción y divulgación**
- **Reforzar y mejorar la identidad**
- **Cooperación e intercambio tecnológico**



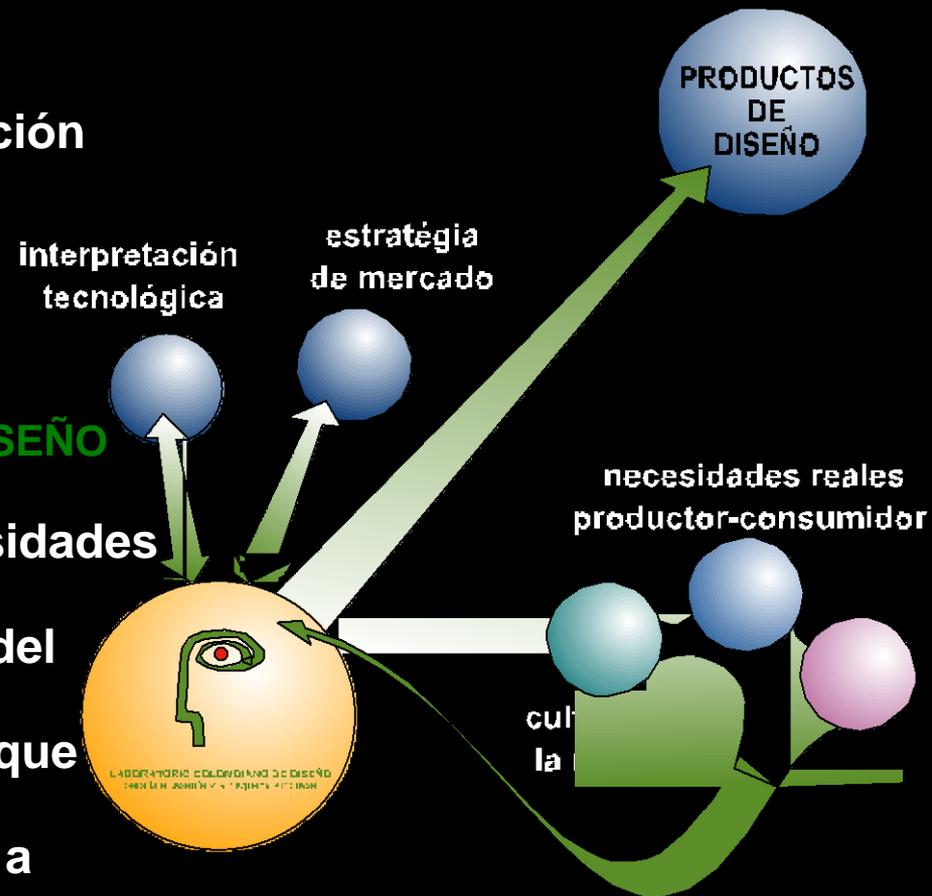
¿Que es el LCDA?

- ◆ Más allá de ser una interpretación tecnológica o una estrategia de mercado el

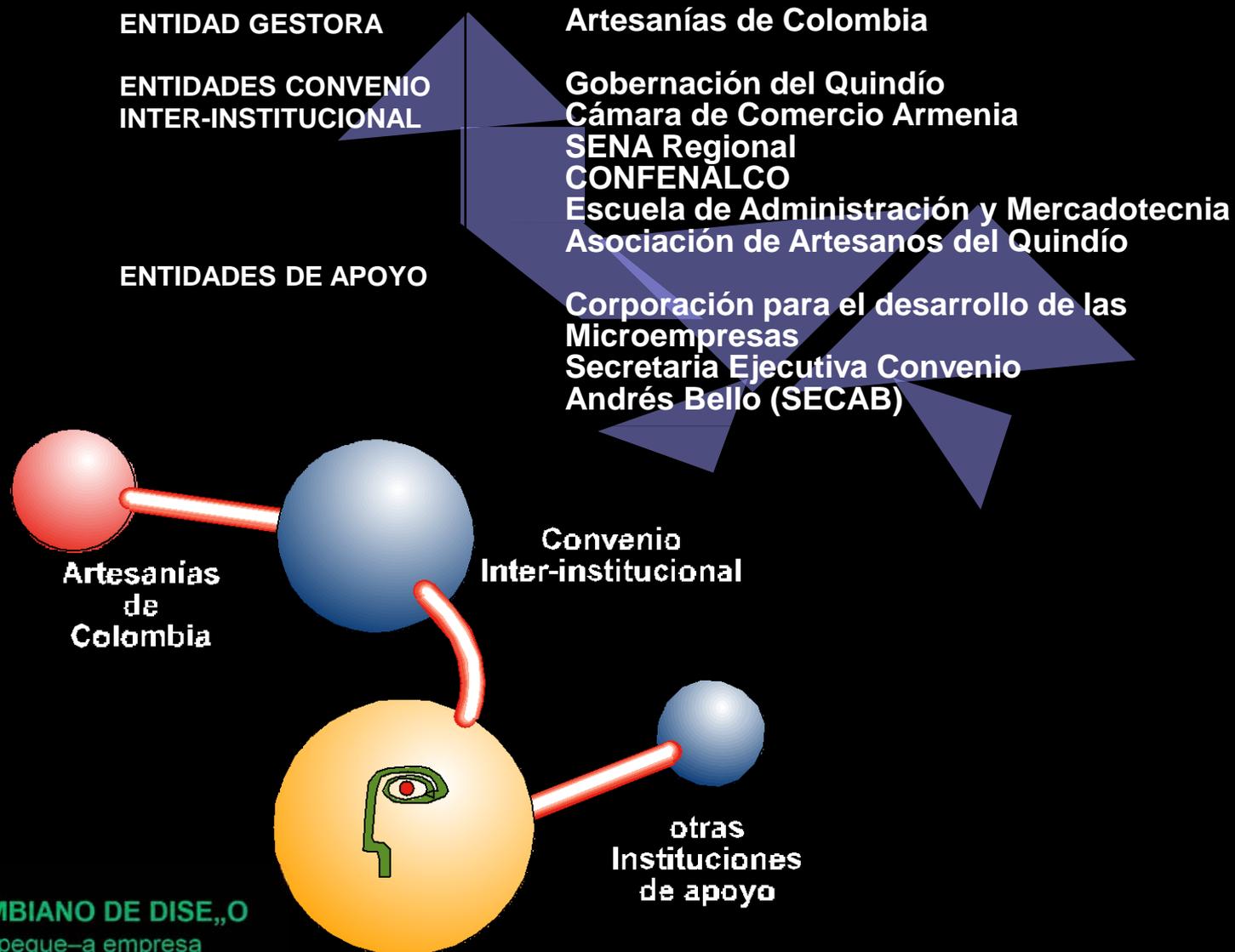
LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO

