

artesanías de colombia s.á.

INFORME

**CONVENIO DE COOPERACION INTERINSTITUCIONAL
SUSCRITO ENTRE ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A Y LA
CAMARA DE COMERCIO DE ARMENIA
CNV 2005-04**

**PROYECTO “EXPLORACION Y FORTALECIMIENTO DE LOS
LABORATORIOS DE DISEÑO PARA EL DESARROLLO DE LA
ARTESANIA Y LA PEQUEÑA EMPRESA EN EL PAIS”**

VIGENCIA 2005

CONTENIDO

1. Convenio de Cooperación Interinstitucional Suscrito entre Artesanías de Colombia S.A. y la Cámara de Comercio de Armenia.
2. ACTIVIDAD / PROYECTO
 - 2.1 Productos nuevos para el mercado nacional e internacional
 - a. Sub-Proyecto Casa Colombiana Contemporánea 2006.
 - b. Sub-Proyecto nacional Identidad Colombia 2005
 - 2.2 Estudios y Memorias
 - a. Modelo de Metodología para Diseño – Artesanías de Colombia S.A.
 - b. Redefinición del Modelo de Informe para Proyectos de Diseño de Artesanías de Colombia S.A.
3. Anexos
 - ANEXO A. Copia Portafolio de Productos Casa Colombiana Contemporánea 2006



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

1. Convenio de Cooperación Interinstitucional Suscrito entre Artesanías de Colombia S.A. y la Cámara de Comercio de Armenia.

Nombre: Convenio de Cooperación Interinstitucional Suscrito entre Artesanías de Colombia S.A. y la Cámara de Comercio de Armenia.

No.: CNV2005-004

Objeto: Mediante el convenio, Artesanías de Colombia y la Cámara de Comercio de Armenia, se comprometieron a unir esfuerzos institucionales para lograr el establecimiento del Proyecto Nacional Laboratorio Colombiano de Diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa, como centro de innovación, diseño, desarrollo de productos y mejoramiento de procesos productivos del sector artesanal, para seguir contribuyendo al mejoramiento de la calidad y competitividad de los productos artesanales e industriales del país, al desarrollo socioeconómico del sector artesanal, fortaleciendo y estimulando la oferta nacional e internacional de los productos.

Proyecto: "Explotación y Fortalecimiento de los Laboratorios de Diseño para el Desarrollo de la Artesanía y la Pequeña Empresa en el País".

Fecha de celebración: 25 Febrero de 2005

Duración: Un (1) año hasta el 24 de febrero de 2006

Monto: Trescientos veintiséis millones ciento setenta y siete mil pesos (\$326.177.000)

Prorroga: -PCNV2006-017- por dos (2) años hasta el 24 de febrero de 2008 (firma de prórroga 20 de febrero de 2006).

Adiciones: a. -ACNV2006-066- firmada el 23 de Junio del 2006
b. -ACNV2006-098- firmada el 22 de Agosto del 2006.

2. ACTIVIDAD / PROYECTO

Las actividades desarrolladas por el Proyecto Laboratorio, se han ejecutado como soporte de la acción de del mismo y como contrapartida a la gestión local, departamental, regional y nacional del Laboratorio.

2.1 Productos Nuevos para el Mercado Nacional e Internacional

a. Nombre del sub-proyecto:

Colección Casa Colombiana Contemporanea 2006.

Esta colección es de carácter nacional se desarrolló como contrapartida al Convenio SENA- Fonade 2005 / 2006, y el componente específico que correspondió ejecutar en el marco del Proyecto Nacional del Laboratorio de Diseño; específicamente se ejecutaron asesorías para el desarrollo de nuevos productos de mobiliario principal y muebles auxiliares, desarrollo de componente y partes en fibras naturales para piezas de decoración; así como exhibición, montaje, e identidad gráfica del sub-proyecto

Cobertura:

El proyecto ha tenido una cobertura nacional, así: Quindío, Boyacá, Cauca, Bogotá, Guainía, Sucre, Huila, Tolima, Guajira, Nariño, Santander, Cundinamarca

Beneficiarios:

Número: 89

Hombres: 16

Mujeres: 73

Tipo de Población: 40 Comunidades correspondientes a artesanos tradicionales, de pequeñas cabeceras municipales y zonas urbanas, de:

La Chamba Tolima, Tibaná Boyacá, Cerinza Boyacá, Guacamayas – Boyacá, Colosó, Sucre, Cereté, Rabolargo- Córdoba, Utica C/marca, Usiacurí Atlántico, El Tambo Cauca, Bogotá, D.C, Guapi Cauca, Riohacha Guajira, Barrancas Guajira, Riohacha Guajira, San Andres Islas, San Agustín Huila, San Andres de Sotavento Córdoba, Sandoná Nariño, Charalá Santander, Chía - Fonquetá C/ marca, Morroa Sucre, San Jacinto Bolívar, San Jacinto Bolívar, Ráquira Boyacá, Pitalito Huila, Duitama Boyacá, Barichara Santander, Silvania C/marca, Puerto Inírida Guainía, Santa fe de antioquia, Medellín, Ataco, Cali, Segovia, Mompox, Barranco de Loba, Mompox, El bagre, Manizales.

Actividades:

Asesoría en Diseño para el desarrollo de nuevos productos

Oficio/ Técnica/ Materia Prima:

Tejidos en caña flecha, paja tetera, fique, iraca, calceta de plátano, seda, algodón, lana, mimbre, yaré, chiqui-chiqui; Talla en piedra; Cerámica; Barniz de Pasto; Trabajo en Cuero; Mobiliario en Madera y Guadua.

Líneas de Producto/ Productos:

La colección generó un total de 200 nuevos productos, en los que el convenio participó con componentes en fibras y mobiliario; los cuales se tuvieron para lanzamiento al mercado en Expoartesanas 2.005

Resultados





Antecedentes

Casa Colombiana es uno de los proyectos de Diseño estratégicos de Artesanías de Colombia, con el cual busca generar una imagen universal y diferenciadora de la artesanía Colombiana, posicionando el producto artesanal nacional con identidad cultural, tanto en los mercados nacionales como en los internacionales.

Con dicho proyecto también se facilita la generación de desarrollo a nivel social y económico, en las regiones donde se produce la artesanía, generando empleo y ocupación dentro del sector artesanal y mejorando la calidad de vida de cada uno de los artesanos involucrados directa o indirectamente en esta actividad.

El concepto de la Colección Casa Colombiana, se ha venido consolidándose desde el año 2001, gracias al importante apoyo del consultor filipino Percy Jutare Arañador y del trabajo conjunto de los Centros de Diseño de Artesanías de Colombia: Armenia, Pasto y Bogotá; proceso en el que el Convenio correspondiente al presente informe ha sido un soporte básico para la vigencia 2.005.

La estrategia principal ha sido la de partir de una imagen original, que al tiempo que brinde elementos diferenciadores, genere valores agregados al producto artesanal Colombiano, creando cultura y estilos de vida conexos con el gusto por lo natural, lo simple y lo sofisticado; interrelacionando los objetos y las piezas de mobiliario para generar en cada uno de los espacios de la casa, ambientes acogedores que reflejen el sabor y la esencia de lo nuestro.

