

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



**ALCALDIA MAYOR
BOGOTÁ D.C.**
Departamento Administrativo
ACCION COMUNAL

Subgerencia de Desarrollo - Centro de Diseño para la Artesanía y las PYMES

Informe Final
Convenio No. 059 de 2006

Proyecto

**“Recuperación y desarrollo de la gastronomía tradicional, con énfasis en bocados,
dulces, refrescos y amasijos”**

-Dirigido a productores residentes en Bogotá D.C.-

Informe final de Asesoría en diseño, para el
mejoramiento del producto e Implementación de
empaque

Andrea del Pilar Cometa Garzón
Asesora del Proyecto

Gladys Salazar
Coordinadora del Proyecto

Bogotá D.C. Agosto de 2006



Centro de Diseño para la Artesanía y las PYMES

Cecilia Duque Duque
Gerente General

Ernesto Orlando Benavides
Sugerente Administrativo

Carmen Inés Cruz
Sugerente de Desarrollo

Lyda del Carmen Díaz
Coordinadora Operativa de Diseño

Gladys Salazar
Coordinadora del Proyecto

Andrea del Pilar Cometa Garzón
Asesora del Proyecto

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

RESUMEN

1. ANTECEDENTES

2. CONTEXTO

3. OBJETIVO GENERAL

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

5. METODOLOGÍA

6. EJECUCIÓN

6.1. Propuesta de Diseño

6.2. Beneficiarios

6.3. Actividades desarrolladas

6.3.1. Selección del grupo de beneficiarios

6.3.2. Socialización del proyecto

6.3.3. Talleres de Creatividad

6.3.4. Visitas sitios de producción

6.3.5. Asesorías puntuales de producto y empaque

6.3.5.1. Gira Educativa

6.3.5.2. Presentación del producto

6.3.5.3. Taller de Empaques

6.3.5.4. Desarrollo de Empaques

6.3.5.5. Fichas de producto

7. LOGROS E IMPACTOS

8. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

9. LIMITACIONES Y DIFICULTADES

10. CONCLUSIONES

ANEXOS

Evaluaciones

Listado de Beneficiarios

INTRODUCCIÓN

Este documento consolida los procesos y resultados obtenidos por el programa de diseño industrial, dando cumplimiento a las metas establecidas; para el mejoramiento del producto y desarrollo de empaque, con el grupo uno de beneficiarios del Proyecto: Recuperación y desarrollo de la gastronomía tradicional, con énfasis en bocados, dulces, refrescos y amasijos, de acuerdo al convenio 059 de 2006.

Desde la óptica del diseño se presenta aquí, como se puede intervenir en los estamentos socioculturales del campo de la gastronomía tradicional colombiana, apropiada para la comercialización y nuevas exigencias del consumidor de hoy; generando productos innovadores y con empaques novedosos; de acuerdo a la viabilidad de los recursos y conocimiento de cada uno de los beneficiarios.

RESUMEN

Bajo el programa de diseño industrial los beneficiarios recibieron una serie de asesorías colectivas e individuales; encaminadas al mejoramiento y la diversificación de los productos y empaques, así obtuvieron un modelo de trabajo aplicable al resto de sus productos, para generar una estrategia competitiva que incentive la comercialización de estos.

Con cada uno de los participantes que asistió puntual y adecuadamente, la propuesta de trabajo se hizo partiendo de sus propias expectativas, dirigidas al nicho de mercado más adecuado para cada unidad productiva, teniendo en cuenta los recursos, el producto, la capacidad de producción y sus propios intereses. La actividad creativa proyectó formas, colores y tamaños que definieron productos más llamativos, eficaces y de buena calidad.

Los bocados típicos obtuvieron un toque de diferenciación. Dentro del desarrollo del programa, se estructuraron los empaques, que fortalecieron el énfasis de la estrategia de competencia ya planeada, ya que sus formas, cierres, colores y materiales les dan las propiedades de contemporaneidad y tradición, en la comunicación producto-consumidor. Además, la intervención del programa de diseño industrial, prestó apoyo y seguimiento en la participación de los beneficiarios, en la Feria de las Colonias; espacio ideal donde se efectuaron acciones acertadas de comercialización y se detectaron otras, que deben ser corregidos para eventos futuros. La intervención finalizó con la ingerencia en la consecución del recetario; recibiendo los productos y realizando las composiciones de los escenarios.

1. ANTECEDENTES

Gracias a la manifestación de algunos productores de bocados tradicionales, de capacitarse para generar mejores productos, con captación de superiores recursos económicos, el Departamento Administrativo de Acción Comunal y Artesanías de Colombia realizaron el proyecto: “Recuperación y desarrollo de la Gastronomía tradicional, con énfasis en bocados típicos, dulces, refrescos y amasijos, dirigido a los productores residentes en Bogotá; dando pie a la intervención de ramas como el diseño Industrial, propiciando un campo de trabajo en la asistencia técnica para el mejoramiento y la diversificación de los productos y los empaques.

La gastronomía tradicional colombiana es un tema poco explorado en la unidad de Diseño de Artesanías de Colombia, pero es una rama que genera bastantes oportunidades de mejoramiento y apoyo, por parte de expertos en cocina, para generarían presentaciones y bocados típicos mejorados para el enriquecimiento de la oferta y el dominio cultural.

Aprovechando las características de nuestra geografía física y nuestro mestizaje, se da un número considerable de opciones en cuanto a refrescos, dulces, bocados y amasijos típicos, en el grupo de beneficiarios con el que se trabajo; hay un buen número de productos; que hasta el momento no se habían trabajado bajo la filosofía de este proyecto.

En cuanto a los empaques, las reseñas en el campo artesanal; aplicado al oficio de la gastronomía tradicional, no referencia hasta el momento muchas presentaciones a parte de las acostumbradas, como por ejemplo las hojas de plátano y el amero.

2. CONTEXTO

El grupo uno, receptor de la asesoría en Diseño, fue inicialmente de 50 beneficiarios, 44 mujeres y 6 hombres; todos residentes en Bogotá de las diferentes localidades; de estratos 1,2 y 3; con edades entre los 25 y 70 años. 50 personas productoras de bocados, dulces, refrescos y amasijos tradicionales; con núcleos informales de tipo familiar, dedicados a la actividad productiva en forma ocasional o permanente; los puntos de comercialización habitualmente eran tiendas de barrio, restaurantes y cafeterías del sector donde vivían. Personas interesadas en mejorar los procesos, en difundir la cultura gastronómica de nuestro país, en fortalecer la unidad empresarial, en establecer un portafolio de productos sugestivos, con una presentación renovada, con el ánimo de mejorar sus ingresos y condiciones de vida.

Dentro de los productos hallados, tenemos dulces: de coco, de mora, de breva; amasijos como empanadas, arepas: de huevo, de maíz peto; pasteles de hojaldre; embutidos como la rellena; envueltos, tamales, almojábanas; postres: de frutas como la guanábana, las fresas entre otras delicias culinarias.

3. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la actividad productiva de bocados tradicionales elaborados en el Distrito Capital; mediante un proceso de asesoría y asistencia técnica para el mejoramiento, diversificación y empaque del producto.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar propuestas desde el punto de vista del diseño, para el mejoramiento de los productos participantes; sin dejar de lado las condiciones socio-económicas de sus productores.
- Exaltar la gastronomía tradicional, dentro de un ambiente contemporáneo, para el establecimiento de nuevos nichos de mercado.
- Evaluar las condiciones de producción actuales, utilizadas por los beneficiarios y realizar recomendaciones.
- Asesorar a los beneficiarios en la presentación y empaque de sus productos gastronómicos, bajo un control de calidad y buen gusto.
- Visualizar de manera muy empresarial, un producto y los resultados del mismo en el mercado.
- Originar el posicionamiento de los productos gastronómicos colombianos, en el comercio, con empaques que fusionen lo tradicional con lo moderno.