a través del análisis de las necesidades

reales tanto del productor como del consumidor, es una herramienta que da forma a la cultura de la región a través de sus productos de diseño.



Estructura

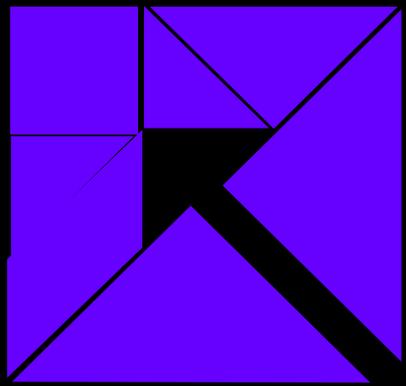


Actividades



Estrategias

Fundamento Básico
Interacción
Productor -Diseñador



Diseño Asistido por Computador



Transferencia tecnológica



Participación en ferias



Visitas a los productores



Talleres



Análisis

◆ Fortalezas

- Conocimiento del sector
- Posicionamiento a nivel de servicios
- Experiencia
- Infraestructura
- Apoyo institucional
- Know How y Good Will
- Flexibilidad y autonomía

◆ Debilidades

- Dependencia económica
- Comercialización
- Información de demanda y mercados en general
- Nivel de escolaridad del sector
- Bajos recursos
- Manejo de información

Análisis

◆ Tecnología

- CAD: reducción de tiempo, errores más rápidos, menor tiempo al mercado y reducción de costos
- Conocimiento de los oficios
- Bases de datos

◆ Estándares

- ISO 9001

Reglas

- ◆ Ninguna idea es una mala idea
- ◆ Ser creativos
- ◆ Tomar riesgos
- ◆ No se permite criticar un proceso solamente el resultado



Método

- ◆ **Generar ideas**
 - Juegos y ejercicios para estimular el pensamiento creativo
 - Descomponer los problemas en componentes de menor tamaño
- ◆ **Uso de IT para capturar las ideas**



Resumir

- ◆ Revisar ideas
- ◆ Consolidar y seleccionar por voto
- ◆ Verificar requerimientos y restricciones
- ◆ Selección de las 5 mejores ideas



Pasos a seguir

- ◆ **Imaginar escenarios**
 - Investigar las ideas generadas
 - Hacer seguimiento
- ◆ **Generar acción**
 - Convertir ideas en realidad



Programa 2000

Resultados parciales

- ◆ Asistencia 300 talleres en todo el eje cafetero.
- ◆ Artesanos asesorados: 900
- ◆ Recopilar información relacionada con el desarrollo de nuevos productos.
- ◆ Productos desarrollados: 320
- ◆ Proyectos terminados: 5
- ◆ En Ejecución: 5
- ◆ Capital Gestionado: \$ 293'000.000.00
- ◆ Ejecutado: \$ 120'628.178.99
- ◆ Capital en proceso: \$ 113'000.000.00



