



PROVINCIA DE NEUQUÉN
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES (CFI)
CONTRATO DE OBRA - N° 194340201
“PREPRODUCCIÓN DE LOS FESTIVALES REGIONALES NEUQUÉN
CREA: ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL
“SELLO DE DISEÑO NEUQUINO”

INFORME FINAL
JUNIO 2021

CONSULTORA. LIC. CONSTANZA CUBAS

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|--------|
| I Resumen | Pág 3 |
| II Introducción | Pág 4 |
| CAPÍTULO 1 | |
| II Diagnóstico Provincial | Pág 6 |
| II a ¿Por qué un diagnóstico? | Pág 6 |
| II b Diseño de Herramientas para el diagnóstico. | Pág 7 |
| II.b.1 Ficha Técnica de Diagnóstico Diseñadores/as de la Provincia del Neuquén | Pág 8 |
| II.b.2 Foro Referentes del Sector | Pág 12 |
| II.b.3 Encuesta sobre el consumo de Diseño en la provincia de Neuquén | Pág 16 |
| III Puesta en marcha del diagnóstico. | Pág 19 |
| III.a Ficha Técnica de Diagnóstico Diseñadores/as de la Provincia del Neuquén | Pág 19 |
| III.b Foro Referentes del Sector | Pág 26 |
| III.c Encuesta sobre consumo de Diseño Neuquino | Pág 29 |
| CAPÍTULO 2 | |
| IV Plan de acción para la creación e implementación del “Sello de Diseño Neuquino” | Pág 33 |
| IV.a Bases y Condiciones Sello Diseño Neuquino | Pág 34 |
| IV.b ¿Cómo participar? Formulario de Inscripción Sello Diseño Neuquino | Pág 40 |
| IV.c Sobre la Evaluación | Pág 42 |
| IV.c1 Criterios de Evaluación | Pág 42 |
| IV.c2 Comité Evaluador | Pág 44 |
| IV.c3 Mecanismo de evaluación. | Pág 48 |
| CAPÍTULO 3 | |
| V Convocatoria Abierta | Pág 54 |
| V.a Propuesta de Difusión para la convocatoria | Pág 54 |
| V.b Puesta en marcha de la difusión | Pág 59 |
| V.c El perfil de las propuestas recibidas | Pág 61 |
| V.d El proceso de evaluación | Pág 64 |
| V.e Proyectos Distinguidos | |

| | |
|--|---------|
| CAPÍTULO 4 | |
| VI Conclusiones y propuestas para nuevas ediciones | Pág 78 |
| VII Bibliografía | Pág 83 |
| Anexos | |
| Anexo 1 Imágenes | Pág 84 |
| Anexo 2 Formularios | Pág 90 |
| Anexo 3 Gráficos | Pág 110 |
| Anexo 4 Tablas | Pág 144 |
| Anexo 5 Documentación | Pág 150 |
| Anexo 6 Convocatoria Abierta | Pág 163 |

ÍNDICE DE IMÁGENES Y FIGURAS

| | |
|--|------------|
| Figura 1 Foro con referentes del Sector del Diseño Neuquino | Pág 13 |
| Figura 2 y 3 Capturas de pantalla de la plataforma Miro durante la realización del Foro. | Pág 15 |
| Figura 4 Planilla de registro interna | Pág 50 |
| Figura 5 Planilla de Evaluación Online | Pág 51 |
| Figura 6, a 11 Piezas gráficas elaboradas por la contraparte | Pág 57/59 |
| Figura 1 a 8 Postulaciones galardonadas | Pág 73/ 77 |

I RESUMEN

El siguiente informe presenta el trabajo realizado en el proyecto *“Propuesta de creación e implementación del Sello de Diseño Neuquino”* impulsado en el marco del Plan Estratégico del Centro de Diseño, Creatividad e Innovación del Neuquén, una iniciativa impulsada por la Secretaría de Planificación y Acción para el Desarrollo (COPADEV) del Gobierno de la Provincia del Neuquén y elaborado con la asistencia técnica y financiera del Consejo Federal de Inversiones (CFI).

El objetivo final de este proyecto fue generar una propuesta técnica para elaborar una herramienta que distinga al diseño neuquino, teniendo en cuenta una serie de criterios culturales, formales, funcionales y tecnológicos entre otros. Se trabajó en crear un sello que legitime y visibilice aquellas propuestas de diseño locales que sobresalen en función de su identidad, innovación, aspectos formales, funcionales, tecnológicos y su incidencia social o ambiental, así como por sus abordajes productivos, comerciales y comunicacionales.

A través de la investigación, el análisis, el diálogo y el trabajo colaborativo con distintos sectores y actores que conforman el ecosistema del diseño neuquino, se logró crear un programa que permitirá el desarrollo de las disciplinas proyectuales de forma estable y con proyección.

Este trabajo fue realizado por la consultora Lic. Constanza Cubas, convocada para realizar la asistencia en conjunto con el equipo técnico del Centro de Diseño, Creatividad e Innovación de la Secretaría del COPADEV

I INTRODUCCIÓN

El siguiente informe presenta el trabajo realizado en el proyecto *“Propuesta de creación e implementación del Sello de Diseño Neuquino”* impulsado en el marco del Plan Estratégico del Centro de Diseño, Creatividad e Innovación del Neuquén, una iniciativa impulsada por la Secretaría de Planificación y Acción para el Desarrollo (COPADEV) del Gobierno de la Provincia del Neuquén y elaborado con la asistencia técnica y financiera del Consejo Federal de Inversiones (CFI).