Gracias al crecimiento adquirido por la experiencia y el trabajo de estos años, se ha constituido una colección encaminada a la decoración de interiores, basada en productos donde el gusto por lo artesanal, lo original y lo elegante priman; dando paso a la creación de espacios amplios, iluminados y acogedores, enriquecidos por la magia de las fibras naturales, los tapetes, los cojines y las telas, y por los tapizados acentuados en el mobiliario en madera, en mimbre, y en guadua.

Conceptualización Casa Colombiana Contemporánea 2006



Para determinar las variables conceptuales de la colección "Casa Colombiana 2006", se convocó a los integrantes del equipo de asesores de los Centros de Diseño, con el fin de construir y consolidar una matriz referencial, a partir de la cual se establecerían las variables de Mercado, las características del producto como materias primas, técnicas y oficios, líneas de producto, comunidades artesanales, lineamientos de diseño estructural, funcional y estético y estandarización, entre otros.

Con base en la evaluación Comercial de las Colecciones anteriores y de una visualización de los resultados esperados, se concertó en la necesidad e importancia de presentar la "Colección Casa Colombiana" de una manera más comercial y de fortalecerla a partir de

un concepto de exhibición por ambientes en microespacios protagónicos por producto, ofreciéndole de esa manera al(a) comprador(a), la oportunidad de acceder directamente a dichos productos para observarlos, para tocarlos, para sentirlos y comprarlos, con la comodidad de hacerlo todo, en el mismo lugar de exhibición.

Se vinculó el concepto de exhibición tipo galería de producto por medio de Paneles de Exhibición (como recursos para la misma organización de los ambientes), siendo un medio para presentar creativa y organizadamente cada uno de los diferentes productos

De acuerdo a la información del departamento comercial y la evaluación de las categorías de producto más comerciales en los almacenes de Artesanías de Colombia, se definió direccionar la colección con los siguientes temas:

- Tazas para café
- Cojines
- Cestería
- Individuales
- Bowls y floreros
- Mochilas
- Accesorios de moda
- Hamacas
- Joyería
- Cenefas y accesorios arquitectónicos
- Lámparas
- Mobiliario
- Tapetes

Requerimientos para el Diseño y Desarrollo de Líneas de Producto

1. Aplicabilidad del concepto por líneas de producto

1.1. Mobiliario

- Confort
- Simplicidad
- Modularidad
- Apilabilidad

1.2. Cerámica

- Materiales puros
- Color y textura
- Geometría simple
- Ergonomía
- Alta calidad
- Unidad

1.3. Cestería

- Gran formato. Cestería tótem

- Manejo cromático
- Magnificación de las técnicas
- Alta calidad

1.4. Textiles

- Manejo de texturas
- Exaltación de detalles
- Contextualización de las telas en usos diferentes al tradicional

1.5. Accesorios

- Enlace conceptual de materiales oficios y técnicas con el espacio que ocupan y con los productos con que se relacionan, por acento, contraste o por afinidad.
- Itinerante
- Acento

2. Aspectos generales

2.1. Aspectos Comerciales

- Basada en las ventas
- Rentable
- Dirigido a un mercado mas amplio
- Versatilidad en el diseño
- Alto valor percibido, pero asequible

2.2. Aspectos Productivos

- Sencillez
- Dos pasos, tres máximo
- Liviano y /o apilable
- Logística simple
- Materiales disponibles
- Calidad

2.3 Aspectos Formales

- Nuevo, renovado, distintivo
- Diferenciado, editado
- Excitante
- Deseable

3. Mercado Objetivo.

El mercado esta definido dentro del plan estratégico de Mercadeo de Artesanías de Colombia desde el año 1994 y se define como:

3.1. Productos artesanales de mobiliario y accesorios para decoración de interiores con valor agregado y alto contenido de diseño, dirigido a almacenes de decoración independientes y tiendas de museo, donde se

comercialice productos distintivos donde el valor es mas importante que el precio. Y en general a nicho de mercado de estrato medio alto y alto.

Que generen rentabilidad alta y cuyos volúmenes de producción no sea inferior al promedio anual de ventas del almacén.

3.2. Mercado de lujo y exclusivo donde se comercializan productos artesanales con identidad cultural, altamente influenciados por la moda que demandan volúmenes de producción moderados.

4. Listado de Requerimientos de la Colección:

- 4.1 Artesanal Colombiano
- 4.2 Innovador, que haga uso de todos los medios y posibilidades del sector
- 4.3 De alta calidad, materiales y técnicas
- 4.4 Con capacidad de respuesta en términos de volúmenes de producción, para satisfacer la demanda del mercado y aprovechar la compra por impulso durante las exhibiciones comerciales
- 4.5 Con identidad cultural propia, recatando, rediseñando y diversificando productos tradicionales y de diseño
- 4.6 Contemporáneo, en concordancia con la imagen materiales y diseño de las propuestas actuales
- 4.7 Enmarcado en las tendencias de diseño, fruto de una investigación y selección de criterios de tendencia, según nicho de mercado determinado
- 4.8 Con una estrategia de mercadeo definida
- 4.9 Para un nicho de mercado específico, respaldado en un sondeo de mercados y en información comparativa frente a la competencia y a nuestros últimos resultados
- 4.10 Consistente con la idea Original del Proyecto Casa Colombiana. Imagen original y distintiva de la artesanía Colombiana
- 4.11 Apoyado en una estructura organizativa y de producción compuesta por artesanos, asesores y diseñadores con responsabilidades puntuales y obligaciones estrictas sobre los resultados y los tiempos de entrega
- 4.12 Conformado por un equipo interdisciplinario trabajando tiempo completo y de manera exclusiva para el desarrollo de la colección.

5. Listado de Requerimientos de Producto:

- 5.1 Alto contenido de diseño, proporción balanceada entre materiales formas y técnicas, simple, elegante y funcional
- 5.2 Identidad cultural, fruto de la exploración de referentes en las culturas indígenas de Colombia
- 5.3 Adaptado a las tendencias de diseño de ultima temporada, para resaltar los valores agregados y tener alto valor percibido.

- 5.4 Artesanal, pero con capacidad de producción, articulando proveedores de materias primas, productores y diseñadores, para encontrar el camino de el desarrollo sostenible de las propuestas.
- 5.5 Rescatando técnicas acabados y formas exitosas en el pasado, para explotar al máximo el trabajo hasta ahora realizado.
- 5.6 Posible en el sector artesanal, con estructuras y soluciones simples y sólidas que permitan agilidad en los procesos y fácil apropiación del producto por parte del artesano
- 5.7 Con materiales de alta calidad, estandarizados y estabilizados, que garanticen su alta calidad y su larga duración, comprados de manera programada y en volúmenes que permitan la generación de economías de escala que favorezcan el tema de reducción de costos
- 5.8 De fácil adaptabilidad por parte de las comunidades de artesanos. Para que los artesanos puedan diversificar a partir de los nuevos diseños y ampliar su oferta de productos
- 5.9 Con empaque y etiqueta que resalte sus valores agregados
- 5.10 Original y distintivo, haciendo uso de los materiales y técnicas artesanales

Concepto por Paneles Colección Casa Colombiana Contemporánea 2006

1. Acqua

- Categoría de Producto: Tazas, platos y Mugs
- Subcategoría: Jarras y vasos

El agua es el elemento primordial para el desarrollo creativo de esta propuesta en la que las tazas evocan la sencillez y elegancia de lo tradicional acentuado con formas y conceptos modernos de diseño, los cuerpos colapsados entorchados, geometrizados y las texturas, hacen de esta una propuesta novedosa e innovadora que ofrece muchas posibilidades para todos los gustos y necesidades

La paleta de colores esta muy ligada al color y materia prima principal y única de este panel, la cerámica negra de La Chamba en el departamento del Tolima.