◆ Mejoramiento de medios digitales



Artesanos beneficiados: 1800

Responsable: Manuel José Moreno

Tiempo de Ejecución: de 01/01/2000 a 31/12/2000

Capital requerido: \$ 18'167.908.00

Capital gestionado: \$ 18'167.908.00

◆ Diversificación de técnicas de cestería



Artesanos beneficiados: 212

Responsable: Francia Arcila

Tiempo de Ejecución: 3 meses

Plazo máximo: Segundo trimestre del 2000

Capital Requerido: \$ 7'110.000.00

Capital Gestionado: \$ 7'110.000.00



◆ Fibra hilada de plátano



Artesanos beneficiados: 20

Responsable: Silvia Arango

Tiempo de Ejecución: 4 meses

Plazo máximo: Cuarto trimestre del 2000

Capital Requerido: \$ 8.300.000.00

Capital Gestionado: \$ 3'700.000.00

◆ Mercadeo regional



Artesanos beneficiados: 1800

Responsable: Enrico Roncancio

Tiempo de Ejecución: 24 meses

Plazo máximo: Segundo trimestre del 2000

Capital Requerido: \$ 19'250.000.00

Capital Gestionado: \$ 16'900.000.00

◆ Proyecto SENA



Artesanos beneficiados: 1523

Responsable: Enrico Roncancio y Manuel José Moreno

Tiempo de Ejecución: 3 meses

Plazo máximo: Primer trimestre del 2000

Capital Requerido: \$ 39'732.170.00 .

Capital Gestionado: \$ 39'732.170.00.

◆ Tecnología para cerámicas



Artesanos beneficiados: 84

Responsable: Alejandro Ramírez y María Teresa Reyna.

Tiempo de Ejecución: 3 meses

Plazo máximo: Segundo trimestre del 2000

Capital Requerido: \$ 6'910.000.00

Capital Gestionado: \$ 6'910.000.00

◆ Ferias



Artesanos beneficiados: N/D
Responsable: Manuel José Moreno
Tiempo de Ejecución: 8 meses
Plazo máximo: Primer trimestre del 2000
Capital Requerido: \$ 19'350.000.00
Capital Gestionado: \$ 19'350.000.00

◆ Misión China





◆ **Presentado por: MA Manuel José Moreno Brociner, Coordinador General LCDA**





LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO
para la artesanía y la pequeña empresa

Gestión de Diseño para la Artesanía

Convenio

ENTIDAD GESTORA Artesanías de Colombia

ENTIDADES CONVENIO INTER-INSTITUCIONAL

- Gobernación del Quindío
- Cámara de Comercio Armenia
- SENA Regional
- CONFENALCO
- Escuela de Administración y Mercadotecnia
- Asociación de Artesanos del Quindío

ENTIDADES DE APOYO

- Corporación para el desarrollo de las Microempresas
- Secretaría Ejecutiva Convenio Andrés Bello (SECAB)



