



Proyecto Laboratorios de Diseño.

Monitoreo y seguimiento a las líneas de productos desarrollados por los beneficiarios de los proyectos asignados a la subgerencia de Desarrollo y fortalecimiento del sector Artesanal

Informe final

Alejandro Rincón Díaz

Diseñador líder

Eje Cafetero Antioquia y Tolima

Bogotá, D.C. Abril de 2016



artesanías de colombia

Ana María Frías Martínez

Gerente General

Diana Carolina Pombo Holguín

Subgerente de Desarrollo

Leyla Marcela Molina

Profesional de Gestión

Subgerencia de Desarrollo

Coordinadora del Proyecto

Diseñador Líder

Alejandro Rincón Díaz



Objetivos.

Realizar monitoreo y seguimiento a las líneas de producto desarrolladas por los beneficiarios de los proyectos asignados para la Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Antecedentes.

Dentro del Proyecto de los Laboratorios de Diseño de los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda, Antioquia y Tolima, se han desarrollado actividades con miras al rescate, re diseño y diversificación de productos artesanales, con el objetivo de su comercialización en los espacios institucionales de Artesanías de Colombia en la Feria de Expoartesanías. Las actividades y avances obtenidos en este tema se describen a continuación.

1. Actividades de Diseño

En este proceso se iniciaron las actividades con la investigación de referentes y tendencias más influyentes en el medio de la decoración y regalo con productos artesanales, para darle una visión al escenario mundial que enmarca la actualidad de las artesanías y el regalo.

Así fue como vimos lo que estaba ocurriendo en tiendas prestigiosas de Estados Unidos y Europa, de donde destacamos The Conrad Shop, con sus acabados mude... natural y rústico, ABC Carpet and Home, en New York, quienes comparten esta estética de lo etéreo, rústico y natural.

En el Reino Unido aparece Habitat y Anthropology, tiendas muy prestigiosas y Avant Garde, quienes aplican una estética similar y resaltan los acabados naturales, desgastados, decapado, lo que en algunos medios se conoce como el acabado washed.

Esto es también el sello de identidad, de West Elm, y Tucker Robbins, quienes se lanzan a la escena apoyados en las materias primas como protagonistas principales del diseño, confirmando lo que se vio en febrero de 2015 en la Feria Ambiente de la Messe en Frankfurt, donde en su spot de tendencias hablan del rústico, étnico e imperfecto, “La Artesanía como un Nuevo Lujo”



Este Benchmarking, nos proporcionó, los elementos de diseño contemporáneo para establecer los requerimientos estéticos de la colección. Desde el punto de vista de la identidad cultural, tomamos la naturaleza y el paisaje de cada región para inspirar los diseños; partiendo del oficio y las técnicas artesanales, para crear objetos funcionales y útiles, que representen una revolución en el diseño aplicado a la artesanía por su balance y proporción entre material y técnica, para exhibir un producto sencillo y elegante, que atraiga la mirada y el gusto de los clientes, por su alto contenido de diseño y su identidad cultural.

Posteriormente en un primer comité de diseño en el Eje Cafetero, donde se me presentaron los avances de diseño de los laboratorios de Caldas, Risaralda y Quindío, encontré que ya se estaban desarrollando propuestas para trabajar en los distintos proyectos en ejecución según cada caso.

En ese comité hicimos sinergia con los diseñadores y elaboramos un briefing inicial de diseño que contemplaba los requerimientos y obligaciones del diseño de los productos para la colección.

Dicho documento fue puesto en común con los demás diseñadores líderes de la Subgerencia de desarrollo, y con el apoyo de los asesores del proyecto Tradición y Evolución, con quienes consolidamos el documento final Matriz de Diseño, Colección Laboratorios de Diseño 2015.

Este documento fue expuesto al Comité de Diseño de la gerencia, en donde el concepto fue aprobado y entró en ejecución en todos los laboratorios de los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima, en donde influenció el desarrollo, rescate y creación de líneas de productos artesanales, utilitarios, que comenzaron a realizarse en los talleres artesanales en el mes de noviembre de 2015, con menos de 45 días para iniciar la feria.

Se realizó control a la evolución de la elaboración del prototipo en las diferentes localidades de los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima. Posteriormente se elaboraron los formatos de consolidación de la información del producto y del productor, remitidos a la Subgerencia Comercial para preparar las órdenes de compra correspondientes a la producción encargada a los talleres, de tal manera que se pudieran pagar contra entrega, situación que no se dio por atrasos en el PAC, en Presupuesto Nacional.