En las siguientes páginas se sintetizan las tareas realizadas desde el 15 de septiembre del 2020 hasta fines de mayo del 2021, dando cuenta de las acciones, los análisis y las conclusiones obtenidas a partir del trabajo realizado por la consultora Lic. Constanza Cubas, convocada para realizar la asistencia técnica, en conjunto con el equipo técnico del Centro de Diseño, Creatividad e Innovación de la Secretaría del COPADEV y los aportes recibidos por referentes del sector.¹

El objetivo final de este proyecto fue generar una propuesta técnica para contar con una herramienta que distinga al diseño neuquino, teniendo en cuenta una serie de criterios culturales, formales, funcionales y tecnológicos entre otros. Un sello que legitime y visibilice aquellas propuestas de diseño locales que sobresalen en función de su identidad, innovación, aspectos formales, funcionales, tecnológicos y su incidencia social o ambiental, así como por sus abordajes productivos, comerciales y comunicacionales.

Este informe se estructura en 4 capítulos. Cada uno da cuenta de las diversas etapas en las que se desarrolló el proyecto.

Inicialmente se comenzó con un proceso de diagnóstico provincial y relevamiento del sector de diseño, lo cual implicó la definición de las herramientas para el diagnóstico y la puesta en marcha de las mismas: dos encuestas y un foro sectorial. Todo este proceso aparece volcado en el primer capítulo.

El diagnóstico se cerró con el proceso de análisis e interpretación de resultados que fueron el insumo necesario para comenzar con la etapa siguiente: la puesta en marcha del plan de acción para la creación e implementación del “Sello de Diseño Neuquino”. Esta fase supuso la creación de las bases y condiciones para obtener la distinción, la elaboración de los formularios de Inscripción y la definición de los criterios y mecanismos de evaluación, entre otras tareas que pueden encontrarse en el segundo capítulo.

¹ En el anexo 1 se adjuntan imágenes de algunas de las reuniones virtuales realizadas con el equipo técnico del Centro de Diseño, Creatividad e Innovación de la Secretaría del COPADEV, desde septiembre del 2020 hasta mayor del 2021.

En el tercer capítulo se plasman las tareas realizadas durante la etapa en la cual la convocatoria estuvo abierta. Se podrá encontrar aquí con información referida a la cantidad de propuestas presentadas, su perfil y características, las repercusiones y consultas así como el plan de comunicación elaborado para la difusión de la convocatoria.

En el último capítulo se comparte una serie de reflexiones que buscan guiar la aplicación del programa en futuras ediciones. Se espera que estas conclusiones sean de alguna manera hallazgos o descubrimientos, que otorgan información sobre los aciertos y los errores durante toda la instancia de trabajo.

En esta misma línea y a partir de una lectura analítica de todo el proceso, en este último capítulo se propone una serie de acciones para abordar las dificultades, necesidades, etc identificadas durante el diagnóstico y la evaluación de los proyectos recibidos.

III DIAGNÓSTICO PROVINCIAL

II a ¿Por qué un diagnóstico?

La realización de un diagnóstico provincial del sector diseño que otorgara información fidedigna, confiable y actualizada, constituyó la base ineludible para la elaboración del plan de acción para la creación e implementación del “Sello de Diseño Neuquino”. Se partió del convencimiento que un correcto diagnóstico nos aseguraría un programa que dialoga adecuadamente con la realidad y que la información recogida contribuiría considerablemente a implementar y mejorar políticas públicas específicas para el sector.

Con este fin, durante la fase de diagnóstico, se dio lugar a la recopilación de la mayor cantidad de datos relevantes para proporcionar conocimiento del ecosistema de diseño neuquino, su naturaleza, dimensión, situación actual y posibilidades de desarrollo. Se trabajó en comprender el funcionamiento y posicionamiento del diseño en la provincia, identificar las debilidades, fortalezas, potencialidades y los obstáculos que dificultan su desarrollo.

El análisis de las características y situación del diseño en la provincia, ha supuesto un aporte significativo en tanto no se encontraron trabajos similares realizados en el territorio con tal amplitud. Vale decir también que dadas las características de las actividades productivas que se desarrollan en el ámbito del diseño, en general en escalas más pequeñas, muchas veces estas no quedan recogidas por las estadísticas oficiales.

Por cuestiones operativas y dados los plazos establecidos para la realización de este proyecto, la recopilación de datos para el diagnóstico estuvo acotada a un recorte de tiempo específico. Sin embargo desde esta asistencia se sugiere que sea una tarea permanente, que de manera constante se actualicen datos, se busque llegar a la mayor cantidad de miembros del ecosistema, que se involucren a instituciones y organismos en esta tarea de conocer en profundidad al sector para desde allí poder pensar en políticas de estado en consonancia con la necesidades actuales y reales del sector.

II.b Diseño de Herramientas para el Diagnóstico.

Para dar comienzo al proceso de diagnóstico fue necesario antes definir qué información se deseaba recopilar y a través de qué herramientas sería la mejor manera de obtenerla. Se partió con toda una serie de interrogantes sobre los cuales se tenían diversas presunciones, pero no datos objetivos que pudieran demostrarse fehacientemente: ¿Cómo ha sido el crecimiento y evolución del sector? ¿Qué subsectores están presentes en el ecosistema de diseño neuquino con más fuerza? ¿Industrial, Indumentaria? ¿Gráfico? ¿Interiores? ¿Tienen todas las mismas debilidades y fortalezas? ¿Qué sectores del diseño tienen hoy un mayor impacto económico, cultural o simbólico?, etc.