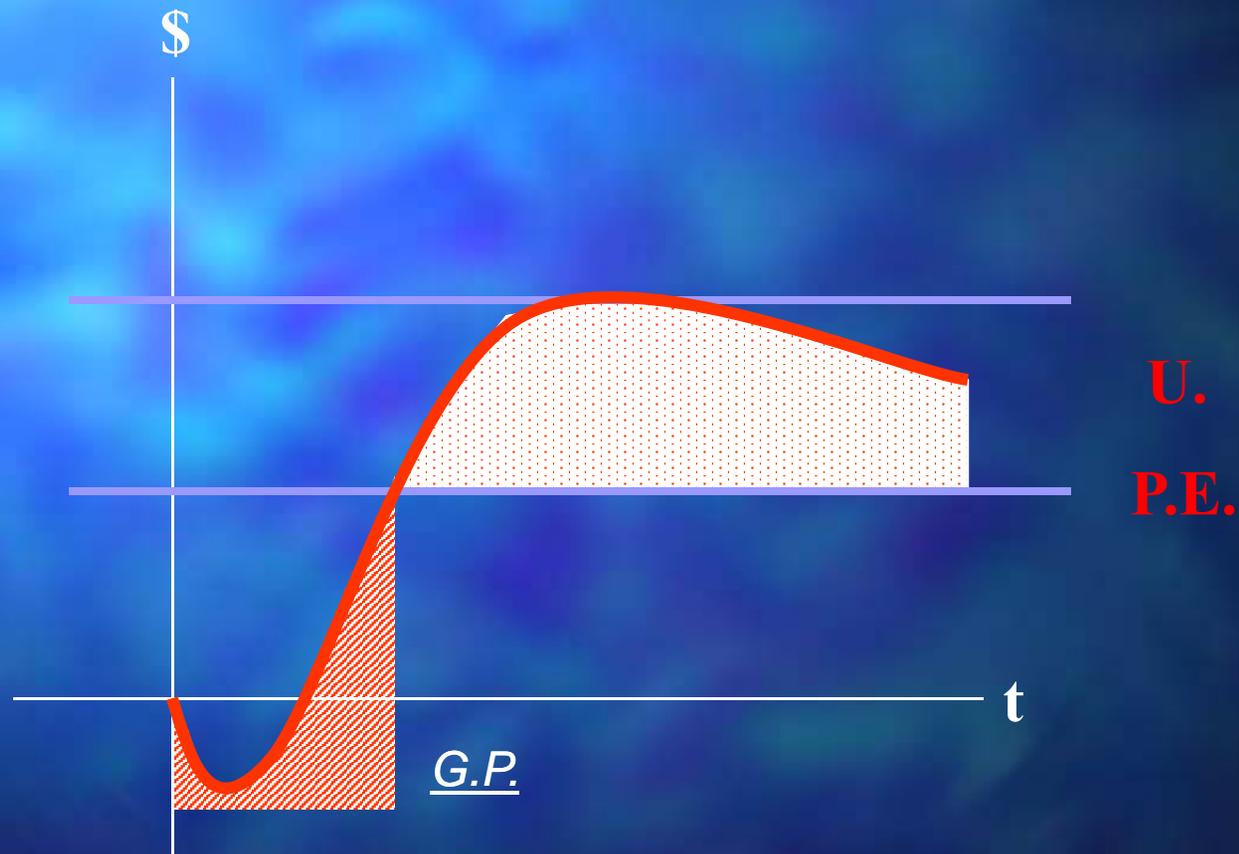
Misión y Objetivo

Más allá de ser una interpretación tecnológica o una estrategia de mercado el **LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO** a través del análisis de las necesidades reales tanto del productor como del consumidor, da forma a la cultura de la región a través de sus productos de diseño.

Integrar el sector artesanal y la pequeña empresa a los procesos actuales de desarrollo económico y social del país, mediante la investigación y el desarrollo enfocado al mejoramiento de los productos del sector.



Por que es importante la Gerencia de Proyectos en Diseno?

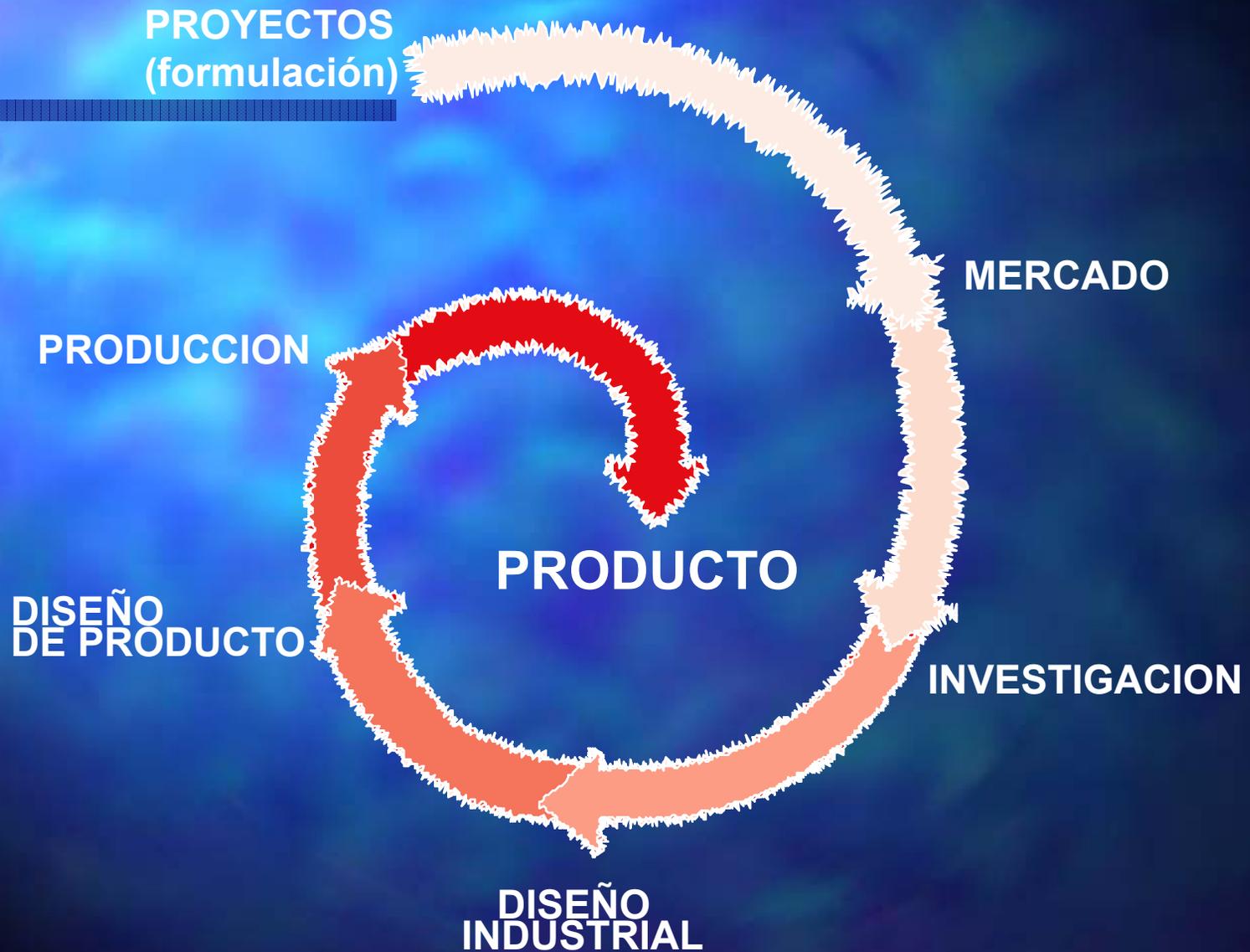


Por que es importante?