Los productos arribaron casi todos al mismo tiempo a bodega de comercial, donde se les etiquetó, se les asignó precio y código, este proceso fue difícil y lento debido al espacio reducido de la bodega y al abrumador volumen de productos que llegaron todos al mismo tiempo, haciendo prácticamente colapsar la ejecución de actividades dentro de la bodega;



superado esta dificultad se despacharon en tres ocasiones distintas, productos a la exhibición en Corferias, una muy buena parte de los productos que llegaron a la bodega, no salieron de ella codificados y con precio para el stand a tiempo para la inauguración de la feria e incluso a finales de la segunda semana de feria, seguían detenidos en bodega por falta de código y precio, debido a falta de documentación de productos u otros trámites pendientes.

Para la exhibición fue elaborada una planeación del espacio a exhibir en las que fueron asignados espacios para crear micro ambientes y espacios para exhibir productos destacados, para tal efecto se hizo un lay out de la exhibición y una propuesta de visual merchandising.

La exhibición se montó el día anterior a la inauguración de la feria y contó con un 60 % de los productos destinados al lanzamiento de la colección.

Una vez comenzó la feria se dio una directriz para no vender nada hasta no tomar registro fotográfico, de los resultados, una vez fueron tomadas las fotos, se acordó vender pero no entregar sino hasta el final de la feria y los últimos tres días se decidió que finalmente se podía vender para entrega inmediata toda la mercancía.

Este continuo ajuste en las políticas de venta causó que se perdieran muchas oportunidades de venta por impulso, en donde el cliente se fue insatisfecho por no poder llevar inmediatamente el producto.

Durante el desarrollo de la feria se realizó una recolección de información sobre el número de personas que expresaron admiración o les Gusto (like's) un producto en particular, cuantos objetaron el precio, y cuantos no compraron por no poder llevar el producto.

Se recogieron datos sobre la mayoría de los interesados en el producto, pues muchas personas se resistieron a dejar su teléfono o correo electrónico y a cambio se llevaron una tarjeta de Artesanías de Colombia, o anotaron la dirección del almacén que les quedaba más cerca.

El resultado comercial de la feria es aceptable, pero definitivamente no es suficiente, pues no se pudo determinar con certeza el éxito o no de muchos de los productos, pues eran muestras únicas que no podíamos vender para entrega inmediata, lo que como se mencionó anteriormente desanimó a varios potenciales clientes.

Al final de la feria se embolsó todo y se mandó a la bodega donde fue almacenado y posteriormente enviado a los almacenes de ADC.



A partir del concepto de algunas personas que visitaron el stand en compañía de la gerente de ADC, entre ellos miembros de la Feria Maison Object Miami y otros influyentes, se hizo una selección de productos que se llamó Matriz de Diseño Validada, documento que condensa los productos exitosos y la estrategia a seguir para la ampliación y retroalimentación de los resultados comerciales de la colección.

Estas correcciones y este plan de acción, se retroalimentó a los enlaces conforme iniciaron sus contratos en la tercera semana del mes de marzo.

También realice una asistencia técnica en cada uno de los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima, donde expuse los alcances de la colección y su desempeño en Expoartesanías y el plan de acción propuesto en la Matriz validada.

Realice transferencia tecnológica en los distintos laboratorios de diseño con una exposición de las tendencias de diseño para 2016 – 2017.

Por último realice un comité de en Risaralda con la asistencia de El Gestor Nacional de Diseño y los asesores de la Subgerencia de Desarrollo, en el que se presentaron los diseños realizados a partir del ejercicio de diseño de producto que se hizo en las últimas tres semanas de abril de manera intensiva, para obtener los resultados expuestos al comité de diseño.

2.1 Construcción y desarrollo de líneas de producto para las comunidades artesanales de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima

Como Diseñador Líder de esta región, me enfoqué en el proceso de creación y desarrollo de líneas de productos comerciales, con identidad y alto contenido de diseño, estas acciones fueron canalizadas a través de los distintos enlaces regionales, con quienes trabajé en la socialización de la Matriz de Diseño, la cual sirvió de punto de partida de diseño para la creación de los productos que conformaron la colección de 2015 para Expoartesanías.

Mediante la aplicación de la metodología de diseño aplicado a la artesanía, me enfoqué en el rescate y diversificación de productos, buscando crear propuestas con identidad pero con viabilidad comercial, de esta manera me reuní de manera presencial y virtual con los diseñadores del Eje Cafetero, Antioquia y Tolima, la primera vez en el mes de septiembre en Pereira, a dicha reunión no asistió el representante del Tolima, ni el de Antioquia, pero en esta reunión se establecieron la mayoría de los parámetros de diseño que se mantuvieron para el resto de los departamentos.



