



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Artesanías de Colombia S.A.
Centro de Desarrollo Artesanal

Proyecto Fortalecimiento de los Centros de Desarrollo
Artesanal

“Colección Colombia País Artesanal”

Alejandro Rincón Díaz

Coordinador Diseño y Producto

Bogotá D.C. Diciembre de 2007





Créditos Institucionales

Paola Andrea Muñoz Jurado
Gerente General

Manuel José Moreno
Subgerente de Desarrollo

Pedro Perini
Coordinador Centro de Desarrollo Artesanal

Alejandro Rincón Díaz
Coordinador Diseño y Producto



Tabla de contenido

1. Resumen.
2. Introducción
3. Antecedentes
4. Contexto
5. Objetivo general
6. Objetivos Específicos.
7. Metodología
8. Ejecución
9. Logros e Impacto
10. Conclusiones y Recomendaciones
11. Limitaciones y Dificultades
12. Anexos



1. Resumen.

El siguiente documento contiene las actividades y acciones realizadas desde el componente de diseño y desarrollo de nuevos productos para la Colección País Artesanal, las cuales comprenden el brief de diseño, las especificaciones técnicas del producto, el cronograma, la planeación y presupuesto de la colección y el diseño de las líneas de productos, la imagen grafica y la exhibición.

Estas labores fueron desarrolladas en conjunto con los equipos del área comercial, diseño grafico, producción y diseño.

2. Introducción

En su versión de 2007 Expoartesanías lanza la colección País Artesanal, un esfuerzo comercial y de diseño por parte de las comunidades artesanales y de Artesanías de Colombia, para crear y proponer a los mercados nacionales e internacionales una colección de productos con contenido artesanal e industrial, que respondan a las demandas de los consumidores con un producto, con identidad, funcionalidad y diseño sofisticado.

Este año la Colección País Artesanal está compuesta por 9 categorías de producto que asocian los oficios, técnicas y materias primas, más representativas y significativas de las artesanías Colombianas.

La inspiración los productos y la dinámica de trabajo llevada a cabo con los artesanos y diseñadores para el logro de la meta propuesta se describen a continuación.

3. Antecedentes

Desde el año 2000 Artesanías de Colombia y sus centros de diseño han venido desarrollando un concepto de identidad para el producto artesanal, con el propósito de originar y posicionar una imagen original y distintiva de las artesanías colombianas para el mercado nacional e internacional.

En este esfuerzo han participado distintos consultores y asesores en diseño identidad y marca, buscando crear una estética distintiva y un producto adaptado a las necesidades del mercado.

En una primera etapa la colección se llamo Casa Colombiana y durante 5 años fue muy exitosa y puntal en la estrategia comercial y de posicionamiento del diseño aplicado a la artesanía, esta versión de la colección fue nombrada Colombia País Artesanal, dentro de un proceso de evolución del concepto que busca crear una propuesta más comercial y



ajustada para el ritmo del mercado nacional y buscando consolidarse en la nueva corriente ideológica y administrativa de la empresa.

4. Contexto

Durante los últimos 5 años de ejercicio comercial de la colección los resultados de ventas han sido casi siempre crecientes, beneficiando a las comunidades artesanales con pedidos, que incrementan sus ingresos y les dan la posibilidad de seguir avanzando en sus oficios, desafortunadamente, debido a dificultades de índole presupuestal y económicas la oportunidad de venta directa y venta por impulso durante la feria han sido muy pocas, debido al escaso stock de mercancía de la que se dispone para el ejercicio comercial. Esta ha causado que los clientes tomen una actitud pasiva frente a la colección y que la miren como una simple exhibición de donde no se pueden llevar nada pues la mayoría de los productos son muestras y no se pueden retirar de la exhibición hasta el final de la feria.

El objetivo de la nueva colección es superar ese escenario y proponer productos al alcance de los consumidores dando respuesta inmediata a la necesidad de venta y entregando los productos directamente en el momento de la venta, asegurando la satisfacción del cliente y un ingreso para el artesano.

5. Objetivo general

La colección Colombia País Artesanal, busca como objetivo fortalecer un espacio de diseño y comercialización de las artesanías tradicionales, en una mezcla equilibrada entre tradición e industria, que responda a las necesidades y requerimientos de los mercados locales con proyección a los mercados internacionales, como herramienta de desarrollo comercial y de producto de las comunidades artesanales tradicionales de nuestro país.

6. Objetivos Específicos.

Contribuir al desarrollo y crecimiento de los oficios artesanales tradicionales mediante el desarrollo de nuevos productos artesanales con identidad cultural y alto contenido de diseño.

Posicionar la marca de Artesanías de Colombia como líder en el diseño aplicado a la artesanía y líder en la capacitación y asistencia técnica a las comunidades artesanales en un esfuerzo por mejorar y cualificar a los artesanos y sus productos.

Crear un espacio de comercialización donde los clientes encuentren un producto distinguido y con valores agregados que satisfaga sus necesidades y requerimientos.



Aumentar las ventas de producto artesanal con alto contenido de diseño de los artesanos y de artesanías de Colombia.

7. Metodología

La metodología empleada en el desarrollo de la colección está apoyada en el documento base sobre el tema descrito por D.I Manuel José Moreno, en el cual se sigue un proceso consecutivo para la identificación, definición y solución del diseño, a través de primero definir el problema mediante un brief de diseño que lo describe y plantea parte de la solución, luego la definición de las especificaciones técnicas del producto, en donde se describen las obligaciones y requerimientos del diseño y por último la creación de una matriz conceptual para la generación del concepto e hilo conductos de la colección.