Las propuestas de mobiliario que acompañan a la cerámica en este panel, están influenciados por las formas y colores de la cerámica tradicional de La Chamba, en una combinación con los colores crudos de la madera y las fibras naturales

2. Panel Andes

- Categoría de Producto: Cojines
- Subcategoría: Cojines duros y blandos

La inspiración para la submarca Andes, viene de las montañas, Colombianas, sus formas su color su diversidad, mediante la abstracción de este concepto, se obtiene los elementos de diseño que determinan los componentes del producto, resaltando y enriqueciendo las cualidades de las materias primas y las técnicas artesanales, donde las texturas contundentes, atractivas al ojo y al tacto, generan intriga e intención de tocar.

Los materiales empleados son la caña flecha, fibra de plátano, lana, seda, algodón, Iraca, palma estera, y tela.

En el desarrollo de estos productos participaron las comunidades de Fonquetá en el departamento de Cundinamarca, San Agustín en el departamento del Huila, Timbio en el departamento del Cauca, Bogotá, Charalá en el departamento de Santander, el Resguardo Zenú de San Andrés de Sotavento en los departamentos de Córdoba y Sucre

3. Panel Terra

- Categoría de Producto: Cestería
- Subcategoría: Cestos y Cestas

En la submarca Terra, la inspiración son las tierras cafeteras, donde se siembra y cosecha el café mas puro del mundo, sus campos fértiles y sus colores naturales son el medio de inspiración e hilo conductor de las propuestas donde la cestería aplica nuevos conceptos profundizando en la técnica y creando nuevos patrones, dejando los tejidos abiertos y planteando nuevos productos utilitarios y decorativos, en una propuesta novedosa de mezcla de materiales, donde aparecen dos elementos, calido y frío. Calido, para todas las fibras naturales, como el esparto, paja blanca y Wild Pine, entre otros y frío, para los metales, en este caso el cobre, que se entrelaza con las fibras para darle al producto un aire moderno y contemporáneo

En la paleta de color los colores dominantes son los naturales de las fibras, el crudo y el café tierra, acentuados por los verdes naturales del paisaje cafetero. Las formas dominantes son el ovalo abstraído del grano de café, complementado con formas y bocas inusuales.

Los productos principales son la cestería de gran formato, desarmable, despiezable para facilitar el transporte.

Los diseños se enfocaron para ser implementados en las localidades de Tibaná, Cerinza, Guacamayas en Boyacá; Colosó en Sucre, Usiacurí en Atlántico, San Andrés Islas

4. Panel Solar

- Categoría de Producto: Individuales y servilleteros
- Subcategoría: Redondos y Rectangulares, blandos y Rígidos

El Sol astro rey, con sus rayos hace crecer y madurar el fruto del los cafetales, a partir de este tema se desarrolla el concepto de la sub categoría solar que se aplica a los individuales

Colores naturales de las fibras, dominando el crudo (7499U, 7500U) con acentos de café tierra (497U).

Resaltar el uso de las rayas y explorar a texturas visuales, principalmente, con el manejo de la materia prima y la técnica.

Se diseñaron piezas para ser implementadas en las localidades de Tibaná, Cerinza, Guacamayas en Boyacá; Colosó en Sucre, Usiacurí en Atlántico, Guapi en Cauca y Tello en Huila; Manejando la exaltación de la técnica artesanal con la mezcla de hilos de cobre con fibras como el esparto, paja blanca, se obtuvieron productos en los cuales se maneja

el tinturado en degradación de colores del crudo al café oscuro, manejo de cruce de armado en la técnica de rollo y efecto óptico.

Requerimientos: Eventos sociales: muy sofisticados, estandarización de tamaños, etiqueta, instrucciones de uso, lavables y livianos

En el mobiliario Explorar a texturas visuales, principalmente, con el manejo de la materia prima y la técnica.

5. Panel Onda

- Categoría de Producto: Fruteros
- Subcategoría: Floreros

Onda es el concepto que se desarrolla en esta submarca donde el producto principal son los fruteros, que esbozan formas abstraídas a partir de los ríos que recorren los campos y montañas de nuestra geografía, usa las formas onduladas que dibuja el agua cuando recorre sus cauces en su camino hacia el mar. Las formas acento son las del grano de café, formas redondeadas con bocas sinuosas, orgánicas, de crecimiento gradual, con texturas que se generan por la aplicación de la técnica, creando huellas de erosión, sutiles y sofisticadas, dando al producto un toque personal e inigualable.

Se aplican conceptos de gradación de la forma, apilabilidad y conformación de set por 3 unidades para acercar las propuestas a las necesidades del mercado.

Color dominante el salmón natural claro (ver carta de color de producción 337) como color único o generando contraste con un berenjena natural claro (ver carta de color de producción 870).

6. Panel Arcos

- Categoría de Producto: Mochilas

El arco iris es tema de inspiración que determina la forma y variedad de las mochilas desarrolladas en esta submarca que exploran el manejo y uso de detalles únicos, por ejemplo para cierres y colgaderas.

Las determinantes de diseño son disminuir los diseños recargados, sin perder la identidad.

Generando piezas modernas, contemporáneas, básicas, prácticas, atractivas, que generen productos diferenciados adaptables para hombre y mujer.

Color dominante el café tierra natural, colores de complemento para mezclas verdes y cremas-crudos, color de acento el azul.

7. Panel Bruma

- Categoría de Producto: Accesorios de moda.
- Subcategoría: Cuellos, Bufandas

Para esta submarca la inspiración viene de las nubes y la bruma que envuelve el paisaje cafetero al amanecer y tiñe todos los colores con un halo de misterio y frescura, aquí encontramos accesorios de moda que exploran las texturas suaves, transmitiendo una sensación de querer tocar, sentir, poner, usar; estas texturas visuales, como el puntillismo **p r e v a l e c e n s o b r e d i s e ñ o s f i g u r a t i v o s .**

Resaltar las cualidades de los materiales, enriquecerlos, embellecerlos.

Manejando detalles únicos, mezclando materiales que se complementen, por ejemplo para cierres y colgaderas, más largas que permitan el cruce del cuerpo o muy cortas para la mano.

En la paleta de colores no hay color dominante, todos se manejan en la misma proporción, predominan los azules y verdes claros-marinos, se utilizan como acento los mismos colores con una pequeña intensidad en el tono.

8. Panel Vento

- Categoría de Producto: Hamacas
- Subcategoría: Chinchorros

Vento es el concepto que se abstrae del viento elemento indispensable para el balance de la naturaleza, el viento que mece los árboles, trae la lluvia y refresca los campos donde el café madura en espera de su recolección. Este concepto evoca frescura donde se resaltan y enriquecen las cualidades de las materias primas y las técnicas como el bordado, labrado y reservas de tintura para lograr un mayor valor diferenciado.

El material dominante es el algodón en tono crudo con colores acento como el verde, café, creando texturas visuales y táctiles que prevalecen sobre los temas figurativos.

Los diseños están compuestos por lampazos estilizados, rayas delgadas y juegos de formas por bordado y labrado.

En la ejecución de las propuestas participaron comunidades como San Jacinto, departamento de Bolívar, Morroa en Sucre, La artesanías indígenas del departamento de la Guajira y artesanos de Bogotá.