5. METODOLOGÍA

De acuerdo al objeto del programa que consiste en Fortalecer la actividad productiva de bocados tradicionales, mediante un proceso de asesoría y asistencia técnica para el mejoramiento, diversificación y empaque del producto; el desarrollo del programa de diseño industrial se encamino a generar actividades colectivas e individuales donde la participación de los beneficiarios se dio con formatos de seguimiento, trabajos prácticos presenciales y mesas de discusión, teniendo en cuenta las condiciones de los mismos y así lograr los resultados acordes a las expectativas y conocimientos de los inscritos, para lograr un modelo que contribuyera al plan de perfección de cada una de las unidades productivas a partir del trabajo con uno de los productos más débiles, bajo el acompañamiento de la asesora.

A continuación se especifican los procedimientos que se siguieron:

ITEM	COMPONENTE	ACTIVIDADES ESPECÍFICAS	PARTICIPACIÓN	LOGROS ESPERADOS
1	Componente de Exploración <ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico • Investigación • Planeación • Programación 	* Selección y definición de los temas culinarios, esenciales para el desarrollo del proyecto. * Selección del grupo de beneficiarios * Formulación de la problemática * Interrelación con los participantes	Investigación, ejecución, determinación y evaluación.	* Formulación del diagnóstico general, para la determinación de las variables dependientes, el pronóstico y los correctivos. * Socialización con el grupo beneficiario y el experto en Gastronomía.

		<p>* Investigar sobre las representaciones culturales de Bogotá, asociadas con los objetivos específicos.</p>		<p>* Selección del tema base “Bogotá, una ciudad de todos y para todos” apropiación para la innovación o el mejoramiento de del producto</p> <p>* Formatos de registro por participante</p> <p>* Conformación de los grupos de trabajo</p> <p>* Determinación de horarios</p>
2	<p>Componente de Diseño de producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Talleres de Creatividad • Asesorías puntuales • Gira educativa • Seguimiento y evaluación 	<p>* Sensibilización de los participantes.</p> <p>* Laboratorios de prueba.</p> <p>* Análisis de los procesos productivos.</p> <p>* Visitas a los sitios de producción</p> <p>* Primeras propuestas. Alternativas</p> <p>* Registro de Avances de los beneficiarios.</p> <p>* Propuestas finales. Presentación de los resultados.</p>	<p>Diseño, ejecución, seguimiento y operación.</p>	<p>* Desarrollo de nuevos productos o mejoramiento de los ya existentes.</p> <p>* Recomendaciones para el proceso de producción.</p> <p>* Iniciativas para incrementar la participación en el mercado. Nuevos nichos.</p> <p>* Nuevas formas de presentación de los productos.</p>
	<p>Componente de Diseño de Empaques</p>	<p>* Taller. Iniciación en Empaques</p>	<p>Diseño, ejecución, seguimiento y operación.</p>	<p>* Desarrollo de empaques</p> <p>* Mejoramiento</p>

3	<ul style="list-style-type: none"> • Taller – Seminario • Asesorías puntuales • Seguimiento y evaluación • Material de Apoyo 	<p>Material Educativo y didáctico.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Sensibilización con los materiales * Propuestas de Empaques. Alternativas * Laboratorios de prueba. * Propuestas finales, aprobadas por la unidad de Diseño 		<p>de la presentación de los productos, para el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Prototipos
4	<p>Componente actividades Complementarias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesorías puntuales • Material de apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> * Evaluación de los procedimientos y productos, durante el transcurso de la Feria de las Colonias. * Recepción y disposición de los escenarios durante la toma de fotos para el recetario. 	Seguimiento y operación	<ul style="list-style-type: none"> * Seguimiento del proceso y evaluación de las acciones en la Feria de las Colonias. * Recomendaciones y acompañamiento. * Composición de los escenarios para las fotos del recetario.

* Instalaciones



Salón exterior. Taller de Creatividad



Salón de los Espejos. Presentación

Las instalaciones utilizadas fueron los salones de Artesanías de Colombia; el Salón de conferencias, el Salón de los Espejos y el Salón exterior; cada uno fue utilizado de acuerdo a la actividad y las condiciones fueron modificadas en algunos casos.

* Material Didáctico



- Gráficos
- Fotocopias
- Revistas
- Guías de trabajo
- Crayolas
- Marcadores
- Curvigrafos
- Papeles
- Pinceles
- Cortadores
- Escuadras
- Plastilina
- Maderas blandas
- Colores
- Vinilos
- Tijeras

* Materiales, insumos e implementos requeridos

- Exprimidor
- Coladores
- Batidoras
- Espátulas
- Molinillo
- Manga de pastelería
- Juego de cuchillos
- Recipientes
- Rodillos
- Tablas
- Moldes
- Rayador
- Servilletas
- Cucharas
- Palillos
- Mezcladores
- Boquillas



- Enlatados
- Fécula de maíz
- Mermeladas
- Mantequilla
- Esencias
- Colorantes
- Chispitas de dulce
- Bolitas de color
- Papel aluminio
- Papel encerado
- Vinipel
- Miel
- Verduras
- Hojas de plátano
- Vasos plásticos
- Figuras de Pastillaje
- Cubierta de Chocolate
- Chispas de chocolate
- Bocadoillos de uchuva
- Helados
- Aderezos
- Salsas
- Papas

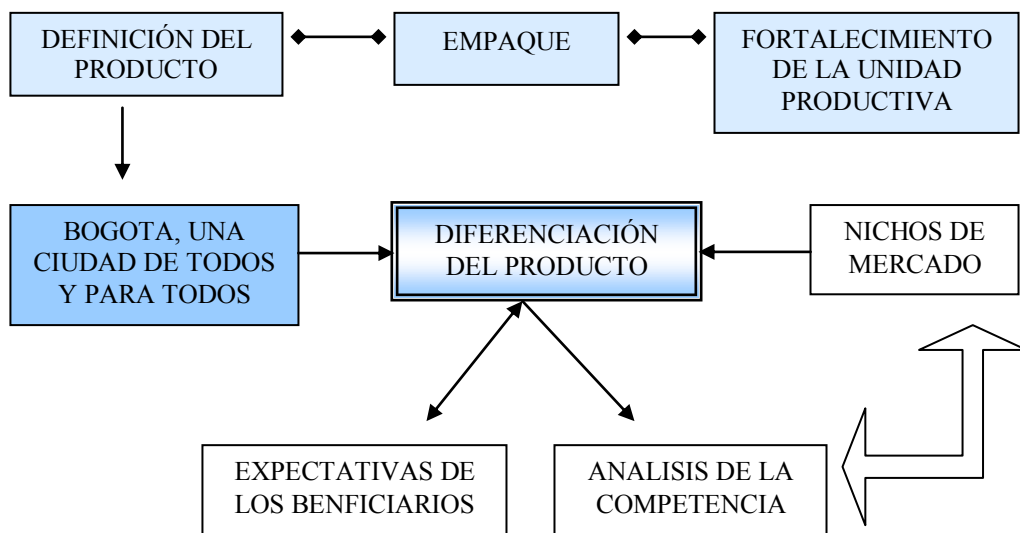
- Azúcar
- Azúcar pulverizado
- Sal
- Frutas
- Harinas
- Panela
- Miga de pan
- Galletas negras
- Tocinetas
- Arepitas

6. EJECUCIÓN

6.1. Propuesta de Diseño

El diseño industrial dentro del proyecto, es el instrumento eficaz que proporciona la diferenciación de los productos, que consiste en seleccionar algunas de las características del producto actual y encontrar mejores prestaciones que los productores competidores, aportándole al mismo tiempo otras características evidentes a la percepción del consumidor; ajustándolo al nicho de mercado elegido, al adaptarlo a los gustos estéticos y simbólicos del grupo de consumidores; en este caso específico se tomo como tema inspirador “ Bogotá, una ciudad de todos y para todos” como enlace entre los productores y los consumidores, para aumentar sus atributos y cualidades.