Se estableció que la información que se necesitaba recopilar era aquella que definiría las características de la convocatoria para el Sello Diseño Neuquino, en sus distintos aspectos: perfil de los participantes, subsectores a incluir, criterios a partir de los cuales evaluar las propuestas, entre otros. De esta manera se marcó desde un inicio el perfil que debería tener la fase de diagnóstico, acotando el universo de investigación, la muestra, y las temáticas a abordar.

Fue clave al inicio del proceso y antes de la definición de las herramientas de recopilación de datos, la información provista por diversas fuentes primarias:

- El Plan Estratégico para la puesta en marcha del CDNEU,
- Los resultados obtenidos en el Primer Concurso Provincial de Diseño, Creatividad e Innovación,
- Las conclusiones abordadas en las actividades de capacitación para el sector, como el Ciclo de Formación para Diseñadores y Artesanos, el Programa Emprender con Diseño, ejecutados durante el 2019 y financiados por el Consejo Federal de Inversiones (CFI).
- Los datos obtenidos a través del Banco de Creatividad 2020

Así mismo, se elaboró junto al equipo del Centro de Diseño, Creatividad e Innovación de la Secretaría del COPADE un documento de trabajo interno que permitió recrear el ecosistema del sector de diseño y a partir del cual se pudieron identificar:

- Eventos sectoriales, congresos, bienales, ferias y otros
- Instituciones educativas
- Medios de difusión especializados a nivel provincial
- Cámaras, organizaciones, clúster u otro tipo que nuclean diseñadores
- Políticas públicas orientadas al sector en los últimos años (provinciales, municipales)
- Organismos, fundaciones y otros similares de apoyo al diseño
- Espacios o instancias de comercialización del diseño

- Infraestructura destinada al sector

Otra de las tareas llevadas adelante con el fin de indagar sobre el sector del diseño neuquino y buscar información disponible fue un rastreo a través de palabras claves en Internet. Se buscaron noticias periodísticas, informes, ponencias, datos sobre agrupaciones, etc. Durante este rastreo comenzaron a perfilarse ciertos datos relevantes, como por ejemplo la fuerte presencia y centralidad de dos subsectores: el diseño gráfico y el diseño del hábitat.

Una vez analizado todos los datos disponibles y establecidos los objetivos del diagnóstico, se definió implementar tres herramientas para captar la información necesaria, dos encuestas y un foro.

II.b.1 Ficha Técnica para el Diagnóstico del sector del Diseño en la Provincia del Neuquén

Se trató de una encuesta orientada a profesionales del diseño neuquino, que pudieran tener o no título vinculado a las disciplinas proyectuales. La condición necesaria para contestar la misma fue llevar adelante alguna actividad profesional vinculada al diseño, ya sea esta de manera dependiente o independiente y más allá de si la misma constituía el principal ingreso del encuestado/a o no. Se optó por este perfil para poder crear una muestra que no fuera excluyente, sino más bien amplia y abarcativa, que tuviera en cuenta las distintas posibilidades de practicar el diseño en la provincia.

La encuesta se realizó a través de un formulario online que se difundió entre agrupaciones de diseñadores y diseñadoras de toda la provincia, instituciones educativas y referentes del sector a fin de alcanzar un mayor número de respuestas. Cabe aclarar que el mayor volumen de difusión se dio a través de la base de datos con la que cuenta la contraparte y sus redes sociales. Dicha base está compuesta mayoritariamente por diseñadores y diseñadoras industriales, gráficos/as y de indumentaria y en menor medida de otras disciplinas proyectuales. En este sentido, puede pensarse que las respuestas obtenidas están condicionadas por este recorte.

Es importante reconocer que se partió de una limitación fundamental y es que no se conoce la población total de diseñadores y diseñadoras neuquinos/nas, es decir no hay registros oficiales y científicos que establezcan el número de ese universo que se pretende analizar. Al cierre de este informe se obtuvieron 90 respuestas al formulario y es sobre las mismas que se realizan las interpretaciones y análisis. En tal sentido podemos decir que se trató de un estudio no probabilístico de caracterización sobre las personas respondientes, donde los resultados e

interpretaciones no serán extrapolables o generalizables a la totalidad del sector, sino sólo a los y las encuestados/as.

Sin embargo, esto no quita validez a las interpretaciones que se pudieran obtener en tanto como ya se ha manifestado este es el primer diagnóstico sectorial con estas características que incluye todo el territorio provincial. Esta herramienta nos permitirá realizar una primera aproximación a la dimensión y características del sector, para realizar un diagnóstico de situación y perspectiva, de forma que se pueda disponer de una mínima base empírica en la que apoyar la definición de las posibles estrategias de actuación para la convocatoria Sello Diseño Neuquino.

Otro aspecto clave, en términos metodológicos, es que las encuestas fueron autoadministradas sin seguimiento de casos, por lo cual las personas respondientes contestaron directamente el cuestionario, sin intermediaciones, explicaciones y aclaraciones, lo cual en cierta medida también puede condicionar las respuestas obtenidas. Con el fin de sortear este problema, se elaboró un formulario fuertemente estructurado, con diversas aclaraciones y comentarios que pudieran guiar y ordenar el proceso de respuesta sin condicionar la misma. El cuestionario fue estructurado principalmente con preguntas cerradas (con opción de respuestas de selección múltiple y la posibilidad de agregar “otra respuesta”) y algunas preguntas abiertas.

