

Diseño e Innovación Tecnológica aplicados en el proceso de desarrollo del sector artesanal y la ejecución del plan de transferencia aprobado por el SENA

Comités sectorizados acorde con la metodología del Centro de Diseño

2.2 Un documento que determine la conformación de los comités sectorizados acorde con la metodología del Centro de Diseño





Créditos Institucionales

Cecilia Duque Duque
Gerente General

Ernesto Orlando Benavides
Director de Proyecto
Subgerente Administrativo y Financiero

Carmén Inés Cruz
Subgerente de Desarrollo

Sandra Strouss de Jaramillo
Subgerente Comercial

Germán Ortiz
Jefe de Planeación

Lyda de Carmen Díaz López
Coordinadora Centro de Diseño Bogotá

Dayra Palacios Mullcué
Coordinadora Laboratorio de Diseño de Pasto

Manuel José Moreno
Coordinador Laboratorio de Diseño de Armenia y el Eje Cafetero

Tabla de Contenido

1. Introducción
2. Antecedentes
3. Un documento que determine la conformación de los comités sectorizados acorde con la metodología del Centro de Diseño
 - 3.1 Comité Creativo de Diseño
 - 3.2 Comité de Producción de Diseño
 - 3.3 Comité de Merchandising y Comercialización de Diseño
 - 3.4 Comité de Diseño de Exhibición
 - 3.5 Comité de Imagen, Diseño de Internet y otras Tecnologías
4. Conclusiones

1. Introducción

El presente documento reseña la metodología de trabajo por comités implementada en el Centro de Diseño para el desarrollo de la colección “Casa Colombiana 2006”, y las líneas de producto desarrolladas por el Centro de Diseño en sus diferentes programas, proyectos y asesorías, de acuerdo a los requerimientos del segmento de mercado y el consumidor preestablecidos. Incluye las asignaciones específicas por comité y su interrelación entre estos para la culminación de este evento. Este proceso se realizó en el marco del convenio de cooperación y asistencia técnica y financiera No. 2051720 entre el SENA – FONADE y Artesanías de Colombia S.A.

2. Antecedentes

En los Centro de Diseño de Artesanías de Colombia, se ha implementado una metodología de trabajo la cual es aplicada en la división por etapas del proceso de diseño y desarrollo de las Colecciones Casa Colombiana, y las líneas de producto desarrolladas por el Centro de Diseño en sus diferentes programas, proyectos y asesorías así:

- Etapa Conceptual
- Etapa de Diseño
- Etapa de Producción
- Etapa de Comercialización

En las colecciones anteriores los integrantes de los centro de diseño hacían parte de los comités de acuerdo a su experticia, buscando así potencializar el resultado de cada uno de ellos, todos los asesores participan de las primeras etapas y luego se les asignaban tareas específicas de acuerdo a su perfil para desarrollar la producción de las líneas de producto consolidadas.

3. Un documento que determine la conformación de los comités sectorizados acorde con la metodología del Centro de Diseño

Los Centros de Diseño, cuentan con grupos ejecutivos básicos coordinados técnicamente por un Diseñador Senior. El equipo de trabajo no es parte de una estructura jerarquizada, sus acciones y actividades son desarrolladas dentro del concepto de fuerza – tarea, donde cada uno de sus integrantes se reconoce por sus capacidades y especialidades y no por el cargo que desempeña. En el organigrama del Centro de Diseño las divisiones y unidades son solamente la representación gráfica de los distintos programas de acción.



Buscando una mayor efectividad en los resultados de los objetivos del centro de diseño y especialización de los asesores, se dividió al grupo en comités de trabajo con base en sus fortalezas, asumiendo comprometidamente las tareas específicas de cada comité. Estos comités se conforman simultáneamente por Diseñadores Senior y Junior.

El Comité Directivo de la entidad, esta en permanente contacto con la coordinación técnica – operativa del Centro de Diseño, para definir y aprobar las diversas propuestas en cada comité.

Periódicamente se realiza un trabajo de conceptualización para establecer los lineamientos de diseño de producto, con una imagen original, incluyendo elementos diferenciadores y generadores de valor agregado al producto artesanal colombiano, que a la vez sean creadores de cultura y estilos de vida conexos con el gusto por lo natural, lo simple y lo sofisticado.