9. Panel Luna

- Categoría de Producto: Joyería
- Subcategoría: Aretes, collares, Pulseras

En la submarca Luna, el concepto esta ligado a este elemento de la naturaleza que brinda una interminable fuente de inspiración para la creación de joyas donde la plata y el oro se convierten en aliados y se mezclan con las materias primas artesanales, fibras naturales, semillas y otros materiales generando joyas con sentido e identidad y alto contenido de diseño.

Luna es un proyecto que se ha venido desarrollando con artesanos joyeros de diferentes zonas del país como Momios, santa fe de Antioquia, Choco, Manizales, Ataco, Marmato, Apartado, Quimbaya, Cali, Medellín, Bogotá, entre otras, quienes Casa Colombiana (Anexo)

Conclusiones

1. El ejercicio de la conceptualización es un eje fundamental para el direccionamiento del estilo de las líneas de producto desarrolladas por la empresa en un periodo de tiempo específico.
2. Para el óptimo resultado del ejercicio es fundamental basarse en una investigación de tendencias de producto y de Benchmarking.

3. La conceptualización y puesta en marcha de la Colección Casa Colombiana, demanda de un equipo de trabajo fijo y constante; dedicado al proyecto.
4. El buen resultado depende también del compromiso por parte de los talleres y artesanos beneficiarios del proyecto, brindando en los productos excelente calidad.

b. Sub-Proyecto nacional

Identidad Colombia 2005

Esta es una iniciativa de Artesanías de Colombia, que se ha convertido en un sub-proyecto Marca País, busca la confluencia de saberes, moda con pasión hecha para el mundo, enaltecer el valor de lo artesanal por su fabricación a mano, el buen manejo de los materiales y en la belleza del acabado, además de la originalidad de cada pieza.

Departamento/ Municipio/ Localidad:

El sub-proyecto es de cobertura nacional y en el marco del convenio correspondiente al presente informe, se realizó el soporte básico de materiales y experimentación en comunidades artesanales de las nuevas propuestas.

La cobertura del sub-proyecto en 2005, fue:

Bogotá – Cundinamarca (Santa Rosa y otros)
Fonquetá – Chía / Cundinamarca
Uribe / Guajira
Sandoná / Nariño
San Agustín / Huila
Charalá / Santander
Florencia / Caquetá
Pereira / Risaralda

Beneficiarios

Número: 28
Hombres: 1
Mujeres: 27
Tipo de Población: Urbana, rural e indígena

Tipo de Capacitación y/o Asesoría/ Actividades:

Asesoría en diseño realizada para artesanos y diseñadores de moda para el desarrollo y producción de las piezas artesanales de la colección "Identidad Colombia – Pasarela 2005". Para este año, los diseñadores de moda invitados al proyecto fueron: Amelia Toro y Beatriz Camacho y Hernán Zajar:

Estos diseñadores a partir de un taller de sensibilización e inducción al sector artesanal que realizó el presente convenio, estos diseñadores proyectan la cultura y destreza de expertos artesanos tradicionales, para mostrar una colección única y apasionante de prendas y accesorios en los que se imprime el carácter único de la identidad colombiana.

Oficio/ Técnica/ Materia Prima:

Aplicación en tela: telas 100% algodón (Santa Rosa /Bogotá)

Trabajo en torno : Tagua natural (Bogotá)

Bordados: lana 100% natural (Fonquetá – Chía – Cundinamarca)

Tejidos en crochet y trenzados: Uribe (Guajira)

Cestería: Iraca (Sandoná – Nariño)

Enrollado: Seda 100% natural (Bogotá)

Trabajo en cacho: Cacho (Bogotá)

Hilado: Fibra de plátano (San Agustín), cumare (Florencia), seda natural (Risaralda)

Líneas de Producto/ Productos- (cuantificados)

1 línea de chaquetas tejidas con técnica de crochet (Wayúu)

1 línea de bolsos tejidos en crochet (Wayúu)

1 línea de mochilas tradicionales (Wayúu)

1 línea de cinturones a partir de borlones tradicionales (Wayúu)

1 línea de aplicaciones en tela sobre chaquetas, sombreros y faldas (Santa Rosa)

1 línea de aplicaciones bordadas en lana para vestuario, bolsos, zapatos y sombreros (Fonquetá)

1 línea de piezas miniatura en iraca para accesorios (Sandoná)

1 línea de piezas en tagua para accesorios (Bogotá)

Identidad Colombia

1 línea de accesorios en cacho (Bogotá)

1 línea de vestidos tejidos en crochet en fibra de plátano (San Agustín y Barranquilla)

1 línea de bolsos en crochet en tejidos de plátano (San Agustín y Barranquilla)

1 línea de pulseras en seda (Bogotá)

Resultados e Impactos:

- El Proyecto "Identidad Colombia" ha sido clave en la promoción de las comunidades y oficios artesanales, tanto así que desde su primer lanzamiento en Colombiamoda 2003 y Milano Moda Donna 2004, se puso de moda la artesanía en la moda.
- El lanzamiento de la pasarela se realizó en Medellín, agosto 16 de 2005 y posteriormente se llevo a cabo en Milán – Italia, Octubre de 2005, logrando con ello contactos comerciales a nivel nacional e internacional que manejan directamente los diseñadores y éstos con las comunidades artesanales. Esta financiación se logró con Movistar

Alianzas: Presidencia de la República– Inexmoda – Artesanías de Colombia y Movistar.

Asesores en Diseño:

Claudia Helena González Vizcaya – Maestra en Textiles

Liz Adriana Fetiva – Maestra en Textiles

María Patricia Valenzuela Oliveros - Maestra en Textiles

Resultados

Diseñadora Amelia Toro

Los indígenas Kunas, habitantes legendarios de la zona del Darien entre Colombia y Panamá, crearon una técnica de tejido en algodón conocida como “mola”, a través de la cual representan los elementos mas importantes de la naturaleza.

340 mujeres cabezas de familia del taller “Tapiz de Santa Rosa” elaboraron los tapices primitivistas reciclando el material sobrante de las fabricas. A su vez, los grupos “Fonquetá” y “Tibabuyes” que originalmente trabajan en lana, también tejieron en algodón los diseños que se dibujan en toda la colección.