- Planear
- Programar en el tiempo
- Seguimiento y Control de Costos
- Administrar el Recurso Humano
- Administrar el Tiempo
- Evaluación de Riesgos
- Administrar la Comunicación
- Gerenciar la Integración
- Gerenciar el Gasto
- Control de Calidad



Componentes de Proyecto



Proyecto

Formulación

- Método

- Introducción: Capta la atención del lector
Describe el entorno en general

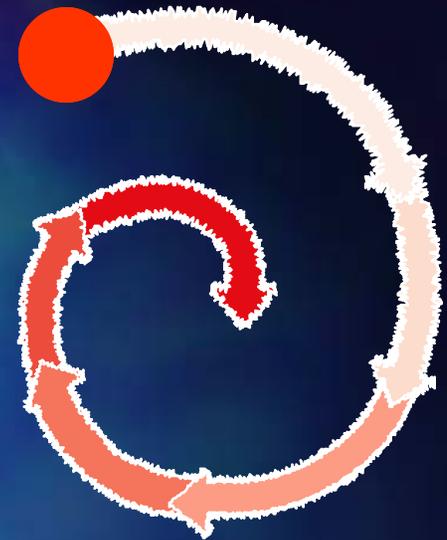
- Objetivos: Claros y concisos (que queremos hacer?)

- Metodología: Relación directa con los objetivos
(como vamos a alcanzar los objetivos planteados?)

- Planeación: Debe mostrar claramente la ruta a seguir en el tiempo
incluyendo:

- Recursos necesarios para la ejecución, interacción,
responsabilidades, dinero, ruta crítica, actividades,
puntos de control/iteración, etc.

- Resultados: Cuantificables y medibles en dinero
Proyección de ventas, PE y TIR.



Mercados

Definición

Estilo de Vida



Individualidad



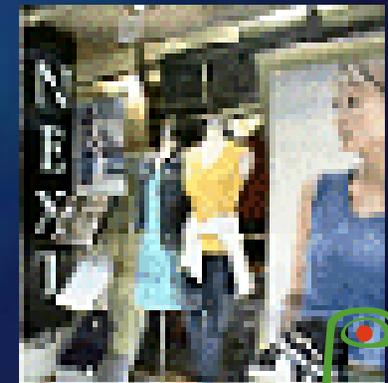
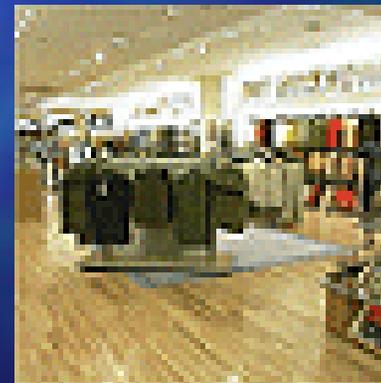
Mercados

Estilo de Vida



Marco de Referencia

- Perfil del Grupo Objetivo
Actividades,
Gustos,
Preferencias,
Edad, Sexo, Raza etc.
- Diseño para las ventas
Cadena de Abastecimiento,
Lugares frecuentados,
Rutas,
Exhibición,
Empaque,
Servicio al Cliente



Mercados

Individualidad

“ Un producto realmente tiene que decir algo sobre su dueño “



- Alta Segmentación,
- Gran variedad de un solo producto
- Define preferencias por:
color,
texturas,
accesorios
etc.



Mercados Conclusiones



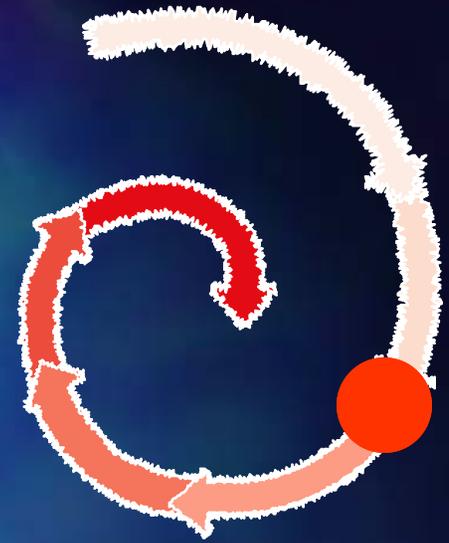
- Es el Intangible de un Diseño
- Es la calidad de la experiencia asociada con un objeto
- Hace énfasis en las cualidades materiales del objeto
- Manifiesta el estilo personal



Investigación

Tipo

- Para Diseño
- En Diseño
- A través del Diseño



Investigación

Para Diseño



- Encamina la demanda de un contexto específico de trabajo
- Altamente relacionada con un contexto
- No posee aplicaciones universales
- Esta limitada por el tiempo y el espacio



Investigación

En Diseño



- Centrado en actividades paralelas al Diseño
- Investiga procesos productivos, resultados, o el contexto económico, cultural o social del Diseño
- Incrementa el entendimiento de los objetos, procesos o contextos y sus relaciones entre si
- Se basa en precedentes de las “Humanidades” y es de carácter epistemológico