3.1. Comité Creativo de Diseño



- Investigación de Tendencias
- Diseño de conceptos
- Diseño y planeación de línea
- Diseño de especificaciones
- Diseño de costos
- Merchandising Visual

Líder de Comité

Patricia Valenzuela O. - Maestra en Textiles

Integrantes:

Bogotá.: Alejandro Rincón - Diseñador Industrial
Alvaro Iván Caro - Diseñador Industrial
Daniel Rubio – Diseñador Industrial
Leonor Bolívar – Diseñadora Industrial y de Joyas
Laura Oviedo – Diseñadora de Joyas
Lina Merchán – Diseñadora Industrial

Pasto: Jorge Mejía – Diseñador Industrial

Este comité está integrado por un grupo interdisciplinario de profesionales de diseño Industrial, textil y de joyas; con amplia experiencia en el conocimiento de las técnicas y oficios artesanales como también del historial de desarrollo de producto de la entidad. Los resultados del comité son presentados al Comité Directivo de la entidad quien es el encargado de aprobarlas, para continuar con el proceso de implementación y puesta en marcha de la producción.

Son encargados de implementar y canalizar la fase de conceptualización de la colección en el ejercicio de bocetación atendiendo los requerimientos formales, estructurales, técnico – productivos para el diseño de las líneas de producto, el trabajo se conduce con el direccionamiento de los tipos de intervención de la metodología del centro de diseño.

1. Rescate:

Se recupera una técnica o piezas que se han perdido por escasez de materia prima en la zona, sustitución tecnológica, cambio en la función, deculturación y/o ausencia de mercado, pero que para la demanda actual recobra vigencia.

2. Rediseño

Se toma una pieza original con un uso o función específica, que se mantiene en esencia, se interviene formalmente con innovación, introduciendo aspectos que le permitan reingresar a los diferentes mercados.

3. Diversificación

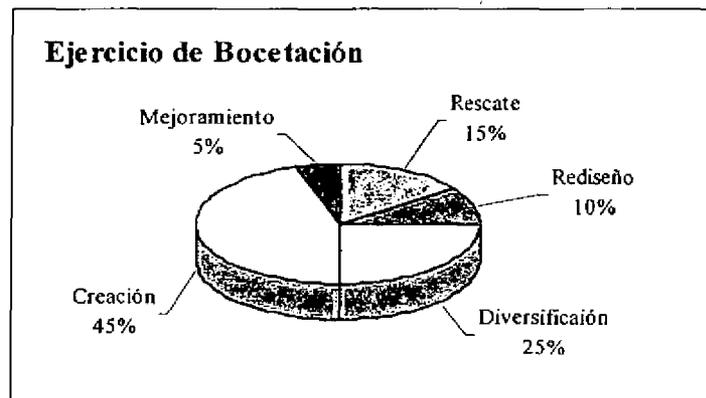
Tomando como referencia una técnica o pieza específica, se diseñan nuevas alternativas de productos, conservando los materiales, las técnicas y los elementos característicos de identidad, con el fin de ampliar la oferta respondiendo a una demanda de mercado, incorporando nueva carta de color, puntadas y tamaños.

4. Creación

A partir de la demanda y experimentación de materiales, técnicas y nuevas funciones, se crean nuevos productos de carácter artesanal, los cuales son desarrollados en talleres concedores de las técnicas y/o de los materiales.

5. Mejoramiento:

Sobre la pieza original y/o actual se modifican o corrigen fallas a nivel formal funcional o estético, que estropee en sus posibilidades de comercialización dentro de las exigencias actuales de los mercados



3.2. Comité de Producción de Diseño



- Banco de datos y manejo de artesanos y proveedores
- Planeación y control de la producción
- Logística del producto
- Calidad del diseño
- Costos del Diseño

Líder de Comité

Diana Marisol Pérez – Diseñadora Industrial

Integrantes:

Bogotá.: Claudia González – Maestra en Textiles
Nydia Castellanos – Maestra en Textiles
Carlos Calvache – Ceramista
Adriana Roa – Diseñadora de Joyas
Alexandra Bulla – Diseñadora de Joyas

Este comité lo integra un grupo interdisciplinario de profesionales de diseño Industrial, textil, joyas y especialista en cerámica; con amplio manejo en comunidades y núcleos artesanales en el desarrollo de la producción.