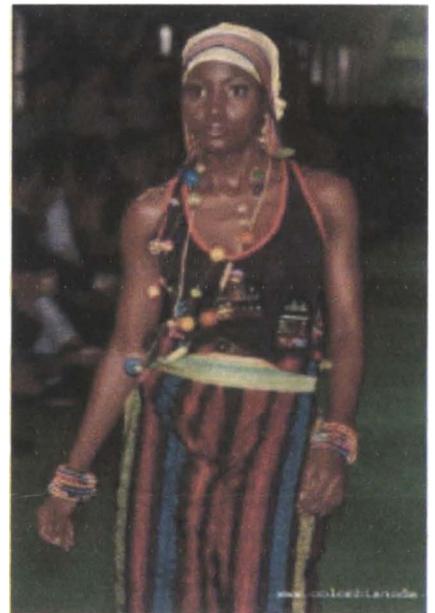
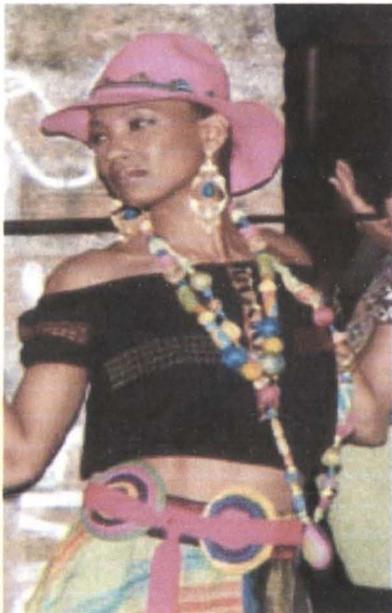
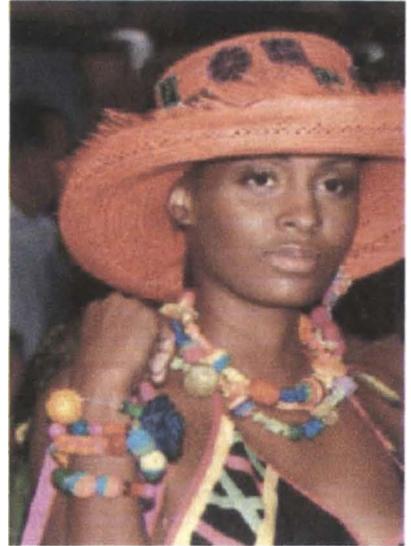
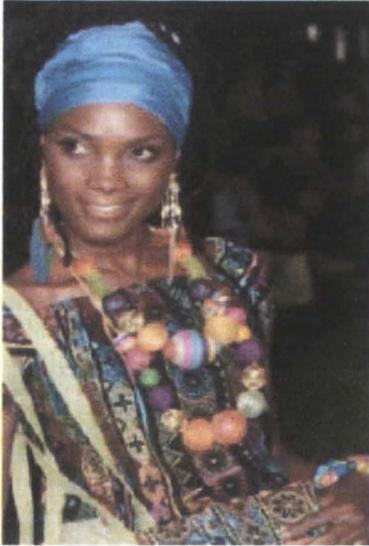




Diseñador Hernán Zajar

Las bases textiles han sido nobles sedas, en forma de hilos, cintas y galones, mezclados con algodones y fiques que se entretejen de diferentes formas. Estas fibras se trabajaron con técnicas tales como el telar, el crochet y el macramé.

Las prendas cuentan con detalles artesanales elaborados por manos indígenas como los Embera, los Katio, los Wayuù y de diferentes regiones colombianas como Mompox, Ibagué, Usiacurí, Curití, Duitama, Cartago, San Gil y Sandoná. Los accesorios están elaborados en materiales como la tagua, el totumo, semillas, fibras naturales y capullos de seda.



Diseñadora Beatriz Camacho

Se utilizaron fibras naturales que se entrelazan para crear hilos y en las texturas crudas y sofisticadas que nacen de las manos laboriosas que dedicaron horas a crear la materia prima de la colección. Otras tradiciones manuales se sumaron a este trabajo artesanal y contemporáneo: la fibra de plátano del Huila, la seda de Pereira, las escamas del sábalo de la Costa Atlántica y el algodón de Santander.



2.2 ESTUDIOS Y MEMORIAS

a. Modelo de Metodología para Diseño - Artesanías de Colombia S.A.

Introducción al desarrollo y presentación del proyecto de diseño de producto

Con la participación directa de los Coordinadores de las Unidades de Bogotá y Armenia, del laboratorio de Diseño, se adelantó un documento que permita avanzar de acuerdo a la experiencia de la Empresa, en la filosofía del diseño aplicado a la artesanía y sus herramientas metodológicas.

ARTESANOS Y DISEÑADORES TEJEN PAIS

Los artesanos crean, tejen y moldean con pasión la historia, el pensamiento, la visión y la riqueza cultural de la sociedad tradicional colombiana. Por medio de la creatividad, las diversas técnicas de trabajo y las materias primas utilizadas, elaboran artesanías que se convierten en referentes culturales de los pueblos y sociedades.

El valor de las artesanías radica en su fabricación a mano, en el buen manejo de los materiales y en la belleza del acabado, además de la originalidad de cada pieza. Lo artesanal permanece, nunca pasa de moda, porque aquí se plasma toda la pasión de una comunidad que lucha por conservar sus tradiciones.

LAS DISEÑADORAS

Pasarela movistar Colombia 2006

Donde la moda se encuentra con la pasión

María Luisa Ortiz

Su fuente de inspiración es la colonia y la conquista en el marco del Caribe Colombiano. Los diferentes personajes de la época como colonos, señores feudales, esclavos y mujeres bellas presentan diferentes elementos del diseño artesanal.

A estos personajes, María Luisa les impregna los materiales y oficios artesanales como la sombrerería en iraca de Sandoná, Nariño, tejeduría en algodón de San Jacinto, bordados de Cartago y Bogotá, la cerámica del Carmen de Viboral y la joyería de Mompox.

Su presentación en la Pasarela **movistar** Colombia 2006, traerá una mezcla de lo que una mujer original, sofisticada, contemporánea, que se preocupa por su apariencia, se apropia de lo artesanal, lo tradicional y en los materiales rústicos, para convertirlos en prendas "objetos del deseo".

María Luisa Ortiz, ha vivido un proceso de madurez en la comunicación que maneja con estas comunidades de artesanos. Gracias a su trabajo, muchos de estos grupos han logrado trascender comercialmente con sus productos nacional e internacionalmente.

Esta es la segunda pasarela que presenta bajo el concepto de Identidad Colombia. Ella considera que es una excelente oportunidad para resaltar los estilos de vida y de trabajo de un gran número de personas que día a día se esfuerzan por mantener las costumbres de todo un país.

Amelia Toro

Se inspira en el estilo de vida de las mujeres que, como ella, trabajan y buscan prendas cómodas que las hagan ver elegantes y femeninas.

Para la presentación de sus diseños en la Pasarela **movistar** Colombia 2006, Amelia Toro encontró en los grupos artesanos: Wayuú, Cunas e Ingas, toda la inspiración y los materiales más apropiados para transformar los textiles y accesorios que tradicionalmente usa para sus diseños.

Ahora los tapices y texturas que producen estas comunidades se convierten en íconos de moda. Los distintos tejidos de las mochilas hacen parte de carteras, cinturones y demás prendas de vestir.

Amelia Toro se adapta a ellos, respeta su historia y tradición. Trabaja con los tejidos que ellos elaboran. No los transforma, sencillamente los ajusta a sus creaciones y los convierte en moda.

En la Guajira trabajó con la comunidad indígena Wayuú. Un grupo que conserva sus profundas tradiciones culturales y se caracteriza por la solidaridad, hospitalidad y creatividad de su gente.

Ellos le permitieron profundizar y entender su cultura. El trabajo de esta diseñadora siempre sale del corazón, pues sus diseños van más allá de ser lindos y buscan rescatar y promover las tradiciones culturales de nuestro pueblo.

LAS COMUNIDADES

Comunidad Wayú

Amelia Toro

María Luisa Ortiz

Los Wayú son un pueblo indígena que habita la península de la Guajira, nororiente de Colombia. La tradición de esta comunidad cuenta que Waleker, la araña, le enseñó a tejer a la mujer Wayú. Su tejido descansa en el mito y los ritos de la iniciación del encierro adolescente. Los Kanás (diseños) de sus tejidos, que se elaboran a mano con agujas, hacen parte del arte antiguo de la tejeduría que mediante figuras abstractas geométricas representan su estructura matriarcal y comunitaria, el centro del universo, su medio ambiente y su cotidianidad, recreando el mundo que los rodea.