En una segunda oportunidad me reuní con los enlaces y los diseñadores, ya de manera individual en cada departamento, socializando la matriz de diseño y haciendo el desarrollo de alternativas de diseño para los nuevos productos, acto seguido evalué los productos desde el punto de vista de su identidad, su función y su innovación, para escoger los mejores y con ellos hacer la propuesta de producto de cada departamento.

Una vez terminada la feria, recolecté la información sobre el comportamiento comercial de los productos y la retroalimentación a los enlaces regionales para comenzar a hacer los ajustes necesarios, para desarrollar o rediseñar las líneas de producto para la feria Expoartesano 2016.

Por último realicé una visita a cada departamento, donde trabajé con diseñadores y enlaces en la resolución y presentación de los productos para el Comité de Diseño que se realizó en Pereira en el que se presentaron todos los resultados obtenidos hasta ese momento en el desarrollo de líneas de producto, para las comunidades artesanales de los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima.

2.2 Asesoría técnica en la implementación de diseño en los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima

En esta área apoyé el desarrollo y diseño de las propuestas de diseño que se estaban llevando a cabo para los distintos proyectos regionales, que en el momento de comenzar mi contrato estaban activos en los departamentos a mi cargo.

2.2.1 En el caso de Tolima, el proyecto con CPT, comenzó a finales de 2015 y tiene contemplado el desarrollo de productos en los municipios de Coyaima, Ataco, Guamo, Venadillo, Iconozo, Natagaima, Murillo, Planadas e Ibagué.



Para ellos realicé dos comités de diseño de manera virtual y dos de manera presencial.

Fueron evaluados los productos de los 5 diseñadores activos en el proyecto, en total se presentaron 120 propuestas para la primera fase del proyecto y 60 propuestas para la segunda fase. Las propuestas fueron evaluadas y se encuentran en la actualidad en proceso de terminación para su aprobación definitiva, con miras a colocarlas en Expoartesanías 2016.

2.2.2 En el departamento de Quindío en el 2015 no había proyecto regional, pero en 2016 comenzó con tres diseñadores, quienes tienen a su cargo cuatro localidades cada uno, para el desarrollo de producto en los oficios de cestería, carpintería, papel mache y tejeduría.

Se hizo un primer comité de diseño vía video conferencia, donde se socializó la Matriz de Diseño y se dieron las pautas para comenzar a diseñar la colección para Expoartesano,

Luego se realizó un segundo comité en Armenia, para revisar los adelantos en el desarrollo de productos, y se realizaron ajustes a las propuestas presentadas



Finalmente se realizó un comité general de diseño en el departamento de Risaralda donde se evaluaron los resultados de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima, y se seleccionaron los productos que irían para la colección de Expoartesano 2016.

2.2.3 En el departamento de Risaralda en el 2015, habían contratados 4 diseñadores para el proyecto que estaba en ejecución con la gobernación de Risaralda, y estos diseñadores estaban ya activos al iniciar mi contrato, por ende yo inicié con ellos, evaluando los resultados obtenidos hasta ese momento, en el desarrollo de productos.



Esta evaluación dio como resultado una serie de productos que fueron presentados en Expoartesánías 2015 y ya en 2016, fueron analizados los resultados comerciales de la colección



presentada en esta feria y a partir de esta evaluación se planteó una estrategia de diversificación y ampliación de línea, sobre los productos exitosos, para construir sobre las fortalezas detectadas y así hacer productos más comerciales y atractivos al cliente.

2.2.4 El departamento de Caldas, en 2015, habían un grupo de pasantes que apoyaban el desarrollo de las actividades del Laboratorio de diseño, y junto con ellos desarrollamos los productos que conformaron la colección de Expoartesanías (se anexa formato FORCVS11 con el consolidado de productos desarrollados y aprobados para la feria Expoartesanías 2015)



2.2.5 Antioquia, al comenzar mi contrato, en el departamento estaba solamente activo el enlace Regional, quien no había desarrollado producto alguno, durante todo el año, por lo que inicié visitando los artesanos con los que tenía contacto, los cuales eran:

El Retiro, Talla en madera y talla en piedra, Santa fe de Antioquia, en Joyería, Jardín, carpintería y bordado, Carmen de Vival, en cerámica y por último Jericó, con talabartería, con ellos desarrollamos una línea de tres productos por cada localidad, de los cuales desarrollamos planos y dibujo isométrico, necesarios para la realización de los prototipos (se anexa formato FORCVS11 con el consolidado de productos desarrollados y aprobados para la feria Expoartesanías 2015), estos productos fueron llevados a la feria Expoartesanías, donde se les realizó prueba de mercado, dando como resultado bajas ventas debido a su alto costo, causado



principalmente por el corto tiempo de producción y la sobre valuada mano de obra debido a la temporada de final de año.