El cuestionario estuvo disponible para ser respondido desde el 20 de octubre del 2020 y se realizó un corte para la realización de este informe en los primeros días de diciembre del mismo año.

Sobre la estructura de la encuesta

La encuesta se inicia con un texto explicativo, donde se establece quién lleva adelante el estudio, los objetivos del mismo y a quien está orientado el formulario: *“El siguiente formulario podrá ser completado solamente por aquellas personas cuya actividad profesional/laboral está vinculada al diseño, ya sea de manera independiente o en relación de dependencia”.*

Se incluyó tanto a quienes se dedican a la producción de bienes de diseño como a quienes prestan servicios vinculados al diseño. Durante el relevamiento previo al diagnóstico se constató que este segundo sector tiene fuerte presencia en la provincia, por lo que se consideró necesario que se sientan incluidos en la encuesta utilizando las terminologías adecuadas que los interpelan. Esta clasificación resultó estructurante de todo el programa retomándose por ejemplo durante la realización de las bases y condiciones.

Se tomó la decisión de hacer este recorte a fin de poder obtener información concreta del sector al que apunta el programa. El antecedente del Banco de Creatividad 2020, demostró que en las autopercepciones de artistas, diseñadores, artesanos, e incluso comunicadores sobre su actividad profesional, los límites disciplinarios se desdibujan y muchas personas respondientes de aquel registro se autodenominaban diseñadores y diseñadoras aun siendo que su actividad profesional era más cercana a otra disciplina, como por ejemplo el marketing.

De esta manera se intentó establecer un primer filtro, que de todos modos quedaría librado a la interpretación que cada respondiente hiciera sobre dicha caracterización y se convertiría en sí mismo en un punto de análisis y reflexión sobre quienes efectivamente se perciben diseñadores o diseñadoras en la provincia de Neuquén. Como se verá en los próximos capítulos la cuestión de los límites interdisciplinarios y los formatos híbridos: diseño-artesanía, arte-diseño entre otros, constituye un núcleo teórico a abordar en relación al ecosistema.

En la primera sección se solicita información general. La respuesta a la localidad de pertenencia aparece como uno de los datos más buscados en este apartado, para poder establecer cómo se distribuye la actividad del diseño en todo el territorio, pudiendo identificar zonas con mayor actividad, regiones más relegadas, en crecimiento o desarrollo.

En la segunda sección indagamos sobre la formación. Se incluyeron preguntas sobre el nivel de estudio alcanzado, el área de estudio, el centro de formación que otorgó el título en diseño (en caso que correspondiera), así como por otros tipos de capacitaciones adquiridas en temáticas vinculadas al diseño. Se buscó a través de estas preguntas definir el perfil educacional de quienes se autodenominan como profesionales del diseño, indagar sobre las características de sus estudios e incluso identificar los casos en que aun no teniendo estudios formales o bien habiendo estudiado otras carreras las personas encuestadas llevarán adelante una actividad profesional vinculada a las disciplinas proyectuales.

En la tercera sección las preguntas se orientaron a indagar las características de la actividad profesional. Se inició realizando una división en función del sector y subsector del diseño en el cual el o la respondiente realiza su actividad profesional. Estas respuestas resultaron claves en tanto nos permitieron hacer una primera aproximación a la estructura del sector del diseño, que subsectores tienen mayor presencia, etc. A su vez analizar si cada uno de ellos presenta particularidades o bien se puede hablar de características, problemáticas y desafíos comunes.

Luego para organizar las secciones 4, 5 y 6 se introdujo una pregunta clave que separó las respuestas en dos grupos, por un lado, quienes se desempeñan en relación de dependencia y por otro quienes realizan su actividad de manera independiente. Interesaba particularmente conocer las condiciones en las cuales un profesional del diseño podría insertarse en el mercado laboral de forma dependiente ¿Qué tipo de empresas los contratan? ¿Qué tamaño tienen dichas empresas? ¿Cuánto es el sueldo promedio? ¿Qué tareas efectivamente realizan dentro de la institución u empresa? etc.

Se buscó profundizar en las particularidades que presentan las iniciativas llevadas adelante de manera independiente, para lo cual se incluyeron preguntas relativas al financiamiento de los emprendimientos, el tipo de actividad que se realiza, nivel y formas de ventas, la estructura organizativa, etc. También se indagó sobre el nivel de formalidad de estos emprendimientos a través de preguntas sobre la inscripción o registro del mismo, las condiciones ante AFIP, etc.

Por último, se incluyó una serie de consultas para identificar de qué manera los respondientes valoran su tarea profesional, definen las características de sus productos y servicios, así como los aspectos que los distinguen.

En la séptima sección se indaga particularmente sobre la producción de bienes de diseño: volumen de producción, materias primas más utilizadas, nivel de tercerización y contratación de mano de obra especializada, etc.