Comunidad de Sandoná

Amelia Toro

María Luisa Ortiz

La producción artesanal del departamento de Nariño es una de las más significativas del país. Hay más de 8.400 productores, de ellos el 80% son mujeres y el 19% son hombres. La iraca es una planta de la cual se saca el material para elaborar los tejidos, toma aproximadamente de 4 a 5 meses desde que es sembrada hasta que está lista para ser recolectada. Para la elaboración de un sombrero, se utilizan aproximadamente 10 cogollos. Los artesanos emplean de uno a dos días para la confección de un sombrero, en promedio.

**Comunidad Cuna
Amelia Toro**

La mola es una prenda de vestir femenina que consistía inicialmente en una blusa de tela de algodón confeccionada mediante la técnica de la aplicación. Dos, tres o más piezas de tela, una sobre otra, permiten cortar dibujos cuyos colores surgen a medida que éstos se abren paso por entre los tajos del diseño que se cosen con puntadas pequeñísimas.

Los cunas usan gran variedad de nombres para las molas. La *chuchumor*, dibuja una mariposa enorme, la *kurkumor* pinta un gran calabazo y la *sukumola*, tiene como motivo un pez. Sin embargo, esto no quiere decir que haya un catálogo de temas.

Los colores vibrantes, los diseños y el papel que la mola desempeña en la economía política de los cunas, la han convertido en uno de los signos de la identidad de este pueblo dentro del mundo aborigen.

**Comunidad Carmen de Viboral
María Luisa Ortiz**

Municipio de Colombia ubicado en el departamento de Antioquia. El Carmen De Viboral es conocido como la *Cuna de la cerámica artesanal* y actualmente existen varias fábricas productoras de cerámica que durante años se han dedicado a esta actividad.

Como dato importante de la economía histórica se sabe que en 1898 don Eliseo Pareja, un aprendiz de locería en el municipio de Caldas, trajo a El Carmen de Viboral la idea de la técnica de la fabricación de cerámicas, ya que tenía información de que el municipio poseía grandes cantidades de arcilla y caolines. Fue la cerámica la que brindó mejores condiciones de vida a los carmelitanos y permitió el crecimiento económico de la población.

Comunidad de Mompox
María Luisa Ortiz

El municipio de Mompox se ha caracterizado por la tradición joyera y orfebre que fue tomada como herencia de los colonizadores españoles. Este oficio ha sido enseñado de generación en generación, y se ha distinguido por el excelente trabajo en la técnica de la filigrana que se ha convertido en un sello característico de los orfebres del municipio.

La filigrana es la técnica de trabajo y expresión artística más valiosa que ha practicado durante siglos el orfebre momposino. Hablar de la orfebrería de Mompox es hablar de filigrana. El hilito de oro es el símbolo de su identidad. La continuidad en el tiempo de la mayoría de las fases del proceso y de muchos de los diseños originales, son elementos suficientes para demostrar su importancia y fuerte arraigo histórico.

La filigrana se trabaja en dimensiones de miniatura. Es una artesanía que se realiza con finísimos alambres de oro, que se consiguen después de estirar, torcer y aplanar el metal, mediante procedimientos que conjugan diversos elementos de la naturaleza con el esfuerzo humano.

Comunidad de San Jacinto
María Luisa Ortiz

En el municipio de San Jacinto, Departamento de Bolívar, a dos horas por carretera de Cartagena de Indias, más de 2.000 artesanas heredaron de los indígenas Zenúes, las técnicas precolombinas del tejido y tinturado de hamacas (kyat o lampazo).

San Jacinto atesora una rica tradición cultural folclórica que data de los primeros pobladores indígenas, de quienes heredaron, además de los tejidos, la música de gaitas.

Comunidad Inga
Amelia Toro

La comunidad Inga es una de las más representativas del país; se establecieron en el territorio colombiano desde antes de la llegada de los españoles. Hoy en día se ven en las grandes ciudades luchando por mantener vivas sus tradiciones, a pesar de la influencia de su nuevo lugar de vivienda.

Esta comunidad indígena es descendiente de los antiguos incas peruanos. Su presencia en el territorio colombiano data desde poco antes de la llegada de los conquistadores españoles. Su asentamiento en la región del Alto Putumayo se puede ubicar entre 1500 y 1520 después de Cristo.

Después de los paéces y los guajiros, son la tercera etnia indígena más grande del país. Su sitio de residencia permanente es el municipio de Santiago, en el departamento de Putumayo. Hoy, sus casi 12.000 miembros están dispersos por todo el país. A pesar de ser una cultura tan representativa, es muy poco lo que se sabe de ella.

Podemos verlos por las calles de las principales ciudades colombianas vendiendo amuletos para la buena suerte, contras para el "mal de ojo", hierbas medicinales, riegos para conseguir trabajo o pócimas para mantener al ser amado, razón por la cual ostentan fama de curanderos, del alma y también del cuerpo.

Artesanos de Bogotá: Bisutería en Cacho
Amelia Toro
María Luisa Ortiz

Empresa familiar con más de 50 años de trayectoria. Dirigida por José Castañeda, padre de 7 hijos de los cuales 5 trabajan con él en la elaboración y diseño de bisutería en cacho. La materia prima son los cuernos de la vaca y el toro que la consiguen en el matadero. Ellos le dan uso a un desecho.

El cacho se introduce en agua, éste se ablanda y se vuelve maleable. Finalmente se introduce en unos moldes, con sus propias creaciones. Es una técnica milenaria.

Grupo Artesanal de Kennedy
Amelia Toro

La Familia Zamora trabaja desde hace 18 años con semillas extraídas de los frutos nativos de la zona templada de Cundinamarca. Su materia prima es la semilla chambibe, que proviene de un árbol similar al coco, también utilizan semillas de frijol rojo o diamante rojo, ovejero y realizan combinaciones con cuero. Las hermanas Zamora aprendieron la técnica para elaborar sus accesorios de los artesanos inmigrantes a la ciudad.

ARTESANOS Y DISEÑADORES UNA VEZ MÁS EN LA PASARELA MOVISTAR COLOMBIA:

Donde la moda se encuentra con la pasión

- *Diseñadores y artesanos tejen país en la Pasarela movistar Colombia, el certamen que le abre las puertas al talento de comunidades de indígenas y campesinos y los lanza al mundo internacional de la moda*
- *Materiales como la filigrana, la cerámica, las chakiras y los tejidos estarán en las creaciones de Amelia Toro y María Luisa Ortiz.*
- *Movistar, empresa líder en innovación tecnológica, apoya la innovación de la moda en Colombia.*

Bogotá, Julio 07 de 2006 – La pasarela movistar Colombia: Donde la moda se encuentra con la pasión se une a la iniciativa de diferentes instituciones de nuestro país para rescatar, preservar y difundir las creaciones de los artesanos colombianos.

Por segunda vez en el país se llevará a cabo un certamen de tal impacto. Es una nueva oportunidad para presentar al mundo entero, el potencial, la calidad y creatividad de los artesanos, indígenas y campesinos de Colombia.