En 2016 se visitaron los municipios de Carmen de Vivoral y el Retiro para continuar el desarrollo de productos apoyados en la estrategia de ampliar líneas exitosas, con miras a hacer una producción piloto para Expoartesano.

2.3 Asesorar la conceptualización y consolidación de la matriz de diseño y las líneas de producto dirigidas al mercado en los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima.

Para dar cumplimiento a este punto hicimos junto con los demás diseñadores Líderes, una investigación de tendencias y un Benchmarking de las empresas más influyentes en la decoración y el regalo a nivel mundial para establecer los parámetros necesarios para comenzar a diseñar

De esta manera se desarrolló el documento Matriz de Diseño, en el cual se recopilaron todos los aspectos relevantes, para el diseño de los productos y colecciones.



CONCEPTO

ARTESANAL

NATURAL

CONTEMPORÁNEO

IDENTIDAD REGIONAL

IDEAS RELACIONADAS



Se desarrollaron las paletas de color, destacando los colores acentos y los dominantes, en búsqueda de dar un carácter más contemporáneo y unificados a todas las propuestas.



DOMINANTES



ACENTOS

PALETA DE COLOR 2015



MINCIT



Esta Matriz de Diseño fue a su vez alimentada con los temas de inspiración y referentes gráficos de cada región, buscando crear identidad regional.

Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío y Tolima.



REFERENTES

Montaña
Café
Hacienda

AMBIENTE - Eje Cafetero



MINCIT





Se realizaron abstracciones de patrones gráficos, como medio de expresión para los productos textiles y otros en los que la aplicación de patrones gráficos era una parte importante de los diseños.

Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío y Tolima.



REFERENTES
Patrón "Dientes"
Iconografía
Quimbaya.

AMBIENTE - Eje Cafetero



En esta matriz de diseño, se anexó además un listado de productos a diseñar y se definieron unos espacios o microambientes de decoración, donde nuestros productos podrían tener lugar.



CATEGORIA

HOME DECORE
DECORACIÓN Y
REGALO

CATEGORIA DE PRODUCTO





Se definieron los mercados objetivos y los rangos aproximados de precio, para comenzar a diseñar.



Esta matriz fue validada en el Comité de Diseño con el Área de Comercial, con el Área de Desarrollo y con la Gerente; luego fue presentada a los laboratorios de los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima, de manera presencial, por parte mía y en algunos casos se delegó esta actividad a los enlaces regionales.

Los resultados de diseño de producto, fueron recopilados y evaluados desde los parámetros de diseño establecidos en la matriz y los más sobresalientes se presentaron al Comité de Diseño en gerencia para su aprobación final y fabricación del prototipo.

Como respaldo se anexa documento Matriz de Diseño y listas de asistencia a los comités de diseño citados.

2.4 Diseñar e implementar dos líneas de productos y para el año 2016 una línea de producto icónica, para los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima.

Las siguientes son las líneas desarrolladas para cada departamento en cada periodo correspondiente. (Se anexan las respectivas fichas de producto al final del informe como archivo PDF adjunto)