En la octava sección a través de 4 preguntas se intentó indagar sobre los atributos diferenciales más importantes que reconocían en sus trabajos como diseñador/a y la percepción sobre el posicionamiento de la disciplina a nivel social en la provincia de Neuquén. Cierra esta sección la consulta por referentes del sector a nivel profesional, una pregunta que buscaba explorar sobre los niveles de legitimación hacia el interior del campo

Se incluyó una novena sección cuyo resultado excede los objetivos del estudio, pero que a consideración de la contraparte fue incluida. En la misma se indaga por los efectos de la pandemia en la actividad profesional de los y las respondientes en los últimos meses.²

II.b.2 Foro con referentes del sector.

Con el fin de obtener información de carácter cualitativo, reflexiones de mayor profundidad, ideas, soluciones y formular objetivos, recomendaciones o

² En el Anexo 2: Formularios se adjunta la encuesta completa.

planes de acción, se propuso incorporar como herramienta de diagnóstico un foro con referentes del diseño neuquino.

La selección de los participantes tuvo como objetivo conformar un grupo variado, con profesionales que se desempeñarán en distintas áreas vinculadas a las disciplinas proyectuales (docentes, diseñadores, representantes de asociaciones o cámaras, etc.) y estuvieran localizados en distintas regiones de la provincia, para lograr una caracterización amplia de la situación actual del diseño, sus desafíos, necesidades etc. Así el grupo quedó conformado por:

- María Julieta Ferrari. Presidente de la Asociación Patagónica de Diseñadores Profesionales Integrados
- D. I. Patricio Machado - Fundador “El Catango”
- Matías Martínez. Diseñador industrial/ docente Universidad Nacional de Río Negro
- Liliana de Salvo de Mendoza - Fundadora de la Escuela de Diseño en el Hábitat
- Federico Mendoza. Director y Docente de la Escuela de Diseño en el Hábitat
- Florencia Sánchez Diseñadora Indumentaria Referente del sector.
- Cristian Olmos. Diseñador y comunicador visual
- Lizzie Fracchia - referente a nivel internacional de joyería

Figura 1 Foro con referentes del Sector del Diseño Neuquino



Atendiendo a las dificultades que la pandemia nos impuso durante la realización del estudio de diagnóstico, se propuso utilizar la plataforma colaborativa Miró y a partir de allí generar las instancias de diálogo, debate y generación de ideas. Se complementó con la plataforma de reunión Meet para brindar las consignas de trabajo y moderar el trabajo en Miró.

La dinámica estuvo estructurada en 4 bloques, en cada uno se propuso una serie de preguntas de tipo descriptivas que debían ser respondidas con palabras claves o frases cortas en un tiempo determinado.

En el primer bloque el objetivo fue solicitar impresiones y perspectivas que los y las participantes tuvieran del sector, realizar una primera caracterización captando sus sensaciones más inmediatas y por lo tanto más latentes. Las preguntas propuestas fueron

- ¿Cuáles son, a su criterio, los principales logros del sector en los últimos años?
- ¿Qué ventajas presenta el diseño neuquino ante productos y/o servicios de otras provincias o países?
- ¿Cuáles son, a su criterio, los principales problemas que debe enfrentar el sector del diseño neuquino?
- ¿En qué aspectos cree se debería mejorar?
- ¿Qué factores influyen en el desarrollo del sector?

En el segundo bloque las preguntas se dirigieron a buscar una posible definición de la identidad del diseño neuquino. Indagar grupalmente sobre los rasgos específicos, las características más reconocibles y lo que hace único y diferente a los bienes y servicios generados en la provincia, si es que esto es posible. Se trató de recrear esta identidad tanto desde la mirada del sector como de la que se cree la sociedad neuquina tiene del diseño. Para ello se establecieron las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son, a su criterio, los rasgos más destacados del diseño neuquino?
- ¿Cómo ve el público consumidor al diseño neuquino?
- ¿Cómo le parece que está considerado el rol profesional del diseñador en la provincia de Neuquén?
- ¿Con qué 3 palabras describiría el diseño gráfico neuquino?
- ¿Con qué 3 palabras describiría el diseño de indumentaria neuquino?
- ¿Con qué 3 palabras describiría el diseño en el hábitat/interiores neuquino?
- ¿Con qué 3 palabras describiría el diseño industrial neuquino?