Movistar trabaja de la mano con Proexport, Artesanías de Colombia, Inexmoda y la Presidencia de la República para crear país y proyectarlo al mundo con una identidad propia. Unidos buscan generar *pasión* por lo regional, por lo colombiano, por lo autóctono y lo tradicional.

“El sector artesanal colombiano es considerado como uno de los de mayor proyección internacional, por contar con productos que se caracterizan por su valor cultural, su calidad y alto grado de innovación y diferenciación. Esa es la razón por la cual movistar promueve una pasarela que resalta los valores, la cultura y el talento artístico de nuestro país”. Afirma Sergio Regueros, Presidente de Telefónica Móviles Colombia S.A.

La creatividad de Amelia Toro y María Luisa Ortiz, junto a la destreza de diferentes artesanos, reflejarán en prendas y accesorios una combinación de cultura y modernidad.

Las comunidades artesanas de Sandoná en Nariño, con la Palma de Iraca; los Wayuú, con sus tejidos; Cartago, con sus bordados; Mompox, con la Filigrana; grupos artesanos como la Inga, con sus coloridas chakiras y comunidades urbanas como la de José Castañeda con su trabajo en cacho, fueron las elegidas por las diseñadoras para trabajar en el proyecto.

Los artesanos crean, tejen y moldean con *pasión* la historia, pensamiento, visión y riqueza cultural de la sociedad tradicional colombiana. Por medio de la creatividad, las diversas técnicas de trabajo y las materias primas utilizadas, elaboran artesanías que se convierten en referentes culturales de los pueblos y sociedades.

Acerca de Telefónica Móviles, S.A.

Telefónica Móviles, compañía del Grupo Telefónica, tiene operaciones en 15 países de tres continentes, y un parque de clientes que superó los 98.5 millones en el primer trimestre de 2006. Durante 2005, Telefónica Móviles obtuvo ingresos de 16.514 millones de euros (+40,5%), y un EBITDA de 5.817 millones de euros (+26,8%), mientras el beneficio neto alcanzó 1.919 millones de euros, lo que representa el mejor resultado de su historia. Las acciones de la empresa cotizan en las bolsas españolas y el New York Stock Exchange bajo el símbolo TEM. Para más información: www.telefonicomoviles.com

División de Comunicaciones **movistar**
Teresa González Santini
6500000 ext 28560 Cel. 3153053529
Luz Amparo Sarmiento
6500000 ext 28559 Cel. 3155261617

El Coliseo de la Universidad de Medellín...

ES EL LUGAR PARA PRESENTAR LA PASARELA MOVISTAR COLOMBIA 2006

- *La Pasarela movistar Colombia en su primera edición hizo un recorrido por la historia de nuestras raíces.*
- *Este año, la invitación es: Vivir un mundo de Colombia urbana y actual.*
- *Es una pasarela impregnada de un trabajo local, con pensamiento global: Diseñadores y artesanos colombianos, trascienden en el mercado internacional.*

Bogotá, Julio 07 de 2006.- Un montaje nunca antes visto en un certamen de Colombiamoda, es el escenario preparado para que más de 1.400 personas disfruten por segunda vez, de la única pasarela que le brinda la oportunidad a comunidades artesanas de diferentes lugares de nuestro país, trabajar de la mano con las más reconocidas diseñadoras de Colombia.

Más de 600 personas trabajan día y noche para que la Pasarela movistar Colombia 2006 nuevamente exalte la trascendencia de más de nueve grupos artesanales. Un recorrido desde la Guajira, pasando por el putumayo y finalizando en Nariño, harán de esta presentación un momento inolvidable para los espectadores.

Diferentes elementos como el barro, la naturaleza representada en gigantes árboles hacen parte de una escenografía que simboliza nuestras raíces, la esencia de lo artesanal proyectado en una dimensión global, a través de dos grandes diseñadoras colombianas: Amelia Toro y María Luisa Ortiz.

Este martes 11 de julio en el Coliseo de la Universidad de Medellín, a las 8:30 p.m., Colombia y el mundo, representados por más de 105 periodistas nacionales e internacionales disfrutarán de un espectáculo sin igual, donde la magia de la moda, lo moderno y lo urbano, estará ligado a la cultura y tradición de todo un país.

Como resultado de este proceso se cuenta actualmente en validación un documento que define los siguientes aspectos:

Diseño es el proceso mediante el cual, las necesidades de un usuario o de un nicho específico de mercado; son transformadas en un producto, servicio o proceso que satisfaga dichas necesidades. Estas labores las realiza un diseñador o ingeniero pero en la generalidad de la práctica del diseño se requiere colaboración de otras disciplinas para lograr resultados satisfactorios.

El diseño es en esencia un ejercicio para resolver problemas. El diseño de un nuevo producto generalmente requiere de las siguientes etapas:



La metodología de diseño, como el diseño mismo, abarca un ámbito extenso, un conjunto de disciplinas en las que lo fundamental es la concepción y el desarrollo de proyectos que permitan prever como tendrán que ser las cosas, y al mismo tiempo idear instrumentos adecuados a los objetivos establecidos. Debido a esto, la metodología de diseño integra conjuntos de indicaciones y prescripciones para la solución de problemas derivados del diseño; ella determina la secuencia de acciones más adecuada, su contenido y procedimientos específicos. Aunque es importante reconocer que el método debe adecuarse a las condiciones particulares de cada problema y no al contrario, pues cada objeto de diseño posee un conjunto de posibilidades de pertinencia variada y en ocasiones complejas.

El diseñador de la Unidad de Diseño deberá tener presente que la inspiración es resultado del pensamiento disciplinado y deberá disponer de un método que le permita realizar su proyecto en la materia prima adecuada, las técnicas precisas y la forma correspondiente a su función.

Objetivo General

Redefinir un esquema metodológico que le sirva a los diseñadores del Laboratorio Colombiano de Diseño como guía para cualificar el proceso de estructuración de acciones del diseño de productos y su posterior presentación.

Objetivos Específicos

1. Redefinición y cualificación de los instrumentos metodológicos de diseño, que permitan mayores eficiencias en los procesos de diseño y desarrollo de productos.
2. Mediante la propuesta generar un estándar metodológico para diseño, el cual sea utilizado por todos los diseñadores para sus procesos creativos y la consiguiente presentación de sus propuestas de diseño.
3. Redefinir una guía que delimite la evaluación de los resultados de diseño con base al proceso metodológico propuesto.

Como aporte fundamental de esta actividad en el marco del presente proyecto, resaltamos la estructuración de un nuevo esquema de evaluación de diseño, acorde con las dinámicas que actualmente desarrolla el laboratorio.