El proceso de diferenciación no solo se limita a trabajar con el producto, se refiere también al empaque. El empaque debe ser un medio de comunicación, capaz de dar información del producto y de su lugar de origen, por eso las formas, los colores y los materiales hacen parte de este plan de diferenciación, para cada uno de los beneficiarios.



6.2. Beneficiarios

1. María Yolanda Arenas



Producto: Arroz de leche
Nombre de la empresa: Paloma
Mercado objetivo: Universidades
No. de Horas asistidas: 33 horas **Actividades:** 10 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño

2. María del Carmen Castro



Producto: Arroz de leche
Nombre de la empresa: Dulce Camila
Mercado objetivo: Eventos
No. de Horas asistidas: 45 horas **Actividades:** 13 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

3. Alexandra Castro

Producto: Arroz de leche
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 1 hora **Actividades:** 1 / 16
Estado: Inactivo. Solo estuvo en la visita de producción. Se retiró por que encontró trabajo permanente.

4. Luz Mireya Pinilla



Producto: Arroz de leche
Nombre de la empresa: Lupi
Mercado objetivo: colegios, jardines infantiles.
No. de Horas asistidas: 35 horas **Actividades:** 11 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

5. Luz Fanny Corredor



Producto: Postre de guanábana
Nombre de la empresa: Fruty Postres
Mercado objetivo: Punto directo
No. de Horas asistidas: 33 horas **Actividades:** 10 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

6. Hernando Vargas

Producto: Pudín. Postre Maravilla
Nombre de la empresa: Regios
Mercado objetivo: Restaurantes
No. de Horas asistidas: 46 horas **Actividades:** 13 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.



7. Fabiola Campo



Producto: Flan
Nombre de la empresa: Delifabi
Mercado objetivo: Punto directo
No. de Horas asistidas: 48 horas **Actividades: 14 / 16**
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

8. Fernando Izquierdo

Producto: Postre de yogurt
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 8 horas **Actividades: 2 / 16**
Estado: Inactivo. Se retiro por falta de tiempo.

9. Fabiola Sánchez – Esponjados

Producto: Esponjado
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 0 **Actividades: 0 / 16**
Estado: Inactivo. Se retiro, tiene que cuidar al papá que esta muy enfermo.

10. Sonia Reinoso

Producto: Fresas recubiertas de chocolate
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 17 horas **Actividades: 5 / 16**
Estado: Inactivo. Se retiro por falta de tiempo.

11. Flor Ángela Sierra

Producto: Habas achocolatadas
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 8 horas **Actividades: 2 / 16**
Estado: Inactivo. Se retiro por problemas personales.

12. Rosa Inés Solano

Producto: Postre de frutos rojos con crema
Nombre de la empresa: Dulce Antojo
Mercado objetivo: universidades
No. de Horas asistidas: 46 horas **Actividades: 14 / 16**
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.



13. Patricia Torres



Producto: Turrón de Ajonjolí
Nombre de la empresa: La Bendición de la Cosecha
Mercado objetivo: Tiendas naturistas
No. de Horas asistidas: 41 horas **Actividades:** 13 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

14. Mónica Rey



Producto: Bocado de feíjoa
Nombre de la empresa: Colombia con sabor
Mercado objetivo: Hoteles y tiendas artesanales
No. de Horas asistidas: 45 horas **Actividades:** 13 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

15. Luz Nelly de Sánchez



Producto: Merengues
Nombre de la empresa: Gotas Dulces
Mercado objetivo: Punto de venta directo
No. de Horas asistidas: 41 horas **Actividades:** 11/ 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

16. Olga Lucia González



Producto: Dulce de uchuva
Nombre de la empresa: Dulzuras del Campo
Mercado objetivo: Hoteles y puntos especializados
No. de Horas asistidas: 44 horas **Actividades:** 13 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

17. Emma Esperanza Acosta



Producto: Dulce de Coco
Nombre de la empresa: Acosta. Dulces artesanales
Mercado objetivo: Restaurantes
No. de Horas asistidas: 56 horas **Actividades:** 16 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

18. Melba Bohórquez

Producto: Dulce de breva
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 1 **Actividades:** 1 / 16
Estado: Inactivo. Se retiro por inconvenientes con la Academia.

19. María Ana Chicaguy

Producto: Dulce con fruta, según la cosecha.
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 9 horas **Actividades:** 3 / 16
Estado: Inactivo. Se retiro, ya que en la alcaldía de Engativa, le dieron otra información acerca del programa. No quería capacitaciones, solo quería participar en la Feria de las Colonias.

20. Carmenza Zabala



Producto: Dulce de Mora
Nombre de la empresa: Mora Villa
Mercado objetivo: Puntos especializados. Acompañante de otros.
No. de Horas asistidas: 49 horas **Actividades:** 14 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

21. Luz Amparo Charry



Producto: Alfajores
Nombre de la empresa: Duly
Mercado objetivo: Puntos especializados
No. de Horas asistidas: 55 horas **Actividades:** 15 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

22. William González

Producto: Obleas
Nombre de la empresa: Obleas Willy
Mercado objetivo: Punto directo
No. de Horas asistidas: 47 horas **Actividades:** 12 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

23. María del Carmen Rojas

Producto: Vaso Galleta arequipe

Nombre de la empresa: No aplica

Mercado objetivo: No aplica

No. de Horas asistidas: 5 horas

Actividades: 2 / 16

Estado: Inactivo. Se retiro por falta de tiempo.

24. Martha Lucia Galeano Díaz

Producto: Arequipe de cidra

Nombre de la empresa: Marnú

Mercado objetivo: Punto directo. Heladería

No. de Horas asistidas: 35 horas

Actividades: 11 / 16

Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

25. Claudia Molina

Producto: Arequipe

Nombre de la empresa: No aplica

Mercado objetivo: No aplica

No. de Horas asistidas: 13 horas

Actividades: 4 / 16

Estado: Inactivo. Trabaja y no le queda tiempo.

26. Elizabeth Zabala



Producto: Torta de piña

Nombre de la empresa: Villa Piña

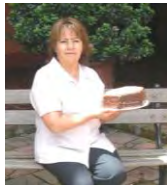
Mercado objetivo: Puntos especializados. Cafés

No. de Horas asistidas: 45 horas

Actividades: 14 / 16

Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

27. Martha Lucia Corredor



Producto: Torta de chocolate

Nombre de la empresa: Tortas y galletas Cocoa

Mercado objetivo: Eventos

No. de Horas asistidas: 50 horas

Actividades: 14 / 16

Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

28. Martha Helena González

Producto: Torta de queso

Nombre de la empresa: Postres Hogareños

Mercado objetivo: Hoteles y puntos especializados

No. de Horas asistidas: 47 horas

Actividades: 13 / 16

Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

29. María Rita Suárez

Producto: Mantecada

Nombre de la empresa: Azahar

Mercado objetivo: Puntos especializados

No. de Horas asistidas: 41 horas

Actividades: 12 / 16

Estado: Activo. Completó el programa de diseño.