2.4.1 Diseño de líneas de producto para Antioquia 2015

2.4.1.1 Línea Cuero, conformada por, alfombra, puf y cojín de cuero.

2.4.1.2 Línea de Mesa conformada por servilleteros y trinchas en plata y acero inoxidable

2.4.2 Diseño de líneas de producto para Antioquia 2016

2.4.2.1 Línea Vajilla de Mesa y Vajilla para Café

2.4.3 Diseño de líneas de producto para Caldas 2015

2.4.1.1 Línea Cestería Escultórica en calceta de plátano

2.4.1.2 Línea Cojines y Alfombras en Lana Virgen Anudada

2.4.4 Diseño de líneas de producto para Caldas 2016

2.4.4.1 Línea Floreros Sombrero en iraca y vidrio

2.4.5 Diseño de líneas de producto para Quindío 2015

2.4.5.1 Línea Cestería Escultórica en caña brava

2.4.5.2 Línea Mobiliario Terraza, mesa y puff en mimbre.

2.4.6 Diseño de líneas de producto para Quindío 2016

2.4.6.1 Línea de Textiles Bordado Aplicación Tela sobre Tela, individuales, camino de mesa y cojines



2.4.7 Diseño de líneas de producto para Risaralda 2015

2.4.7.1 Línea Mobiliario Auxiliar, barra, bancas y butacas en madera

2.4.7.2 Línea Iluminación lámpara de capullos de seda

2.4.8 Diseño de líneas de producto para Risaralda 2016

2.4.8.1 Línea de Utensilios de Cocina en Madera

2.4.9 Diseño de líneas de producto para Tolima 2015

2.4.9.1 Línea Cerámica Escultórica La Chamba

2.4.9.2 Línea Enchape en Totumo, mesa y espejos

2.4.10 Diseño de líneas de producto para Tolima 2016

2.4.10.1 Línea Cestería Escultórica en Mimbre

2.5 Asesorar el desarrollo de la colección Tradición y Evolución

El proyecto tradición evolución que comenzó el año 2014, tuvo en el 2015 su segundo año de ejercicio, en este proyecto participan varios asesores de diseño de la Sub gerencia de Desarrollo y tiene como objetivo destacar, rescatar y poner en valor las artesanías más tradicionales de nuestro país para, preservarlas y a partir de ellas generar nuevos desarrollos que continúen con la tradición artesanal y hagan honor a los oficios y técnicas en las que están desarrolladas

Al comienzo de nuestros contratos como diseñadores líderes, tuvimos la oportunidad de conocer la Matriz de Diseño que se elaboró para el desarrollo de la colección 2015, la cual nos fue presentada en un primer Comité de Diseño, al que asistimos y en el que tuvimos la oportunidad de conocer los aspectos más relevantes e influyentes para el desarrollo de los productos.



Al encontrar definido el concepto de diseño para la colección, nos enfocamos en hacer aportes para el tema de la exhibición comercial de la colección en el Pabellón 1 de Corferias, de esta manera revisamos en conjunto la distribución de los espacios para todos los proyectos que participaron y definimos la propuesta que más favorecía la puesta en escena de la colección.

De esta manera se definió que Tradición y Evolución estaría ubicada en el frente del Pabellón 1, mostrando lo más excelso de las artesanías, lo que describimos en ese momento como piezas ícono, orientadas a un nicho de mercado de poder adquisitivo alto, para coleccionistas y decoradores y en un segundo espacio, seguido al de Tradición y Evolución se ubicarían los laboratorios de diseño, donde el nicho de mercado es el de los compradores de regalos y decoración, con un precio objetivo más cómodo y al alcance de un público más grande. En el último espacio del pabellón se ubicaron los artesanos beneficiarios de los proyectos, quienes tenían artesanías tradicionales y conformaban la última escala de precio, dando así al visitante del pabellón la oportunidad de observar y adquirir productos artesanales en todos los niveles de calidad y precio.

En aproximaciones posteriores ya de manera individual con los asesores de diseño del proyecto que compartieron de manera espontánea con nosotros sus propuestas de diseño, apoyamos



desde nuestra experticia y conocimiento de la técnica y la logística de producción, al proceso de desarrollo de dichas propuestas de la colección Tradición y Evolución, para el desarrollo de productos de cerámica en La Chamba, cestería en caña flecha y mimbre.

En el segundo Comité de Diseño del proyecto al que asistimos para la aprobación de los productos que se presentaron en Expoartesanías 2015, se realizaron aportes, estéticos y en ocasiones técnicos, que permitieron la aprobación de las propuestas para dar paso a la fase de producción.

Aunque nuestra participación en este proyecto se dio de forma tangencial, debido principalmente a que teníamos tareas para el proyecto Colección Laboratorios de Diseño, que transcurrieron en algunas ocasiones al tiempo con las del proyecto Tradición y Evolución; nuestra opinión y aportes técnicos en el tema de la cerámica de La Chamba y la cestería, fueron relevantes y oportunos para la resolución de los productos.

2.6 Transferencias en metodologías del diseño a los equipos de diseño.

Transferencias metodológicas fueron hechas en los departamentos de Tolima, Caldas, Quindío y Risaralda, en los temas de tendencias 2016 – 2017, en ellas se expusieron los aspectos más relevantes en el diseño contemporáneo, que influyen en la actualidad el desarrollo de los productos de decoración y regalo.

El material usado para estas transferencias metodológicas, fueron los reportes de tendencias elaborados por el equipo de diseño de la Subgerencias de Desarrollo de Artesanías de Colombia, el cual es una recopilación de varios reportes de tendencias de Fashion Snoops y otras publicaciones especializadas.

Se hizo énfasis en la exploración de materias primas, y la re –invención de los materiales y oficios, para crear nuevas formas más innovadoras que sirvan de punto de partida para productos elegantes y simples, que se conviertan en los nuevos íconos de la artesanía.