Investigación

A través del Diseño

- Trata a la práctica del Diseño como investigación en sí misma
- Hace contribuciones a la cultura sin que estén necesariamente reflejadas en el proceso de la investigación
- Esta directamente conectada con el sentido común
- Define la creatividad como un mecanismo invisible y totalmente individual
- Da al trabajo creativo el Status de investigación



Investigación Conclusiones



- Existe un método adecuado a cada una de las tareas de Diseño
- Provee criterios para evaluar un Diseño
- Provee parámetros para diseñar
- Puede materializar intangibles
- Fuente de conocimiento e inspiración para el desarrollo de nuevas ideas



Diseño Industrial

Concepto

- Entender el negocio, el cliente, el mercado y el contexto (Investigación)
- Fortalecer la Marca a través del objeto(Mercados)
- Crear y desarrollar conceptos y especificaciones que optimicen:
 - Función
 - Apariencia
 - Valor



Diseño Industrial



- **Beneficio mutuo del usuario y fabricante**
- **Preparar recomendaciones claras y concisas en 2D, 3D y escritas**
- **Expresar todos los conceptos que contienen los criterios de diseño resultantes (Investigación)**



Diseño Industrial Conclusión



“ Cuando las Industrias compiten con los mismos precios y funcionalidades, el diseño es el único factor que las distingue “

Raymond Loewy



Diseño de Producto

Adaptación del Concepto a Producción

- Prototipos rápidos
- Introducción de nuevas tecnologías
- PRE producción
- Solucionar errores
- Planear la producción



Producción

Procesos Productivos



- Medio para transformar MP en un bien o servicio

Condiciones

- MP - Flujo estable, estándar y sostenible
- Proceso - Capacidad de respuesta adecuada a la demanda, flexible, bajo costo
- Mercado - Adecuado al producto, al proceso y a MP



Producción

MP

Proceso

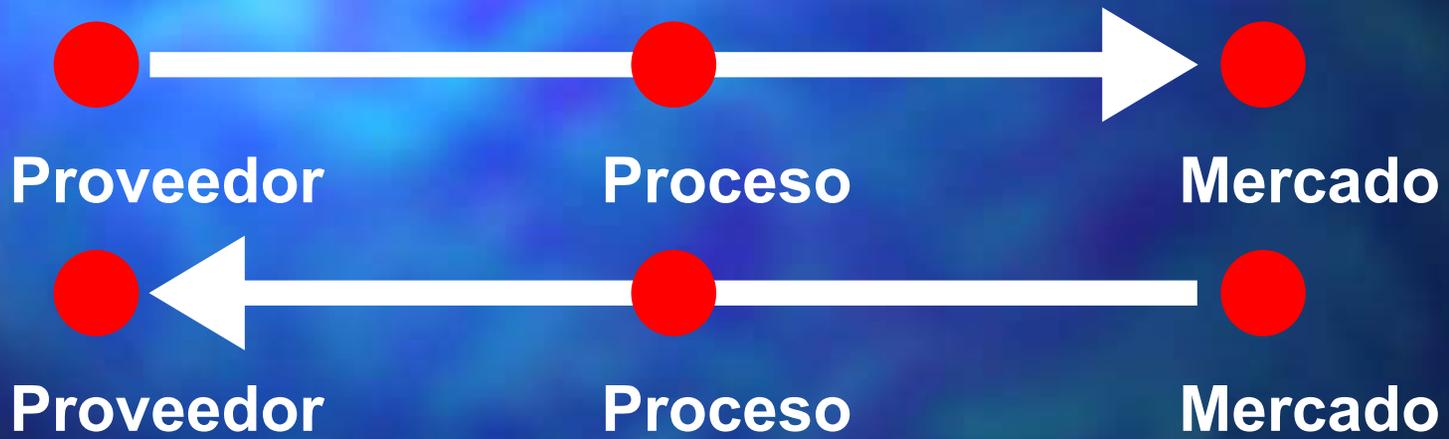
RETROALIMENTACION

Mercado



Producción

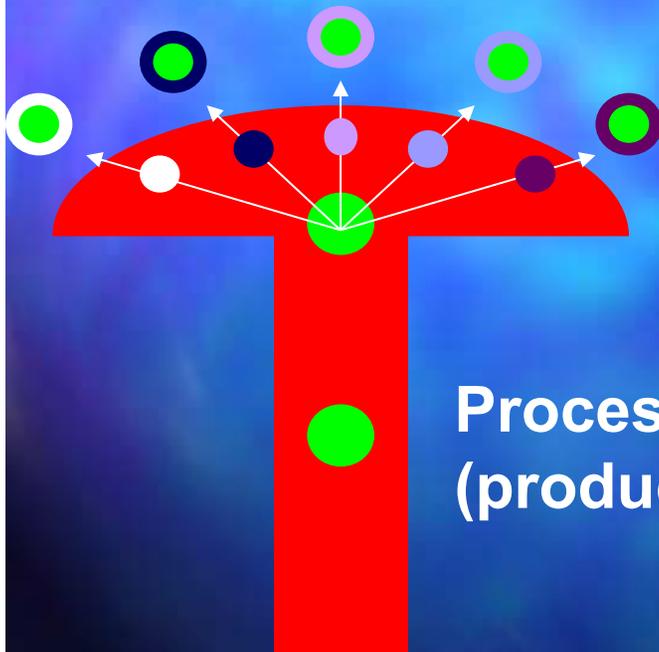
Proceso Ideal



Producción

Hongo

Variantes



Proceso Primario
(producto base)