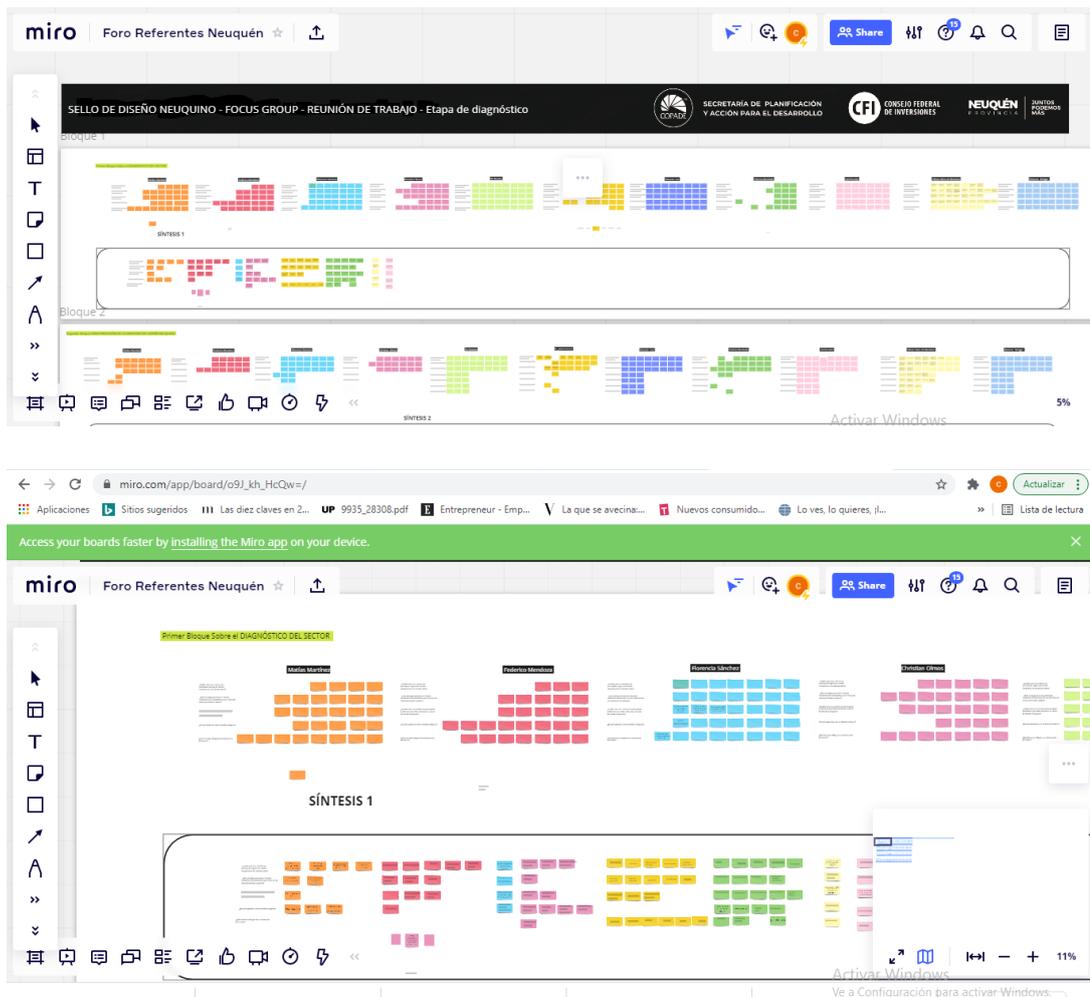
En el tercer bloque el objetivo fue reflexionar sobre los desafíos y necesidades que tiene el sector en la actualidad. Para ello se propuso reconocer ¿Que está pendiente hacerse en relación al diseño? y ¿Qué debería lograrse en los próximos años?

Por último, en el cuarto bloque, a modo de cierre y conclusión, se solicitó a los y las participantes ideas y sugerencias para lograr los objetivos deseados, para alcanzar las metas que en los bloques anteriores se identificaron, para generar las mejoras que se reconocieron, etc. Así mismo se solicitó la identificación de profesionales del sector destacados, así como emergentes, a modo de poder sumar estos datos a los ya provistos en la encuesta a diseñadores neuquinos. Las preguntas que guiaron esta instancia de reflexión fueron:

- ¿A través de qué herramientas se podrían alcanzar las metas del sector?
- ¿Qué recursos son necesarios para que el sector crezca y se fortalezca?
- ¿Qué actividades, tendencias, microrregión identifica con mayor potencial o desarrollo?
- Nombre diseñadores/as emergentes de la provincia
- Nombre diseñadores/as referentes de la provincia

El instrumento utilizado para la recolección de la información dentro de la plataforma Miro, fueron “post it virtuales”. Cada participante contó con un color distinto y esto nos permitió visualizar con claridad los aportes de cada uno de ellos. Una vez finalizado el tiempo asignado a cada pregunta y bloque, las respuestas fueron puestas en común dando lugar a una instancia de intercambio y reflexión grupal, intentando enriquecer el debate y obteniendo una síntesis. El encuentro se realizó el día 30 de octubre del 2020 a las 10 am y su duración fue de aproximadamente 2 horas y media. A fin de poder completar la información brindada la herramienta quedó abierta durante dos días.

Figura 2 y 3 Capturas de pantalla de la plataforma Miro durante la realización del Foro.



II.b.3 Encuesta sobre el Consumo de Diseño en la provincia del Neuquén

Las primeras herramientas aplicadas para la recolección de datos durante el diagnóstico, nos brindaron datos cuantitativos y cualitativos sobre el diseño neuquino desde la óptica de los propios miembros del sector. Sin embargo, se presentaban toda una serie de cuestionamientos que no podían ser respondidos directamente por este grupo y resultaban vitales para crear una herramienta cuyo objetivo es visibilizar y legitimar al diseño de la provincia: El Sello al Diseño Neuquino. *¿Reconoce las propuestas de diseño neuquino el público consumidor? ¿Qué opinión le merecen estas propuestas? ¿Qué opina sobre su calidad, su precio, sus formas de comercialización y comunicación? ¿Que alienta el consumo de diseño neuquino y que lo desalienta?* Estas fueron algunas de las preguntas que orientaron el desarrollo de la tercera herramienta aplicada para el diagnóstico, una encuesta sobre el consumo de diseño neuquino. La misma se realizó a través de un formulario online que se difundió a través de las bases de datos de COPADE y sus redes sociales. Asimismo, se enviaron gacetillas de prensa y se compartió la encuesta con diversas instituciones y organismos que pudieran ayudar a la difusión de la misma.