30. Blanca Cecilia Álvarez



Producto: Mantecada
Nombre de la empresa: Amasijos de Antaño
Mercado objetivo: Puntos especializados
No. de Horas asistidas: 41 horas **Actividades: 13 / 16**
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

31. María Elsa Chicaguy



Producto: Mantecada
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 12 horas **Actividades: 4 / 16**
Estado: Inactivo. Se retiro por problemas económicos.

32. Nohora Lucia Hernández

Producto: Maní salado
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 4 horas **Actividades: 1 / 16**
Estado: Inactivo. Se retiro por problemas familiares, tuvo que salir de Bogotá.

33. Rosario Gordillo



Producto: Envueltos
Nombre de la empresa: Iyael
Mercado objetivo: Ferias
No. de Horas asistidas: 44 horas **Actividades: 13 / 16**
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

34. Magnolia Ramírez Zuluaga



Producto: Tamal coctelero
Nombre de la empresa: Tradición de Villa María
Mercado objetivo: Eventos y ferias
No. de Horas asistidas: 41 horas **Actividades: 12 / 16**
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

35. Aurora Hernández



Producto: Empanadas de maíz
Nombre de la empresa: Aurora empanadas
Mercado objetivo: Punto directo
No. de Horas asistidas: 44 horas **Actividades:** 13 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

36. Guillermo Cárdenas



Producto: Empanadas trigo
Nombre de la empresa: Cachacos pasabocas
Mercado objetivo: Eventos en oficinas y punto directo
No. de Horas asistidas: 46 horas **Actividades:** 13 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

37. Jhon William Cárdenas

Producto: Pastel de trigo
Nombre de la empresa: Cachacos
Mercado objetivo: Eventos y punto directo
No. de Horas asistidas: 26 horas **Actividades:** 8 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

38. Mireya Cipagauta



Producto: Pastel de yuca
Nombre de la empresa: Chelita
Mercado objetivo: Punto directo y bares
No. de Horas asistidas: 46 horas **Actividades:** 13 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

39. Hernán Garzón



Producto: Pasteles de Hojaldre
Nombre de la empresa: Grumm
Mercado objetivo: Eventos y punto directo
No. de Horas asistidas: 31 horas **Actividades:** 9 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

40. Sandra Cuellar



Producto: Pastel de gloria (Hojaldre)
Nombre de la empresa: Minusa
Mercado objetivo: Universidades e instituciones educativas
No. de Horas asistidas: 23 horas **Actividades:** 9 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

41. Pedro Arturo León

Producto: Buñuelos
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 16 horas **Actividades:** 5 / 16

42. Gloria Carolina Gómez

Estado: Inactivo. Se retiró por problemas de salud.

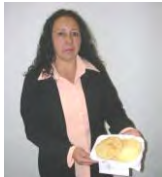


Producto: Almojábanas
Nombre de la empresa: Dulcedo
Mercado objetivo: Hoteles y tiendas artesanales
No. de Horas asistidas: 45 horas **Actividades:** 14 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

43. María Amparo Charry

Producto: Achiras
Nombre de la empresa: No aplica
Mercado objetivo: No aplica
No. de Horas asistidas: 4 horas **Actividades:** 1 / 16
Estado: Inactivo. Se retiró por falta de tiempo

44. Alba Lucia Escudero



Producto: Arepa de huevo
Nombre de la empresa: Pocreñas
Mercado objetivo: Desayunos - eventos
No. de Horas asistidas: 52 horas **Actividades:** 15 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

45. Elizabeth Gómez

Producto: Arepas con Queso
Nombre de la empresa: arepas de la Casa
Mercado objetivo: Punto directo
No. de Horas asistidas: 38 horas **Actividades:** 12 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

46. Martha Rodríguez

Producto: Arepa de peto
Nombre de la empresa: Arepa Luna
Mercado objetivo: Eventos
No. de Horas asistidas: 30 horas **Actividades:** 9 / 16
Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

47. Isabel Piraquive

Producto: Arepa de mazorca

Nombre de la empresa: No aplica

Mercado objetivo: No aplica

No. de Horas asistidas: 0

Actividades: 0 / 16

Estado: Inactivo. Se fue a vivir a Chia.

48. Ana Julia Soler



Producto: Rellenitas-Picaditas

Nombre de la empresa: Morcy

Mercado objetivo: Punto directo y eventos

No. de Horas asistidas: 35 horas **Actividades:** 10 / 16

Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

49. Carmen Soler - Morcilla

Producto: Rellenitas-Picaditas

Nombre de la empresa: Morcy

Mercado objetivo: Punto directo y eventos

No. de Horas asistidas: 30 horas

Actividades: 10 / 16

Estado: Activo. Completó el programa de diseño.

50. María Greise Andrade

Producto: Masato

Nombre de la empresa: No aplica

Mercado objetivo: No aplica

No. de Horas asistidas: 16 horas

Actividades: 5 / 16

Estado: Inactivo. Se retiró, por que se le cruzaban los horarios con un curso que esta haciendo en el SENA.

★ El número de personas que iniciaron con el grupo, fue 50. El número de personas que siguió en el proyecto y que termino satisfactoriamente el módulo de Diseño industrial, es de 35 beneficiarios.

6.3. Actividades desarrolladas

6.3.1. Selección del grupo de beneficiarios

Fueron dos jornadas que se llevaron a cabo los días 30 y 31 de marzo, junto a los Funcionarios de la Academia Colombiana de Gastronomía, para conocer el grupo aspirante e identificar las características de los productos; de acuerdo lo requerido por el proyecto.



El objetivo básico de estas jornadas, fue seleccionar los integrantes que harían parte del grupo de beneficiarios; teniendo en cuenta el modelo de entrevistas aplicado por la Academia para tal fin.

6.3.2. Socialización del proyecto con el grupo elegido

Después de establecer el grupo, los beneficiarios se citaron el día 5 de Abril, para establecer horarios y socializar el proyecto, teniendo como principal componente la presentación de la intervención del modulo de diseño dentro del programa.

- El grupo de beneficiarios estableció sus expectativas, respecto al modulo de diseño de acuerdo a lo comentado durante esta sesión.
- Se seleccionaron los grupos de trabajo, de acuerdo a horarios, localidades o productos.
- Establecimos las condiciones para las visitas de los sitios de producción.

*** Duración 5 Horas**

6.3.3. Talleres de creatividad

Se llevaron a cabo 3 talleres de Creatividad, con el fin de establecer fortalezas y debilidades en la generación de ideas; dentro del grupo de beneficiarios, para estipular el grado de apoyo que requería cada uno y el enfoque de acuerdo al tema inspirador propuesto, teniendo en cuenta su apropiación con Bogotá. También se identificaron los niveles de expresión grafica, verbal y narrativa; para tomar el recurso que más le genere a cada beneficiario seguridad en el momento de expresar sus ideas.