En este comité se establecen los lineamientos y se desarrollan estrategias para llevar a cabo la producción de las líneas de producto desarrolladas por el Centro de Diseño en sus diferentes programas, proyectos y asesorías, de acuerdo a los requerimientos del segmento de mercado y el consumidor, identificados por la empresa.

El objetivo inicial del comité es el de aplicar una metodología de trabajo para la implementación de esquemas de producción que permitan obtener los productos requeridos acorde a los parámetros de diseño, calidad, cantidad y precio competitivo.

- Desarrolla el proceso de gestión de la producción acorde a un plan de trabajo, donde se establecen metas a corto y mediano plazo, priorizando las líneas de producto con mayores oportunidades comerciales.
- Diseña estrategias y desarrolla actividades para fortalecer las líneas de producto y sus unidades productivas en factores relacionados con costos, calidad y tiempos de entrega.
- Encadena el proceso de diseño y desarrollo de producto con el proceso de gestión de producción y comercialización, aplicando mecanismos de retroalimentación de la información a lo largo del ejercicio.
- Consolida el portafolio de productores, bajo la estructura de cadenas productivas, redes de producción y talleres independientes en una base de datos con la información de grupos y talleres artesanales con buena capacidad de respuesta productiva y calidad, identificando los oficios y técnicas artesanales.
- Construye perfiles de calidad por líneas de producto para su implementación tanto en las unidades productivas como en el área comercial.
- Retoma los diseños y productos desarrollados a lo largo de los últimos años, con mayores posibilidades comerciales e identifica los factores que limitaron su total desarrollo e implementación, para determinar su viabilidad en el proceso de comercialización actual.
- Construye y establece parámetros para determinar la viabilidad productiva y el éxito comercial de los productos a partir del Benchmarking.
- Establece cronogramas de desarrollo y procesos para definir plan de compras y entrega de producto.

3.3. Comité de Merchandising y Comercialización



- Diseño de costos y de precios
- Ventas
- Mezcla de producto
- Mezcla de mercado
- Manejo de colecciones/tiempos (programa de mercadeo)
- Evaluación de comportamiento de los productos

Líder de Comité

Claudia Garavito – Maestra en Textiles

Integrantes:

Bogotá.: Elsa Victoria Duarte – Diseñadora Industrial
Liz Adriana Fetiva – Maestra en Textiles
Ricardo Durán – Diseñador Industrial
Katia Martínez – Diseñadora Industrial
Paula Carrillo – Diseñadora Industrial
Jairo Barbosa – Diseñador de Joyas

Este comité está integrado por un grupo interdisciplinario de profesionales de diseño Industrial, textil y de joyas; con un buen manejo y experiencia en la evaluación del comportamiento comercial de los productos artesanales, tanto en eventos feriales como en los puntos de venta.

Se realiza una constante investigación en el tema de Benchmarking de productos artesanales por categoría de producto, con el fin de argumentar un planteamiento de rangos de precios por producto.

Este comité se encarga de la evaluación comercial de los productos, con base en la información de los diferentes puntos de venta de la empresa y el Benchmarking, ponderando la participación por categoría de los productos artesanales, en las ventas de los almacenes.

Se consolida las referencias de producto más vendidas, realizando una estadística para ponderar las categorías de producto, estableciendo los tamaños, número de piezas por set y la cantidad de estas a exhibir, tanto en las colecciones y en los eventos feriales que se tenga participación, como en los diversos puntos de venta de la empresa.