El trabajo para el desarrollo de la colección se conformaron grupos de trabajo según áreas y especialidades, la primera diseño y desarrollo de productos, diseño grafico, comercialización, producción y exhibición, cada uno de ellos entrego los insumos necesarios al grupo siguiente para concluir con la muestra de productos exhibida durante la feria.

8. Ejecución.

8.1 Planeación y presupuesto preliminar de la colección. Con la ayuda del programa Windows Project. se describieron las actividades los requerimientos y los tiempos necesarios para producir la colección y apoyados en las colecciones anteriores, se definió el presupuesto preliminar para diseño, producción exhibición y venta de los productos. Estos documentos fueron analizados, complementados para ser compartidos con todos los miembros del equipo con el objetivo de definir y ajustar las acciones que cada uno de los actores del proyecto deben realizar.

8.2 Conceptualización. En esta etapa se inicio por analizar los resultados comerciales de las últimas dos colecciones para identificar los productos más vendidos y las más altas posibilidades de venta, seguido se realizo una investigación de tendencias de diseño, apoyados en los documentos e información de que se dispone en el CENDAR, y luego en paginas especializadas en internet.

Con esta información se definió el problema y se determinaron sus características, en una etapa mas avanzada, apoyados en el brief de diseño se desarrollaron y documentaron las especificaciones técnicas del producto, dentro de las cuales se describieron los aspectos técnicos, y productivos indispensables para la creación de los nuevos productos.

Una vez cumplida esta etapa se comenzó la construcción del concepto e hilo conductor de la colección 2008 el cual según las tendencias modernas del diseño está apoyado en un concepto *vintage* o *de nostalgia* en donde se busca recrear nuevos productos



apoyados en la estética e inspiración que estuvo influenciando los productos de décadas pasadas para nosotros en este caso de la década de los 70's.

Los resultados de ese ejercicio de diseño en el cual participaron alrededor de 12 diseñadores de todas la áreas de la empresa se condensa en un documento que se anexo a las especificaciones técnicas del producto, para dar origen a la matriz de diseño conceptual para la colección 2008, documento base para el desarrollo de los productos, la imagen y la exhibición de los productos.

8.3 Bocetación. Luego comenzó la etapa de bocetación y definición de los productos en la cual participaron también dos asesores externos de la Sociedad Colombiana de Arquitectos, quienes apoyaron a la definición y edición de los productos y del concepto de exhibición comercial.

Una vez definidos los productos, se comenzó la etapa de desarrollo de información detallada de los productos y planos técnicos para lo cual contamos con el apoyo de un grupo de dos pasantes de diseño industrial de la Universidad Nacional de Colombia.

Esta información fue validada por artesanos y diseñadores para ser entregada al área comercial de la empresa, quienes fueron los encargados a través de su oficina de compras de hacer los respectivos pedidos.

8.4 Producción. El seguimiento a la producción de los productos fue llevada a cabo por los diseñadores Sénior del CDA (Centro de Desarrollo Artesanal) e involucro el desplazamiento a las localidades de Silvania en Cundinamarca, Tabaná, Raquira en Boyacá, Carmen de Vivalora en Antioquia, y Pitalito en el Huila.

El acopio de la producción y la referenciación de los productos estuvieron a cargo de la oficina de Compras y la bodega de la empresa.

8.5 Exhibición. La exhibición y el montaje de la colección estuvo apoyada por la empresa Fractal Design, la cual fue la ganadora del concurso para la adjudicación de las exhibiciones de las áreas comercial y de diseño.

La venta y atención al público estuvieron a cargo de los diseñadores y asesores del CDA.



9. Logros e Impacto

Los logros de la colección se pueden medir primero en la participación de 45 talleres artesanales, quienes aportaron capital y mano de obra para la producción de las piezas de exhibición y el stock para la venta al público.

Las ventas hasta el momento de la elaboración de este informe transcurridos 7 días de la feria es de \$40'000.000 y la proyección para el final de la feria es superar la meta de \$ 128'000.000

En términos de Impacto, la nueva colección Colombia Pais Artesanal se ha posicionado como un espacio de comercialización con producto artesanal con identidad y buen diseño, en donde los artesanos tienen la oportunidad de colocar sus productos y adquirir experiencia y habilidades en el diseño y la comercialización.

Los visitantes al pabellón han manifestado su agrado y satisfacción; muchos de ellos han nombrado la Colección como el espacio mejor decorado y con productos más interesantes de la feria 2007.

De igual manera los medios audiovisuales y escritos que han visitado el pabellón han salido de él muy impresionados por la evolución del diseño y la nueva orientación del proyecto con una vocación más comercial.

10. Conclusiones y Recomendaciones

Este año la colección Pis Artesanal Ha logrado abrir más espacios de comercialización donde el diseño y la identidad cultural son valorados y dan al artesano beneficio y lucro económico.

Con la nueva colección se plantea un nuevo estilo en el desarrollo de colecciones de productos artesanal en la cual no se proponen espacios completos que fuercen al cliente a adquirir todas las referencias de la líneas si no proponer una serie de objetos que por sus características de diseño y funcionalidad puedan ser usados como elemento complementario o acento de cualquier tipo de decoración moderna clásica o contemporánea.

Para siguientes ediciones de la colección es necesario adelantar el proyecto para que comience en el mes de febrero y que cuente con presupuesto propio e independencia para gastarlo en la experimentación y definición de los productos más complejos como mobiliario, cerámica y algunas fibras naturales que por su procedencia y tiempo de cosecha requieren tiempos de producción más largos.



11. Limitaciones y Dificultades

Una de las limitaciones mas fuertes para el desarrollo de la colección es la falta de presupuesto para la experimentación y la planificación de los nuevos productos, teniendo en cuenta que para la obtención de piezas de mobiliario se requiere de por lo menos 6 meses para la maduración de la propuesta.