Con estos talleres también se orientó a los beneficiarios a las actividades de planear y soñar un poco con las empresas del futuro, todo relacionado con la gastronomía tradicional buscando productos acordes al consumidor expectante. Se identificó el temor al cambio en un 65% de los participantes de los talleres, la falta de toma de decisiones ante una nueva situación con consumidores más exigentes, con un porcentaje similar. Por eso se dio la oportunidad de enfrentarlos a un campo más riguroso, donde debían mantener lo tradicional sin devolverse al pasado.

Obteniendo las herramientas de trabajo para cada uno de los participantes se desarrollaron composiciones con identidad y se establecieron los parámetros de inspiración, de acuerdo al tema propuesto “Bogotá, una ciudad de todos y para todos”, rescatando la intención del proyecto, mediante la aplicación de los ejercicios, que exploraron la forma y las posibilidades del desarrollo bi y tridimensional. Los beneficiarios pudieron explorar su sensibilidad manual y expresiva.



CAPACIDAD DE
TRANSFORMAR Y
COMUNICAR



Es importante resaltar que en estos talleres se pudieron identificar a grandes rasgos, los grados de escolaridad de los participantes, por el modo de comportarse, la utilización de los materiales y por los mismos resultados gráficos y de redacción en las repuestas de los formatos y las guías de trabajo.

Los beneficiarios tuvieron un acercamiento específico a los requerimientos que se necesitan para determinar la viabilidad de una idea, para ser aplicada en el mejoramiento de un producto.

Fueron actividades grupales, donde se determinaron especificaciones individuales, por el carácter de las guías.



Componentes:

- Guía I de trabajo, para establecer parámetros de auto conocimiento.
- Guía II de trabajo, para establecer herramientas de creatividad
- Lluvia de ideas para trabajar como empresa colectiva, con los integrantes presentes.
- Descripción del producto, de cada uno de los beneficiarios
- Ejercicios de Expresión libre
- Ejercicios de Expresión dirigida
- Definición de temas relacionados con Bogotá como instrumento de inspiración en el trabajo específico con el producto de cada uno.

*** Duración total 18 Horas**

6.3.4. Visitas sitios de producción

Durante las visitas de producción se verificaron los procedimientos implementados por cada uno de los beneficiarios. También se tomaron los tiempos en algunos casos y en otros fueron comentados, solamente.

Se evaluaron los recursos (materias primas, tecnologías y recursos humanos) con proyecciones a largo plazo.

El análisis de los medios y condiciones de la infraestructura física de cada uno de los beneficiarios, se tuvo en cuenta para realizar las recomendaciones que fueran necesarias.

En algunos casos se verifico el sitio de producción y de venta.

El propósito de estas visitas fue determinar los aciertos tanto en los procesos de los participantes, como en las condiciones físicas de los sitios de producción, y se dieron las recomendaciones en forma particular.

Se hicieron 42 visitas, con 44 beneficiarios, es acertado en este punto aclarar que se visitaron 42 puntos de producción ya que el señor Guillermo Cárdenas trabaja con su hijo Jhon William, la Señora Ana Julia Soler con su hermana Carmen y aunque se visito el sitio de producción de doña María Elsa Chicaguy no se pudo evaluar completamente por que se encontraba en reparaciones locales, el procedimiento lo relato en la casa de Maria Ana, la hermana.

Los beneficiarios que faltaron, no tuvieron estas visitas por diversos motivos; dos de ellos manifestaron no tener intención de recibirlas y los demás han desertado de ellas, por la falta de tiempo de parte de ellos.

Se encontraron plantas de producción muy bien establecidas y en otros casos, en su mayoría; todavía trabajan desde la cocina de su casa, con condiciones variadas.

*** Recomendaciones Generales:**

- Las instalaciones deben contar con una buena entrada de luz natural, pero principalmente la iluminación artificial debe ser por lo menos con luz blanca, los bombillos de esta naturaleza además de ser portadores de una buena iluminación; son ahorradores del consumo. En los casos en los cuales sea factible es importante contar con lámparas fluorescentes, para mejorar la visibilidad del trabajo.
- Se debe tener en cuenta que por la naturaleza de la actividad productiva, es importante tener una buena ventilación.
- Las instalaciones deben tener pisos y paredes de fácil limpieza. Que no alberguen bacterias y gérmenes en general. En lo posible las paredes y techos deben ser recubiertas con baldosines.
- El suministro de agua debe ser constante y debe estar dentro del mismo espacio de producción, al igual que las zonas de aseo. Importante mantener una cultura de reciclaje.
- Los utensilios, materiales e implementos deben ser de uso exclusivo de la actividad económica, no se deben mezclar con los utilizados en el hogar o para interese personales, ya que los inventarios deben ser independientes para un mejor registro.
- En el piso deben existir caminos con materiales antideslizantes para evitar accidentes, pero de fácil limpieza.

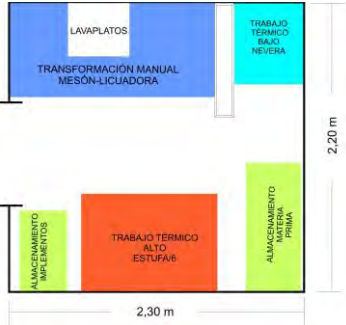

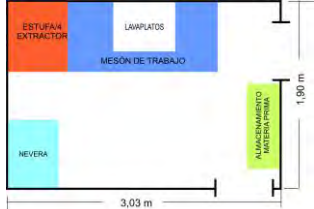

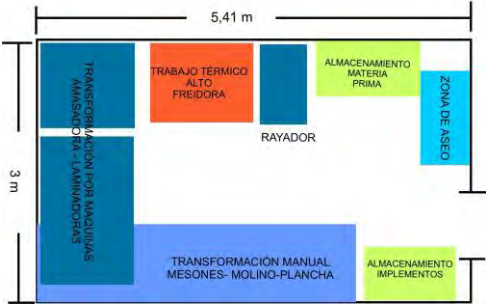

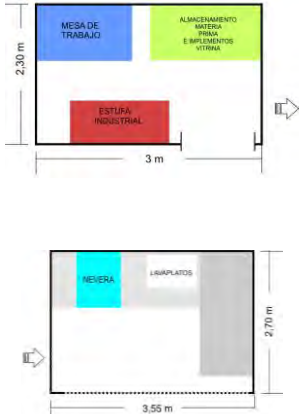

- Estantes y escaparates para el almacenamiento adecuado de la materia prima, los insumos e implementos. Del mismo modo tener un sitio en óptimas condiciones para el almacenamiento de los productos.
- Definir las zonas de cada uno de los procedimientos, para evitar accidentes y contaminación.
- Es importante contar con extractores.
- Es indispensable que los involucrados en la producción, porten siempre tapabocas, batas blancas, mantener el pelo recogido y protegido con gorros, guantes si es necesario y ante todo tener una presentación pulcra.
- Se puede tener un espacio de producción pequeño, modesto, todo depende del tipo de productos que se elaboren y la capacidad instalada; pero nunca se debe tener un sitio sucio y desordenado, aún más teniendo en cuenta la actividad de producir alimentos, que demanda un cuidado muy especial, es la salud y el bienestar de terceros lo que esta en juego y el buen nombre de nuestra empresa.
- Realizar registros de los procedimientos, los tiempos y movimientos para optimizar los rendimientos.
- Hacer fumigaciones con profesionales o de forma muy cuidadosa y efectuar jornadas de aseo minucioso, con implementos y productos adecuados.
- Establecer sitios destinados al almacenamiento, cada uno especializado; uno para la materia prima e insumos y otro para los utensilios e implementos. Teniendo en cuenta en el de los alimentos, sectorizarlo por fechas de vencimiento.