Se hizo énfasis también en el concepto de *“Artesanía como el Nuevo Lujo”*... en el que se toma el producto artesanal como un producto, personalizado, único y excelso, en el que se usan las materias primas de origen natural para crear objetos especiales y con carácter, que representan los más altos ideales de sostenibilidad, seguridad y confort



2.7 Gestión y consolidación del componente de diseño proyectos 2015 y 2016.

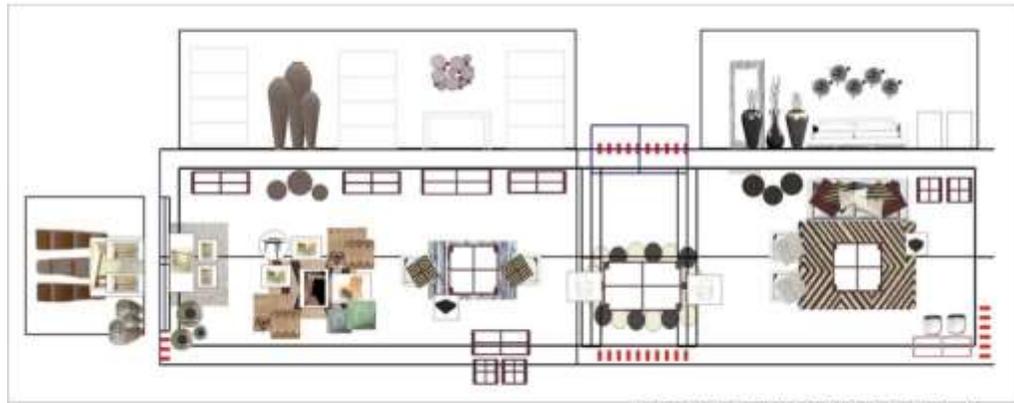
En cumplimiento de esta actividad, se realizaron reuniones de planeación y ajuste de la metodología del diseño, para iniciar una nueva forma de trabajo en la que el diseño participativo entre artesano y diseñador, fueran la piedra angular de un nuevo emprendimiento de Artesanías de Colombia, para lograr que el artesano apropie los productos y se motive a seguir creando productos, que con el apoyo de los diseñadores, y de las ferias y eventos comerciales, se consoliden como los nuevos iconos de las artesanías.

2.8 Montaje exhibición de productos en el stand de los laboratorios de diseño de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima, en Expoartesanías 2015 y Expoartesano 2016.

Para el lanzamiento de la colección, se desarrolló una propuesta de exhibición comercial y visual merchandising, en la que se tuvieron en cuenta los espacios de circulación y los productos a exhibir para darles la jerarquía y el protagonismo necesarios en la feria.



EXHIBICIÓN



PLANO Visual Merchandising – Eje Cafetero



Apoyados en este Lay Out, se fueron colocando los productos para conformar micro espacios de decoración.



Durante los días de la feria y conforme nuevos productos iban llegando a la feria, se realizaron ajustes en la exhibición para mostrar de manera adecuada todos y cada uno de los productos.



Se usaron ramas secas, flores exóticas de larga duración, hojas, frutas y otros elementos de utilería, para colocar cada pieza en su contexto y recrear un espacio vivo, en donde las artesanías cobran un valor mayor y complementan los espacios, dando un aire de contemporaneidad e identidad cultural.





Al finalizar la feria se embalaron los productos y se entregaron a los clientes, los demás fueron remitidos al Área Comercial.

2.9 Liderar los comités regionales de diseño para aprobación de propuestas de diseño a implementar.

Se realizaron tres Comités Regionales de Diseño, uno en Tolima y dos en el Eje Cafetero en los cuales se revisaron las propuestas y los avances de diseño, así como las dificultades encontradas en el proceso.



Comité de Diseño para la aprobación de propuestas para Expoartesano 2016



Asistentes al Comité de Diseño del Eje Cafetero para la aprobación de productos para Expoartesano 2016