TABLA: EVALUACIÓN DE CONCEPTOS DE DISEÑO
Proceso de Evaluación de Conceptos de Diseño

 <small>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo artesanías de Colombia s.a.</small>	REVISIÓN DE DISEÑO CONCEPTUAL	NOMBRE DEL PROYECTO:																	
<p>Metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar el direccionamiento de los conceptos y si éstos se enmarcan en las metas de diseño ▪ Evaluar la desempeño del concepto y su alineamiento con el PDS ▪ Verificar que el concepto funcione en términos del negocio ▪ Asegurarse de que el diseñador ha empleado las herramientas apropiadas para realizar el concepto ▪ Revisar los recursos empleados y el cronograma <p>¿Qué evaluar?:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Planteamiento del 	<p>Asistentes Requeridos</p> <table border="0"> <tr><td>1. Gerente de Proyecto</td><td>Evaluador</td></tr> <tr><td>2. Coordinador Operativo</td><td>Evaluador</td></tr> <tr><td>3. Diseñador Sr.</td><td>Ponente</td></tr> <tr><td>4. Diseñador Jr.</td><td>Secretario</td></tr> <tr><td>5. Gerente General</td><td>Evaluador</td></tr> <tr><td>6. Sub gerente Admón.</td><td>Evaluador</td></tr> <tr><td>7. Sub gerente Dlo.</td><td>Evaluador</td></tr> <tr><td>8. Subgerente Ccial.</td><td>Evaluador</td></tr> </table>	1. Gerente de Proyecto	Evaluador	2. Coordinador Operativo	Evaluador	3. Diseñador Sr.	Ponente	4. Diseñador Jr.	Secretario	5. Gerente General	Evaluador	6. Sub gerente Admón.	Evaluador	7. Sub gerente Dlo.	Evaluador	8. Subgerente Ccial.	Evaluador	<p>Firma</p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>3. _____</p> <p>4. _____</p> <p>5. _____</p> <p>6. _____</p> <p>7. _____</p> <p>8. _____</p>	<p>Fecha</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
	1. Gerente de Proyecto	Evaluador																	
2. Coordinador Operativo	Evaluador																		
3. Diseñador Sr.	Ponente																		
4. Diseñador Jr.	Secretario																		
5. Gerente General	Evaluador																		
6. Sub gerente Admón.	Evaluador																		
7. Sub gerente Dlo.	Evaluador																		
8. Subgerente Ccial.	Evaluador																		
<p>Consultores Invitados</p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>3. _____</p> <p>4. _____</p> <p>5. _____</p> <p>6. _____</p> <p>7. _____</p> <p>8. _____</p>	<p>Firma</p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>3. _____</p> <p>4. _____</p> <p>5. _____</p> <p>6. _____</p> <p>7. _____</p> <p>8. _____</p>	<p>Fecha</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>																	

<p>problema</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de los PDS ▪ Mercado objetivo ▪ Identificación de competidores ▪ Identificación de necesidades ▪ Evaluar las fortalezas y debilidades de diseño frente a la competencia 	<p>Preguntas a considerar (Utilice la matriz de evaluación para evaluar los conceptos presentados)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo llego Ud. a este concepto? 2. ¿Cuál es el mercado objetivo para este producto o línea de productos? 3. ¿Cuál es el valor agregado en términos de innovación? 4. ¿De qué manera la investigación le ayudó a resolver los conceptos presentados? 5. ¿Cuáles consultores le han aportado al desarrollo de conceptos? 6. ¿Cómo se integran los conceptos a las líneas de diseño de la empresa? 																				
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center;">REVISIÓN COMPLETA</p> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 5px 0;"/> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Coordinador Técnico Fecha </div> </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">APROBACIÓN</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">Si</td> <td style="text-align: center;">No</td> <td style="text-align: center;">Si con cambios</td> </tr> <tr> <td>Concepto 1:</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Concepto 2:</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Concepto 3:</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Concepto 4:</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 5px 0;"/> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Gerente General Fecha </div> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 5px 0;"/> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Gerente de Proyecto Fecha </div> </div>		Si	No	Si con cambios	Concepto 1:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Concepto 2:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Concepto 3:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Concepto 4:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Si	No	Si con cambios																		
Concepto 1:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																		
Concepto 2:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																		
Concepto 3:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																		
Concepto 4:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																		

 <p style="font-size: small;">Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Artesanías de Colombia S.A.</p>	<p>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CONCEPTOS DE DISEÑO</p>													
<p>Nombre de los productos o líneas:</p>														
<p>Matriz de decisión</p>	<p>EVALUACIÓN DE CONCEPTOS DE DISEÑO**</p>													
<p>Fecha: _____</p>	<p>Producto Benchmarking</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%; text-align: center; vertical-align: middle;"> <p>Concepto 1:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p> </td> <td style="width: 25%; text-align: center; vertical-align: middle;"> <p>Concepto 2:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p> </td> <td style="width: 25%; text-align: center; vertical-align: middle;"> <p>Concepto 3:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p> </td> <td style="width: 25%; text-align: center; vertical-align: middle;"> <p>Concepto 4:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p> </td> </tr> </table>	<p>Concepto 1:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p>	<p>Concepto 2:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p>	<p>Concepto 3:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p>	<p>Concepto 4:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p>								
<p>Concepto 1:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p>	<p>Concepto 2:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p>	<p>Concepto 3:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p>	<p>Concepto 4:</p> <p style="font-size: x-large; opacity: 0.5;">FOTO</p>											
<p>Criterio PDS***</p>		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">-</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">=</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">+</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">-</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">=</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">+</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">-</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">=</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">+</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">-</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">=</td> <td style="width: 3.33%; text-align: center;">+</td> </tr> </table>	-	=	+	-	=	+	-	=	+	-	=	+
-	=	+	-	=	+	-	=	+	-	=	+			
<p>Apariencia</p>														
<p>Calidad</p>														

b. Redefinición del Modelo de Informe para Proyectos de Diseño de Artesanías de Colombia S.A.

Introducción

La importancia de un informe de diseño radica en el hecho de que; éste es el medio que documenta completamente el desempeño del proyecto de diseño y provee al lector además, con un sucinto historial de cambios y modificaciones a la propuesta originalmente justificada. Más allá, el informe del proyecto de diseño documenta las lecciones aprendidas para su subsecuente uso en otros proyectos.

Así mismo estos resultados o lecciones deberán ser la fuente de retroalimentación para desarrollar los procesos de la empresa en cuanto a estrategias, negocios y planeación de nuevos proyectos, para asegurar que los errores no se repitan y aprovechar aquellos factores de éxito que puedan ser utilizados nuevamente en proyectos subsecuentes.

Un factor clave a tener en cuenta para los informes de diseño es que los informes son escritos para ser leídos. Este es el objetivo fundamental de escribir un informe. En ese sentido, se debe considerar cuál es el lector del informe en la más amplia gama de lectores, puesto que, debido al tipo de trabajo de la empresa, es muy posible que las actividades iniciadas en un proyecto, obtengan continuidad posteriormente en otro, y por tanto alguien más pueda dar continuidad al trabajo iniciado y mejorarlo o aprender de o hecho con anterioridad.

Debido a la amplia gama de actividades que desarrolla la empresa a nivel de diseño, la empresa ha desarrollado varios tipos de informes que difieren tanto en presentación como en el contenido de sus textos para cada subgerencia.

Así pues este documento pretende delimitar tanto las secciones como los contenidos de un informe de diseño para lograr estandarizar el proceso de escritura y de igual manera, que sus contenidos puedan ser entendidos por el espectro más amplio de lectores posibles al interior de la organización.

Objetivo general

Proveer al Laboratorio de Diseño de Artesanías de Colombia S.A. con un formato estándar para la presentación de informes de diseño.

Objetivos específicos

Proponer una nueva estructura de informe para las diferentes actividades de diseño y los contenidos de las secciones del informe de diseño, que permita generar información inmediata y acorte los tiempos dedicados a la elaboración de las memorias y reportes.

Esta propuesta busca integrar las herramientas que brinda el SIART-Sistema de Información para la Artesanía y la metodología institucional de diseño, de forma tal que los artesanos y la Entidad puedan acceder a los resultados con mayor oportunidad.

Actualmente la redefinición de este esquema está en prueba.