3.4. Comité de Diseño de Exhibición

- Diseño y desarrollo de exhibición
- Montaje temático
- Logística del montaje
- Diseño de costos



Líder de Comité

Claudia Paola Ramírez – Diseñadora Industrial

Integrantes:

Bogotá.: Jaime Laverde – Diseñador Industrial
Leila Marcela Molina – Diseñadora Industrial
Jhon Aguazaco – Diseñador Industrial
Gustavo Torres- Diseñador Industrial
Juan Carlos Ferrer – Diseñador de Joyas
Laura Oviedo – Diseñadora de Joyas
Olga Quintana – Diseñadora Industrial
Juanita Muñoz – Maestra en Textiles
Alexander Cubillos – Arquitecto

Este comité está integrado por un grupo interdisciplinario de profesionales de diseño Industrial, textil y arquitectura; con amplio conocimiento en el tema de exhibición de producto y decoración de interiores.

Son encargados de establecer los parámetros de exhibición para ser aplicados en los diversos puntos de venta y eventos feriales, acorde con los lineamientos de la conceptualización. Se definen los requerimientos y especificaciones de materiales a utilizar en paneles, pisos, paredes, acondicionamientos eléctricos que respondan a los parámetros de calidad y estructuración establecidos.

Se consolida el concepto de exhibición por panel acorde con la conceptualización de la colección Casa Colombiana, adecuando un contexto particular para las líneas de producto establecidas.

Se parte de la etapa de aplicación del concepto a manejar en cada uno de los páneces, para lo cual se trabaja en el desarrollo de diferentes propuestas que son evaluadas en el Comité Directivo de la entidad para seleccionar las propuestas más viables. Una vez determinadas las propuestas a desarrollar se inicia el trabajo de costeo de los páneces, para lo cual se evalúa los aspectos concernientes a especificaciones de materiales, instalaciones, acabados, etc. Se realizan al menos dos cotizaciones de cada uno de los páneces para tomar la decisión final. El desarrollo de las propuestas finales es liderado por la parte arquitectónica del equipo. De las anteriores etapas del proceso se lleva registro detallado, de tal manera que al tener que reproducir o retomar alguna de las propuestas exista suficiente información.

3.5. Comité de Imagen Diseño de Internet y otras tecnologías



- Gráficos
- Publicaciones
- Diseños de Web
- Imagen
- Bocetos en computador
- Cad
- Diseño de Costos

Lider de Comité

Cristina Linares – Diseñadora Gráfica

Integrantes:

Bogotá.: Emerson Cárdenas – Diseñador Industrial
Javier Mejía – Diseñador Industrial
Alexis Rentería – Diseñador Industrial
Francisco Ruiz - Arquitecto

Este comité lo conforma un grupo interdisciplinario de profesionales de diseño Industrial, gráfico y arquitecto; con amplio manejo de software grafico y publicitario.

El Comité de imagen y comunicación se encarga de crear el concepto de marca de la colección Casa Colombiana y las submarcas por categoría de producto, de acuerdo a la conceptualización de la colección.

La creación de submarcas esta dirigida a reforzar el cambio de concepto de oferta de producto desde los almacenes de la empresa y su exhibición en los eventos feriales por categorías de producto. Se busca una mayor especialización y participación en el mercado con las referencias de productos más comerciales y de las cuales se puede garantizar un buen volumen de producción y calidad de los mismos.

Creación de logo y logotipo tanto de la marca de la colección como de las submarcas. Diseño y elaboración de marquillas de cada producto con la información de la colección, submarca, categoría de producto, materiales, oficio, técnica, localidad, código de barras y precio.

Se realiza un trabajo de bocetación, con base en los lineamientos teóricos del seminario de conceptualización y se realiza una revisión periódica por parte del Comité Directivo de la entidad para la aprobación de la propuesta definitiva que satisfaga las necesidades del proyecto.

Diseño y elaboración del empaque y embalaje para las diferentes categorías de producto, atendiendo la implementación del concepto grafico de la colección.

4. Conclusiones

1. La división del trabajo por comité permite una mayor especialización de los asesores y seguimiento a las actividades asignadas. Se requiere de un equipo base en cada uno, que fortalezca periódicamente sus habilidades y destrezas.
2. El trabajo de cada comité no termina al culminar las tareas específicas, debe continuar con el empalme y seguimiento a la información manejada en cada etapa del proceso.
3. El Comité Directivo de la entidad debe tener muy claros los lineamientos de la conceptualización de las colecciones para poder evaluar y arrobar cada una de las propuestas en los diversos comités.