Al cierre de este informe se habían consignado 178 respuestas al formulario y es sobre las mismas que se realizan las interpretaciones y análisis. En tal sentido podemos decir que se trató de un estudio no probabilístico de caracterización sobre los y las respondientes, donde los resultados e interpretaciones no serán extrapolables o generalizables a la totalidad de la sociedad, si no solo a los encuestados. Sin embargo esta herramienta nos permitirá realizar una primera aproximación a las percepciones que se tienen en el seno de la sociedad sobre el diseño neuquino, de forma que se pueda disponer de una mínima base empírica en la que apoyar la definición de las posibles estrategias de actuación para la convocatoria Sello Diseño Neuquino.

Al igual que la técnica aplicada para la *Ficha Técnica para el Diagnóstico del Sector del Diseño en la Provincia del Neuquén*, este cuestionario fue autoadministrado sin seguimiento de casos, por lo cual los y las respondientes contestaron directamente, sin intermediaciones, explicaciones y aclaraciones. Se elaboró un formulario con diversas aclaraciones y comentarios que pudieran guiar y ordenar el proceso de respuesta sin condicionar las mismas. El cuestionario estuvo estructurado con preguntas cerradas con opción de respuestas de selección múltiple y la posibilidad de agregar “otra respuesta”.

En términos metodológicos solo queda expresar que la forma de distribución del cuestionario podría indicar cierta tendencia en la constitución de la muestra,

orientando la misma hacia personas que de una u otra manera se vinculan con el diseño, siendo actualmente consumidores, conociendo a referentes de sector, emprendimientos, etc. Queda como tarea pendiente a futuro seguir ampliando el número de respuestas buscando lograr una muestra más heterogénea que nos permita sumar percepciones del diseño por parte del mercado potencial.

Sobre la estructura de la encuesta

El cuestionario se inicia con un texto explicativo donde se establece quien lleva adelante el estudio y el objetivo del mismo: *“Desde el Centro de Diseño, Creatividad e Innovación de la Secretaría del COPADE de la Provincia del Neuquén estamos trabajando en la implementación de una certificación de diseño a nivel provincial. Con dicho objetivo y como punto de partida, estamos realizando un relevamiento sobre el consumo de productos y servicios de diseño en la provincia.”*

En la primera sección se incluyen consultas sobre datos generales de los y las respondientes: edad, género, localidad, ocupación entre otras. No se consulta nombre y apellido a fin de otorgar anonimato y alentar así la participación sin condicionantes.

Seguidamente se introducen dos preguntas cuyo objetivo es indagar sobre el consumo de productos y servicios de diseño en general, más allá del diseño neuquino. En caso de optar por la opción *“No compro productos ni contrato servicios de diseño”* se dirige al apartado final de la encuesta donde se realizan consultas sobre los efectos de la pandemia. Caso contrario se consulta sobre el origen de dichos consumos colocando las opciones

- Zona Alto Valle
- Patagonia
- Otras provincias (por ejemplo: Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, etc.)
- Otros países

Esta pregunta se incluyó ya que interesaba indagar si los consumidores optan por productos y servicios de diseño de otros orígenes más allá de Neuquén.

En la sección dos concretamente se consulta por los productos de diseño de origen neuquino, tanto si se consume como si se conoce. Se pregunta a través de qué medios conoció marcas/diseñadores/estudios de diseño neuquino, qué tipo de productos compra principalmente, con qué frecuencia y dónde lo hace. También se incluyeron preguntas sobre las motivaciones y desmotivaciones para dicho consumo otorgando toda una serie de posibles respuestas.

En la sección tres las consultas se dirigen específicamente a la contratación de servicios de diseñadores/as de Neuquén, como por ejemplo gráficos, de interiores, diseñadores/as web, entre otros. Se pregunta el tipo de servicio que se contrata, la frecuencia de contratación, así como los aspectos que alientan o desalientan la misma.

En el último apartado se incluyeron dos consultas que buscan indagar de qué manera el contexto de pandemia modificó los hábitos de consumo de productos y/o servicios de diseño neuquino en los últimos meses

Los resultados obtenidos muestran los factores principales de las decisiones de compras, así como las percepciones generales que los y las respondientes tienen sobre el diseño neuquino. Además nos brinda información para cruzar datos con las respuestas obtenidas tanto en el foro como en la encuesta a profesionales del diseño.³

³ En el Anexo 2: Formularios se adjunta la encuesta completa.

III PUESTA EN MARCHA DEL DIAGNÓSTICO.

Una vez finalizada la recopilación de datos se procedió a su análisis e interpretación. Durante este proceso se intentó descubrir lo que subyace a cada respuesta, identificar patrones comunes, temáticas que se repiten, datos claves etc.

La evaluación de los resultados, la lectura y comprensión del material recopilado, permitió a su vez tomar decisiones claves al momento de elaborar las bases y condiciones para la convocatoria Sello Diseño Neuquino.

III.a Ficha Técnica de Diagnóstico Diseñadores/as de la Provincia del Neuquén

Datos Demográficos de las personas encuestadas

- Se concentra la mayor cantidad de respuestas entre los 28 y los 45 años, siendo la edad promedio de los respondientes 38,5 años. ⁴Se podría inferir de este dato que hay cierta “madurez” en la vida profesional de quienes ha respondido la encuesta, no se encuentran dando sus primeros pasos en el campo laboral, sino más bien estarían ingresando en una etapa de crecimiento y consolidación.