- 3 colores
- 2 texturas
- Dibujo (si/no)
- Mate / Brillante
- Asa (si/no)

97700 posibles combinaciones



Producción Conclusiones



Beneficios

- 0 Inventarios
- Proyección en el tiempo
- Eficiencia
- Capacidad de respuesta
- Cumplimiento (J. a T.)
- Cometer errores más rápido
- Gran flexibilidad
- Permite para Alta Segmentación
- Automatización Vs. Procesos simples (herramientas pequeñas)



Que es Gerencia de Diseño?



Es una Herramienta Paramétrica para proyectar una estrategia de investigación y desarrollo en el tiempo

Que permite:

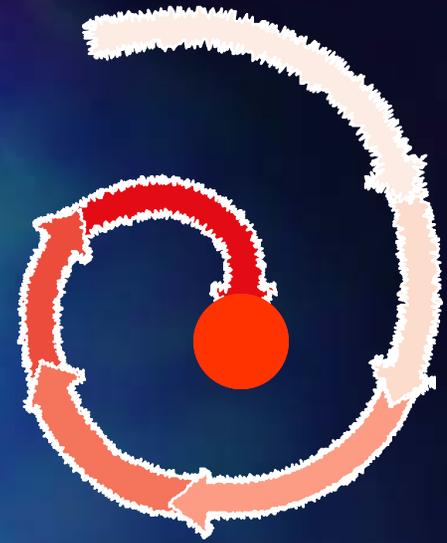
- Llegar más rápido al mercado
- Tener control total sobre el proceso y sus resultados
- Acertar en un mercado altamente segmentado
- Producto con precio justo



Que es Gerencia de Diseño?

- Control sobre el gasto
- Maximizar las utilidades
- Generar modelos productivos y estilos de vida
- Gestión de nuevas tecnologías
- Generación de procesos de aseguramiento de calidad

“ La Curva más hermosa es la de un gráfico que muestra el aumento de las ventas, y ese concepto ha sido el motor del diseño desde entonces “ R. Loewy





Laboratorio Colombiano de Diseño

para la artesanía y la pequeña empresa. Armenia, Quindío.

Conclusiones de visita de Eduardo Barroso Neto al LCDA

A continuación, se hace un análisis de las actividades del Laboratorio Colombiano de Diseño de Armenia, respecto a los campos de competencia en los cuales se interviene para el desarrollo de productos artesanales con el objetivo de determinar cuales son los puntos en dicho proceso que se deben mejorar. Este análisis fue hecho por el Diseñador Eduardo Barroso Neto, Germán Ortiz Sub-Gerente de planeación de Artesanías de Colombia y por Manuel José Moreno Coordinador del LCDA.





1- Investigación de Mercados:

- Investigación de la demanda NH
- Investigación de la demanda potencial NH
- Tendencias H
- Definición de los nichos de mercado H

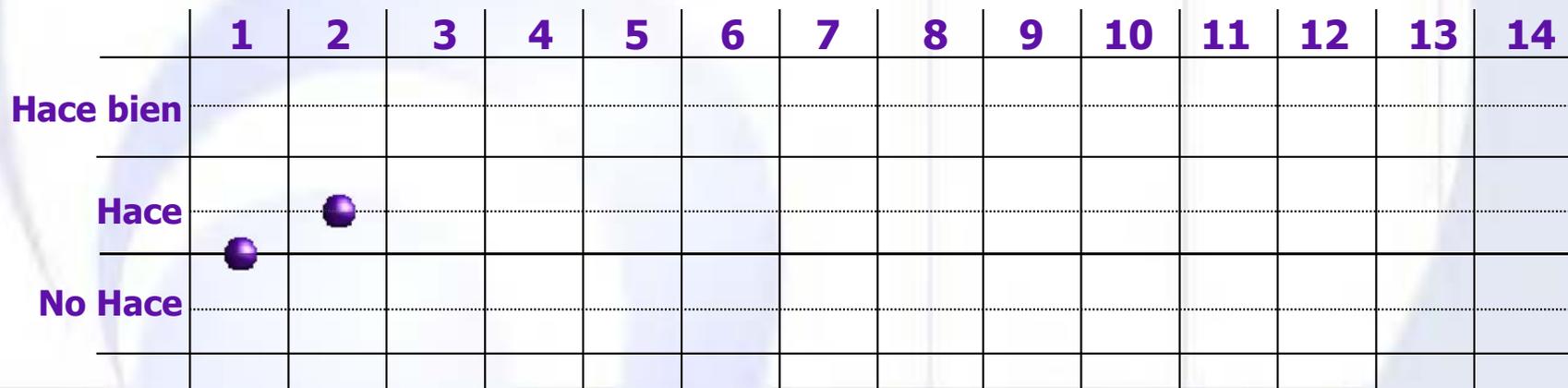
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien														
Hace	●													
No Hace														