* Registro visual de cada una de las visitas:

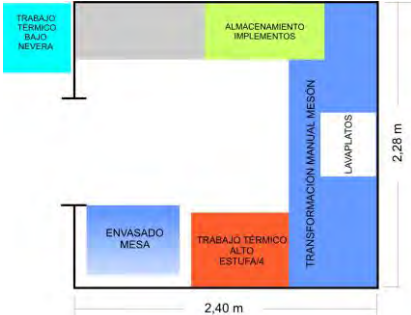
BENEFICIARIO	ESQUEMA GENERAL	REGISTRO FOTOGRAFICO
---------------------	------------------------	---------------------------------

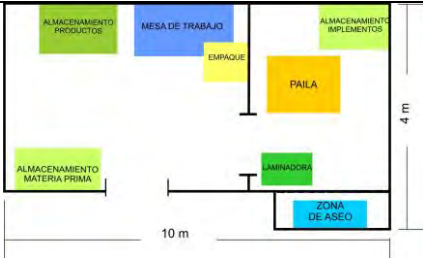

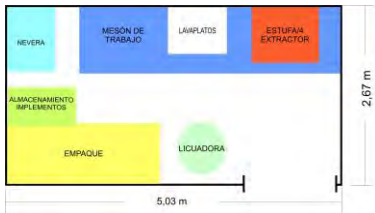

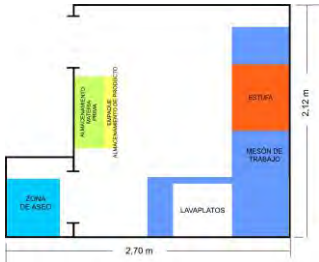

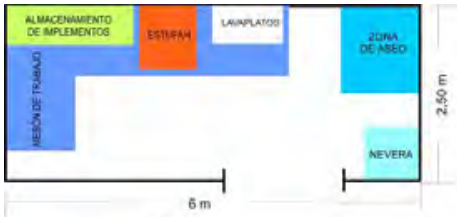

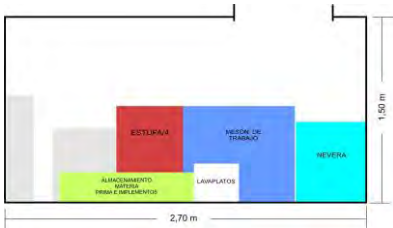

<p>1. Alexandra Milena Castro Producción esporádica</p>		
<p>2. Aurora Vitermina Hernández Empanadas Aurora</p>		
<p>3. Blanca Cecilia Álvarez Amasijos de Antaño – mantecada. Producción semanal</p>		
<p>4. Carmenza Zabala Mora Villa – Dulce de mora Producción esporádica</p>		

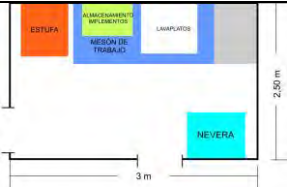



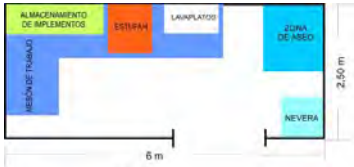

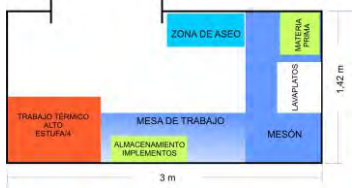

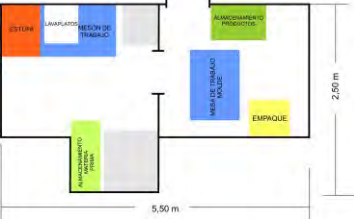



<p>5. Carolina Gómez</p> <p>Dulcedo – Almojábanas</p> <p>Producción diaria</p>		
<p>6. Claudia Molina Contento</p> <p>Arequipe Contento</p> <p>Producción esporádica</p>		
<p>7. Elizabeth Gómez Suárez</p> <p>Arepas de la Casa</p> <p>Producción dos veces en la semana</p>		
<p>8. Elizabeth Zabala Villa Piña – Torta de Piña</p> <p>Producción irregular</p>		
<p>9. Emma Esperanza Acosta</p> <p>Acosta Dulces artesanales</p> <p>Producción semanal</p>		

<p>10. Fabiola Campo</p> <p>Delifabi – Flan</p> <p>Producción diaria</p>		
<p>11. Greis Andrade</p> <p>Masato</p> <p>Producción esporádica</p>		
<p>12. Guillermo Cárdenas – Jhon William Cárdenas</p> <p>Cachacos – Empanadas y pasteles de trigo</p> <p>Producción semi-industrial. Varias unidades</p>		
<p>13. Ana Julia Soler – Carmen Soler</p> <p>Morci – Rellena</p> <p>Producción semanal</p>		
<p>14. Hernán Augusto Garzón</p>		

<p>Grumm-Hojaldre</p> <p>Producción diaria</p>		
<p>15. Luz Amparo Charry</p> <p>Duly – alfajores</p> <p>Producción diaria</p>		
<p>16. Luz Fanny Corredor</p> <p>Fruty postres</p> <p>Postre de Guanábana</p> <p>Producción esporádica</p>		
<p>17. luz Mireya Pinilla</p> <p>Lupi-arroz con leche</p> <p>Producción diaria</p>		
<p>18. Luz Nelly Chavarro de Sánchez</p> <p>Gotas Dulces- Merengues</p> <p>Producción diaria</p>		

		
<p>19. Hernando Vargas Regios- Pudín Producción semanal</p>		
<p>20. Magnolia Ramírez Tradición de Villa María – Tamales Producción semanal</p>		
<p>21. María del Carmen Castro Dulce Camila- arroz con leche Producción esporádica</p>		
<p>22. María del</p>		

<p>Carmen Rojas</p> <p>Vaso de galleta con arequipe</p> <p>Producción tres veces a la semana</p>		
<p>23. Maria Ana Chicaguy Dulce de mora</p> <p>24. María Elsa Chicaguy (reparación) Mantecada</p> <p>Producción esporádica</p>		
<p>25. Maria Rita Suárez</p> <p>Azahar mantecada</p> <p>Producción semanal</p>		
<p>26. Maria Yolanda Arenas</p> <p>Paloma – arroz con leche</p> <p>Producción esporádica</p>		
<p>27. Martha Elena González</p> <p>Postres Hogareños-Torta de queso</p> <p>Producción esporádica</p>		
<p>28. Martha Lucia Galeano</p>		

<p>Marnu – Arequipe de cidra Producción esporádica</p>		
<p>29. Martha Rodríguez Arepa Luna Producción semanal</p>		
<p>30. Melba Yazmín Bohórquez Dulce de Brea Producción esporádica</p>		
<p>31. Mireya Cipagauta Chelita – pastel de yuca Producción esporádica</p>		
<p>32. Mónica Rey Guzmán Colombia con Sabor – bocadillo de Feijoa Producción tres veces a la semana</p>		
<p>33. Olga Lucia González Dulzuras del campo – Dulce de uchuva Producción tres veces a la semana</p>		

<p>34. Blanca Patricia Torres</p> <p>Bendición de la cosecha – turrón de ajonjolí</p> <p>Producción diaria</p>		
<p>35. Pedro Arturo León Buñuelos</p> <p>Producción esporádica</p>		
<p>36. Rosario Gordillo</p> <p>Iyael – envueltos</p> <p>Producción semanal</p>		
<p>37. Rosa Inés Solano</p> <p>Dulce Antojo – postre de frutas</p> <p>Producción semanal</p>		
<p>38. Sandra Cuellar</p> <p>Minusa- Hojaldre</p> <p>Producción semanal</p>		

<p>39. William González</p> <p>Obleas Willy</p> <p>Producción diaria</p>		
<p>40. Alba lucia Escudero Pocareña – Arepa de Huevo</p> <p>Producción semanal</p>		
<p>41. Sonia Reinoso</p> <p>Frutas recubiertas de chocolate</p> <p>Producción esporádica</p>		
<p>42. Martha Corredor</p> <p>Tortas y Galletas</p> <p>Cocoa-Torta de Chocolate</p> <p>Producción dos veces a la semana</p>		

* **Duración total 45 Horas**

Las visitas de producción, se hicieron los días: 7, 8, 9, 11,12, 13, 20, 21 de abril.