2.10 Participación en los Comités Nacionales de Diseño



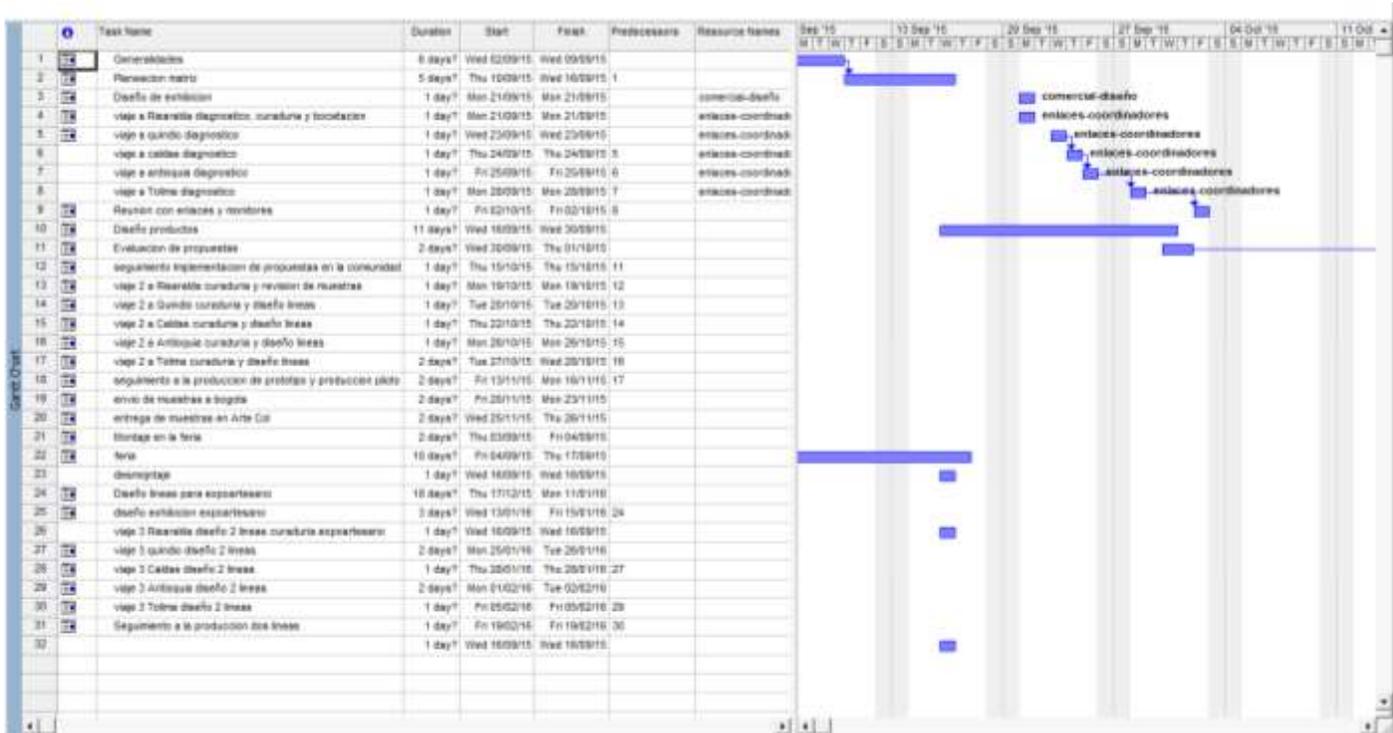
Comité de Diseño para dar inicio a la Colección Expoartesanías 2015

Asistí y participé activamente al comité con la Gerencia y Compras, para iniciar la Colección Expoartesanías 2015, de la misma forma participé en los comités para la Selección de Productos para Expoartesanías, y al Comité de Compras, para elaborar la producción piloto de los productos más exitosos, para que fueran comercializados en los almacenes de ACD.

2.11 Articular actividades con los equipos regionales de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima

Para todas las actividades se realizó una programación, en la que se tuvieron en cuenta los tiempos y actividades e insumos necesarios para lograr los objetivos propuestos, los cuales fueron compartidos y articulados con los respectivos enlaces regionales, quienes hicieron los contactos con los artesanos y realizaron la planeación de las visitas a los talleres para el desarrollo de las distintas actividades referentes al diseño y a la producción de los productos de la colección Laboratorios de Diseño 2015.

Es importante destacar el apoyo y compromiso de los Enlaces Regionales quienes siempre estuvieron dispuestos a avanzar y solucionar todos los pasos en el diseño y la producción de la colección.



Cronograma de actividades del proyecto

2.12 Visitas a comunidades artesanales de Risaralda, Caldas, Quindío, Antioquia y Tolima

Fueron realizados dos circuitos de viajes por los departamentos beneficiarios del proyecto,

En Tolima tuve la oportunidad de estar en tres ocasiones, una de ellas en Comité Regional de Diseño y luego dos veces más visitando talleres de artesanos para el desarrollo de productos para Expoartesanías y Expoartesano.



Comité de Diseño para Expoartesano en Tolima



Comité de Diseño para Expoartesano en Quindío



Comité de Diseño para Expoartesano en Risaralda

2.13 Apoyar la consolidación del manual de diseño de Artesanías de Colombia.

Junto con los demás Diseñadores Líderes, trabajamos en el ajuste y revisión del Manual de Diseño, del cual dejamos un registro escrito, mismo que se presentó en su momento a la Sugerencia de Desarrollo, para que se ajustarán las actividades de asistencia técnica y de diseño, en búsqueda de simplificar las tareas y hacer las descripciones del manual, más fáciles de entender por un público más amplio, usando un lenguaje más cercano al artesano, quien en algunos casos no tiene la preparación o la experiencia necesarias para asumir y entender algunos conceptos del desarrollo del diseño y la producción de líneas y colecciones de producto con identidad y alto contenido de diseño.

2.14 Otras actividades de diseño

2.14.1 Evaluaciones de hojas de vida de profesionales, para su inclusión en los proyectos de la sub gerencia de desarrollo.