2- Investigación de la oferta:

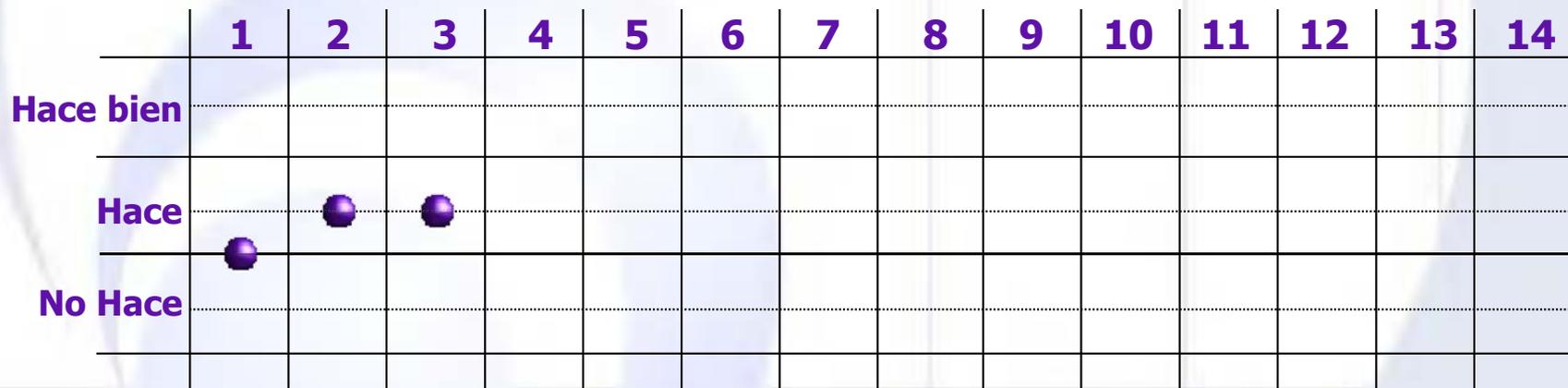
- Productores H
- Materias primas disponibles H
- Instituciones de proyectos y servicios H





3- Estrategias:

- Mediano plazo H
- Largo plazo H





4- Definición de líneas de producto

HB

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien				<input type="checkbox"/> No se puede hacer en este momento										
Hace	<input type="checkbox"/> No se puede hacer en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede hacer en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede hacer en este momento											
No Hace														





5- Capacitación:

- Artesanos H
- Profesionales H

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien				<input type="checkbox"/> No se puede hacer en este momento										
Hace	<input type="checkbox"/> No se puede hacer en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede hacer en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede hacer en este momento		<input type="checkbox"/> No se puede hacer en este momento									
No Hace														





6- Manejo de materias primas

H

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien														
Hace														
No Hace														





7- Transferencia de tecnologías

HB

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien				<input type="checkbox"/> No se puede transferir la tecnología en este momento			<input type="checkbox"/> No se puede transferir la tecnología en este momento							
Hace	<input type="checkbox"/> No se puede transferir la tecnología en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede transferir la tecnología en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede transferir la tecnología en este momento		<input type="checkbox"/> No se puede transferir la tecnología en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede transferir la tecnología en este momento								
No Hace														





8- Desarrollo de nuevos productos

HB

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien														
Hace														
No Hace														





9- Imagen / identidad de producto

NH

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien				<input type="checkbox"/> No se puede evaluar la imagen en este momento			<input type="checkbox"/> No se puede evaluar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede evaluar la imagen en este momento						
Hace	<input type="checkbox"/> No se puede evaluar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede evaluar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede evaluar la imagen en este momento		<input type="checkbox"/> No se puede evaluar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede evaluar la imagen en este momento								
No Hace									<input type="checkbox"/> No se puede evaluar la imagen en este momento					





10- Empaques

NH+

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien														
Hace														
No Hace														





11- Estandarización de la producción H

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien														
Hace														
No Hace														





12- Pruebas de mercado:

- Comunicación entre ventas y producción H-

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien				<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento			<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento						
Hace	<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento		<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento				<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento		
No Hace									<input type="checkbox"/> No se puede determinar la imagen en este momento					





13- Estrategias de promoción diversificadas NH

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien														
Hace														
No Hace														





14- Evaluación del impacto

NH

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien														
Hace														
No Hace														





Laboratorio Colombiano de Diseño

para la artesanía y la pequeña empresa. Armenia, Quindío.

- 1- Investigación de Mercados
- 9- Imagen / identidad de producto
- 10- Empaques
- 12- Pruebas de mercado
- 13- Estrategias de promoción diversificadas
- 14- Evaluación del impacto

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Hace bien				<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento			<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento						
Hace	<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento		<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento				<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento		
No Hace									<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento		<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento	<input type="checkbox"/> No se puede asegurar la imagen en este momento