6.3.5. Asesorías Puntuales de producto y empaque

Las asesorías se enfocaron, bajo la propuesta de diseño, a contextualizar cada una de las unidades de producción a un nicho de mercado o fortalecer el producto dentro del ya conocido por cada una de ellas. Se tomo uno de los productos, con el cual se trabajo durante el proceso y así tomarlo como modelo, para que cada uno de los beneficiarios trabaje con el resto, de los de su portafolio de forma autónoma, siguiendo los parámetros ejecutados durante el programa de diseño.



Entrega de material - Moldes

Durante estas sesiones se establecieron evaluaciones de producto, laboratorios de prueba, con materiales comestibles e implementos de cocina, se establecieron los compromisos de trabajo por parte de los beneficiarios y la Diseñadora, para el cumplimiento de los objetivos.



Evaluación de muestras

La táctica de trabajo responde a:

- Generar un producto, de mayor calidad, que responde a los requerimientos de un consumidor más exigente, que debe identificar que ha obtenido un producto pensado para el.
- Establecer criterios de identidad
- Establecer prioridades
- Análisis del Mercado y de la competencia
- Rescate de productos
- Rediseño de lo existente
- Fortalecer la presentación y percepción del producto
- Aprovechamiento de los recursos
- Definición de grupos de trabajo por facilidad de horarios
- Definición de grupos de trabajo por mercado objetivo
- Determinar la especialidad de cada taller

- Seguimiento del desarrollo del producto
- Identificar productos exitosos, recomendar para la participación en La Feria de las Colonias
- Determinar alternativas de productos, evaluando ingredientes alternos, las técnicas y los elementos característicos de identidad, con el fin de ampliar la oferta o responder a una demanda.

Procedimientos

- Establecer los parámetros de innovación y/o mejoramiento del producto, según el caso.
- Diligenciamiento de los formatos de Asistencia.
- Registro fotográfico del producto elegido, antes de la asesoría.



Flan



Pasteles de Yuca

- Darle un punto de cohesión al productor y su producto. Sentido de pertenencia.
- Análisis de los productos ya existentes de cada unidad de producción.



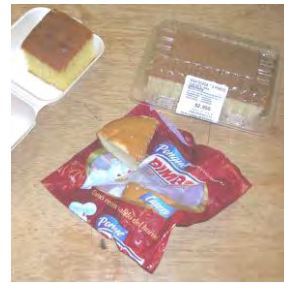
- Instauración de las expectativas y que relación pueden tener con el tema inspirador propuesto.



- Se estudiaron productos de la competencia



Almojábanas



Mantecadas

- Se establecieron compromisos y procedimientos, respecto a lo concluido en cada una de las asesorías.
- Se determino el nicho de mercado objetivo en cada uno de los casos.
- Se realizaron pruebas con los productos, generando la visualización de estas como experimentación con el mercado. Pruebas de sabor, color, textura ante los ojos de los consumidores. Ejercicio de percepción.



Yuca caramelizada con salsa de uchuva



Arepa de huevo con frutas

- Se hicieron recomendaciones y responsabilidades puntuales con cada uno de los beneficiarios, que originaron las primeras ideas que establecieron los parámetros para las primeras muestras.



Turrón de Ajonjolí en barras



Bocadillo de feijoa figuras con moldes



Salsas y mermeladas de uchuva

- Se hicieron laboratorios de prueba, donde se estipularon los procedimientos finales; los cuales arrojaron el resultado final.



Materiales



Asesorías colectivas

En algunos casos se hizo un rediseño del producto y en otros se diversificó la oferta.



Secuencia de trabajo Postre de frutos rojos y kiwi con crema de leche

Otros casos fueron nuevos productos: los rollitos de tocineta con masa de tamal, los alfajores tropicales pintados a mano y la torre de obleas.

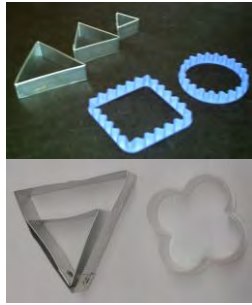


Rollitos de Tocineta con masa de tamal

Para los productos obtenidos se utilizaron nuevos insumos a los que comúnmente usan los beneficiarios en su actividad productiva y moldes. Estos materiales les fueron entregados para obtener los mismos patrones de trabajo.



Molde Antiadherente



Moldes de Corte



Molde en acero inoxidable

6.3.5.1 Gira Educativa

El día 20 de mayo se realizó una gira educativa a Homecenter de la Calle 80, con dos propósitos, uno salir de la rutina de las asesorías dentro de un salón y así motivar a los beneficiarios con otro tipo de ambiente y dos captar información útil para la organización de sus locaciones de producción y ver utensilios e implementos indispensables para su actividad económica.



6.3.5.2 Presentación del Producto

El 8 de junio se llevó a cabo un evento de socialización del proyecto, donde asistieron personas muy importantes para el convenio; tanto de el Departamento Administrativo de Acción Comunal, como de Artesanías de Colombia y por supuesto la totalidad de los beneficiarios.



Oportunidad que se aprovecho para realizar una presentación con los productos ya intervenidos por el área de Diseño; para evaluar los resultados y observar las reacciones de los asistentes. Para esto se compro una serie de contenedores muy contemporáneos de varios materiales, que aportaron un toque sofisticado y vanguardista a la presentación.



Con esta presentación los que más ganaron fueron los beneficiarios, ya que comprobaron que con la asistencia de diseño se pueden lograr interesantes y viables resultados, captando la atención y el gusto del consumidor con más entusiasmo y rapidez.

6.3.5.3 Taller de empaques

Se hicieron cuatro sesiones cada una de tres horas de duración. En cada sesión se desarrollo la misma agenda de trabajo.



Cada jornada estuvo compuesta de tres fases; la primera fue la presentación en diapositivas, de los principales temas referentes al mundo del empaque, se mostró una presentación sobre el empaque en el sector artesanal y otra acerca de los plásticos y su ejecución en el sector alimenticio.

La siguiente fase fue de preguntas y comentarios, las intervenciones se limitaron a las posibles aplicaciones de lo visto en las presentaciones llevadas a los casos particulares.

Finalmente en la tercera fase, se realizo un ejercicio práctico en grupos de dos y tres personas, donde cada grupo elaboro un empaque de acuerdo a los modelos presentados físicamente.



6.3.5.4 Desarrollo de Empaques

En cuanto al proceso de implementación de empaque, se retomaron varios aspectos de las anteriores asesorías de producto; para establecer las determinantes necesarias. Inicialmente se evaluaron los ya utilizados por los participantes, enfatizando en las bondades y desaciertos de estos; para entender la importancia de un empaque diseñado para cada producto.