Apoye en la evaluación y selección de profesionales idóneos para la participación en los distintos proyectos de la subgerencia de desarrollo, como asesores o como enlaces regionales.



2.14.2 Asistencia y participación en los comités de diseño para la selección de productos de mesa y cocina para la feria Expoartesano 2016.

Participe activamente en estos comités en los que evaluamos las distintas empresas que se presentaron para el área de mesa y cocina en la feria Expoartesano 2016, como apoyo técnico al área comercial.

2.14.3 Medición de la aceptación de los productos mediante encuesta a los visitantes del stand Laboratorios de diseño 2015

Durante el desarrollo de la feria se realizó una recolección de información sobre el número de personas que expresaron admiración o les Gusto (like's) un producto en particular, cuantos objetaron el precio, y cuantos no compraron por no poder llevar el producto.

Se recogieron datos sobre la mayoría de los interesados en el producto, pues muchas personas se resistieron a dejar su teléfono o correo electrónico y a cambio se llevaron una tarjeta de Artesanías de Colombia, o anotaron la dirección del almacén que les quedaba más cerca.

Productos con mayor aceptación por parte del público

PRODUCTOS	Potenciales clientes a favor	objeciones al precio	Se desaniman por no poderlo llevar de inmediato
17-07-030-A MESA ENCHAPE MESA TOTUMO	351	12	18
02-04-202-C FLORESOS VIDRIO Y CESTERIA IRACA X3	348	16	0
14-05-202-C FRUTERO MEDIANO CERAMICA	320	5	0
14-05-202-C FRUTERO MEDIANO CERAMICA	320	5	0
02-02-200-A CANASTO HUEVO CESTERIA INDIGENA	310	2	0
06-03-200-U FRUTERO ESTRELLA GRANDE	289	2	0
06-06-202-A SILLA MADERA Y CUERO 120*60*54 CM	280	1	0
06-03-200-A BATEA ORO	223	48	13
90-19-015-A SILLA BEJUCO HIERRO	214	2	0
19-07-030-C ENCHAPE TOTUMO MARCO ESPEJO MED	198	20	178
02-02-101-A CESTERIA ESCULTORICA TRORICA MIMBRE	180	1	0
01-02-030-F CERAMICA ESCULTORICA MIMBRE	145	5	0
06-03-200-H MORTERO MASERATO 2	123	2	0



2.14.4 Recolección de información de personas interesadas en los productos de la colección.

Durante los días de feria se recolecto la información de los interesados en los productos la cual fue oportunamente entregada al área comercial para su gestión y seguimiento

3. Conclusiones.

Se deben aunar esfuerzos para lograr que se articulen bien las acciones en el área de diseño y en el área comercial, para que el proceso de recepción de los productos en bodega y su posterior identificación y etiquetado, previos al envío del producto al punto de venta, sean lo más ágiles y eficientes posible, de tal forma que no se queden atorados los productos en bodega, sin poder salir hacia el punto de venta, a su prueba de mercado o venta final.

Los procesos de diseño, prototipado y producción de una colección, requieren mayores tiempos, de tal forma que sea posible hacer correcciones y retroalimentar los cambios y mejoras en los prototipos, para que al final se puedan exhibir productos terminados, con toda su información técnica y productiva necesarias, para su incursión en el mercado al detal o al por mayor.

La eficacia de todas las actividades de diseño y mejoramiento de la calidad de los productos, están directamente relacionadas a la continuidad y seguimientos de las acciones de diseño y producción con los artesanos en cada una de las localidades beneficiarias.

El tema de oportunidad y puntualidad en el pago a los artesanos, es también importante para construir credibilidad y fidelidad hacia Artesanías de Colombia, pues los artesanos en su mayoría viven de lo que venden y tienen pocos medios económicos para iniciar pedidos medianos o grandes, sin un anticipo para la compra de materias primas e insumos, lo que dificulta la acción de los asesores y diseñadores, quienes a veces se encuentran frente a la situación de no poder elaborar sus diseños por falta de recursos por parte del artesano, quien no puede solventar la producción, mientras la ADC, cancela el valor del producto

Gracias al esfuerzo de la mayoría de los Enlaces, Coordinadores Regionales y a los artesanos, fue posible realizar casi el 90% por ciento de la Colección 2015. Debido a la congestión creada



por los pedidos y órdenes de compra, en el Área Comercial, fue muy difícil sacar la mercancía de bodega a tiempo para realizar la exhibición de la colección completa en Expoartesánías

Alejandro Rincón Díaz

Diseñador Líder Zona Eje Cafetero, Antioquia y Tolima

Anexos

1. Fichas de Producto