Empaque inicial
Pasteles de Hojaldre



Caja de icopor
Flan



Empaque de regalo
Alfajores

Se hizo un acercamiento gráfico, con algunas alternativas. También fue de gran utilidad el taller de empaques; ya que los beneficiarios se acercaron más al vocabulario que se utiliza para describirlos.

Se hicieron una serie de alternativas de forma tridimensional, para observar dimensiones y las utilidades que le prestaban a los productos.



Después se trabajaron alternativas más acertadas, con materiales más adecuados y atractivos, logrando un acercamiento al resultado que se quería.



Realizando estos modelos, se determinó que los postres de Dulce Antojo (frutos rojos con crema de leche), de Regios (Postre Maravilla), Fruty Postres (Postre de guanábana) y Delifabi (Flan Tropical); debían empacarse en las opciones del mercado, por el grado de hermeticidad que necesitan para la conservación; ya que por los costos no se pueden hacer empaques adecuados para cada uno, ya que se requeriría de procesos de inyección de plásticos. De todas maneras el trabajo del diseño, se ve reflejado en el aporte de la imagen gráfica.



Presentación de los postres en los envases seleccionados



Postre Maravilla Dimensiones exactas

Es oportuno aclarar que las opciones de estos envases fueron estudiados dentro de las asesorías, teniendo en cuenta costos, dimensiones y formas; buscando la óptima presentación de cada uno de los postres. El caso de Don Hernando por ejemplo; se mandó a fabricar un molde redondo de 25 cm. de diámetro, teniendo en cuenta, que al porcionar el postre; cada fragmento coincidiera con las dimensiones del envase y así perfeccionar su presentación para la venta. Para efectos de transporte de los postres ya envasados; se proponen los siguientes contenedores de cartón y tulas:



Finalmente, se llegó a las respuestas más adecuadas y llamativas, logrando respuestas viables, con materiales sugerentes, con cierres interesantes y colores encantadores que van de la mano de los dados en las propuestas corporativas de cada beneficiario.



Frascos Dulce Camila



Dulcedo



Empaque en fibra de coco
Acosta Dulces Artesanales



Frascos para los productos de
uchuwa. Dulzuras del Campo

*** Duración total asesorías puntuales de producto y empaque 178 Horas**

Al realizar los empaques, se finalizó oficialmente la intervención del Módulo de Diseño industrial dentro del programa. Pero la tarea no se detuvo allí, ya que se hizo el seguimiento y apoyo durante la participación de los beneficiarios en la Feria de las Colonias y en la planeación y la toma de fotos para el Recetario.



Trabajando en una idea de empaque
en hoja de plátano



Evaluando el comportamiento
de los envases con los visitantes

Durante la Feria de las Colonias, las Diseñadoras aportaron apoyo y colaboración desde el día de montaje hasta el último día de feria, evaluando comportamientos tanto de los beneficiarios; como de los visitantes con respecto a los productos modificados.

En cuanto al recetario se hizo la recepción de los productos; como las composiciones de los escenarios para la toma de fotos. Esta última labor finalizó el 15 de agosto, cuando se termino de tomar las fotos. Los beneficiarios fueron citados con los productos desde el 1 de agosto, pero algunas tomas fueron modificadas por eso se extendió hasta la fecha mencionada.



*** Duración total actividades complementarias 42 Horas**

*** Duración total actividades presenciales: 288 Horas**

6.3.5.5 Fichas de Producto

7. LOGROS E IMPACTOS

- La revaloración de algunos bocados típicos, como los envueltos, los tamales, las mantecadas y la representativa fritanga a través de la rellena.
- Fortalecimiento de tradiciones culinarias de Colombia.

- Identificación de nuevos mercados, por ejemplo las Ferias; con la experiencia de la Feria de las Colonias, los beneficiarios reunieron herramientas que les permitirán realizar un buen papel en otras ferias; las señoras Emma, Luz Nelly, Martha lucia y Olga Lucia con los productos ya modificados, participaron en otras ferias fuera de Bogota. Otras personas ya están llevando muestras de sus productos a hoteles, muestras que se encuentran en evaluación en estos sitios.
- Consolidación de las unidades productivas de gastronomía tradicional y se estimularon otras para su conformación.
- Varios de los beneficiarios al diversificar su portafolio de productos y servicios; aumentaron sus salidas; generando ingresos; esto se presenta por ejemplo con Doña Luz Amparo y Doña Blanca Patricia. Este aumento de pedidos seguramente originara la creación de empleos.
- Mayor expectativa y confianza de los consumidores, hacia los productos de la cocina popular colombiana, modificados por un proceso de diferenciación.
- Enriquecimiento de la oferta, de la gastronomía tradicional.

8. LIMITACIONES Y DIFICULTADES

- La falta de compromiso o de tiempo de algunos beneficiarios.
- Los términos de vinculación al proyecto, en algunas alcaldías menores no fueron claros. Algunos beneficiarios se inscribieron y participaron del grupo de trabajo, con expectativas equivocadas ya que pensaban que aprenderían nuevas recetas.

- No existió coordinación en los horarios de la Academia, con los horarios del programa de diseño; teniendo siempre prioridad los primeros, razón por la cual los beneficiarios se tornaban confundidos.
- No fue adecuado iniciar de forma no paralela con el programa de diseño gráfico, ya que esto hizo que se extendiera considerablemente el tiempo estipulado para el programa de diseño industrial.

9. RECOMENDACIONES

- Debe ser un trabajo de equipo, la labor de la Academia y el programa de Diseño deben ir de la mano. Los conocimientos y experiencias de los dos sujetos, lograrían mejores resultados.

- La convocatoria en cada una de las localidades, debe manejar la misma información con personas que se dediquen exclusivamente a dar los términos y evitar falsas expectativas.
- La convocatoria debe hacerse con suficiente tiempo, para hacer realmente un filtro y así escoger productos, que verdaderamente todos, se encuentren dentro del grupo de los bocados tradicionales colombianos.
- Realizar un inventario de aquellos bocados, muy típicos, de Colombia; tanto los que comúnmente se conocen, como aquellos que se han quedado en el olvido. Esto enriquecería aún más el proyecto y su dimensión.
- Elaborar un método que incentive y premie la constancia de los grupos de participantes; como becas o cursos libres más sencillos y cortos; facilidades de préstamos o el acompañamiento de la idea de negocio por un tiempo prudencial.

10. CONCLUSIONES

1. Más del 50% de los participantes del primer grupo, logro ser constante en sus tareas; el grado de compromiso se vio reflejado en la calidad de cada uno de los productos.

2. No se debe desaprovechar ni abandonar el entusiasmo que se logro en la comunidad, para seguir trabajando en proyectos como este.
3. Se obtuvo un conocimiento de la población a través de las experiencias de trabajo, por lo cual se puede afirmar que un 60% del grupo trabaja activamente en la producción de bocados típicos y es su actividad económica, el porcentaje restante, lo toma más como una alternativa de otros ingresos o como un pasatiempo.
4. Un porcentaje considerable de beneficiarios, tiene problemas en la comunicación y socialización de sus ideas; a pesar de ello llevaron a término las actividades de ejecución, construcción, expresión gráfica y escrita.
5. Un 20% de los participantes tienen grandes potencialidades para ejercer el liderazgo, creatividad y apertura al cambio con gran facilidad.
6. El grupo en general estuvo muy abierto a la adquisición, de nuevos conocimientos, responsabilidades y sentido de pertenencia al programa.