- El 73.3% son mujeres, el 23,3 % varones, el 1,1% declaró identidad de género no binaria y un 2,2% prefirió no decirlo⁵. El fuerte componente femenino de los y las respondientes se revela como uno de los datos a tener en cuenta

- En relación a la ciudad o localidad de residencia el 63,3% manifestó vivir en la ciudad de Neuquén.⁶ En segundo lugar se encuentra San Martín de los Andes con el 14.4% y Villa la Angostura y Plottier con el 4,4% cada uno. El resto se distribuye en bajo porcentaje (entre 2,2% y 1,1%) en diversas localidades:

- Centenario
- Chos Malal
- Junín de los Andes
- Villa Pehuenia
- Zapala
- Plaza Huincul

En primera instancia estos resultados nos hacen pensar que el mayor volumen de profesionales del diseño se encuentran localizados en la capital provincial, siendo muy escaso o casi nulo en otras localidades. También puede adjudicarse este nivel de respuestas a la falta de “llegada” desde un punto de vista comunicacional hacia esos sectores con la información de la convocatoria.

⁴ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 1

⁵ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 2

⁶ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 3

Sobre la formación de los encuestados

- Ante la consulta por el máximo nivel alcanzado en estudios formales el 53,3% respondió tener estudios universitarios completos y el 24,4% Terciario completo. Un 10% manifestó tener estudios universitarios o terciarios en curso e igual número (10%) tener un posgrado o estar cursando un estudio a este nivel. Sólo el 14,4% expresó no tener estudio de grado o posgrado y poseer secundario completo. ⁷ El resto del porcentaje corresponden a respuestas que no interpretaron correctamente la pregunta.

A partir de estos resultados podemos caracterizar a los encuestados como un grupo con alto porcentaje de formación superior ya sea a nivel terciario, universitario o posgrado, lo que plantea una serie de potencialidades si este dato pudiera ser constatado en la totalidad del sector

- En relación al título obtenido dentro del espectro de las disciplinas proyectuales, se destaca que el 19% manifiesta ser arquitecta/o , el 15,5% diseñador/a industrial y el mismo porcentaje diseñador/a de indumentaria. El 14,3% informa tener título de diseño/a gráfico y el 10,7 de diseñador/a del hábitat El 20,3 % expresó que su título no está vinculado al diseño. ⁸

Este último dato resulta relevante de cara a las condiciones solicitadas para participar del Sello Diseño Neuquino, ya que se entiende que si bien hay un alto porcentaje de profesionales certificados con títulos oficiales vinculados al diseño, también hay un importante grupo de lo que se denomina aficionados o idóneos del diseño, es decir aquellas personas que se caracteriza por contar a su favor con una experiencia suficiente y constante en una práctica determinada, contando con una formación teórica y práctica que le permita desarrollar a conciencia el ejercicio del diseño. En tal sentido el 81,1% ⁹expresa poseer otros tipos de estudios vinculados al diseño más cercanos a la técnica y/o los oficios. Dentro de este porcentaje el 27,1 % informa haberse capacitado en softwares de diseño el 25,7% en sistemas de estampación, el 17,1 % en corte y confección, el 14,3 en cerámica y el mismo porcentaje en carpintería. En menor medida se nombran otras temáticas tales como herrería, sistemas de impresión 3d, marroquinería, joyería, tejido entre otras. ¹⁰

Asimismo cuando se consulta por quienes no tienen títulos de diseño pero si acreditan formación superior, se observa que muchos de los respondientes (que

⁷ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 4

⁸ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 5

⁹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 6

¹⁰ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 7

se auto perciben como profesionales del diseño) tienen títulos asociados a otras disciplinas como por ejemplo la fotografía 25,8% o las artes plásticas 19,4% el marketing y la comunicación el 12,9 % cada uno. ¹¹

- En relación al centro de estudio que emitió el título las respuestas son muy variadas destacándose que la mayoría ha obtenido su título en casas de estudio fuera de la provincia del Neuquén 61,8%. Dentro de la instituciones locales se destaca la Universidad de Flores con el 12,7% y la Escuela de Diseño en el Hábitat con el 14,1% ¹² Este tema va a ser destacado durante la instancia de los foros con referentes, en tanto se plantea que el fortalecimiento del sistema educativo vinculados al diseño constituye uno de los desafíos más fuertes de cara a la profesionalización del sector así como para su crecimiento y desarrollo.

Autodefinición y áreas de ocupación de las personas encuestadas

- Cuando se consulta en qué disciplina se enmarca el perfil profesional de las personas encuestadas el 27,8 % indica diseño gráfico, el 24,4% diseño de indumentaria, el 23,3 % diseño de interiores y el 17,8% en diseño industrial, lo que nos permitiría inferir que son estas las cuatro disciplinas que tienen mayor presencia en el campo. Luego le siguen otras áreas con menos porcentaje como por ejemplo el diseño web 6,7% y diseño audiovisual 11,%. ¹³. Esta pregunta permitió que las personas optarán por más de una opción, así nos encontramos que el 60% de los respondiente informan que su perfil profesional se enmarca en más de una disciplina¹⁴, poniendo en evidencia el carácter interdisciplinar que caracteriza a la muestra encuestada.

Cabe destacar que la triada docencia, investigación y consultoría se lleva en total un 28,9% respuestas, evidenciando que este tipo de actividad tiene fuerte presencia dentro de las opciones de inserción laboral para los y las diseñadores. En la mayoría de los casos estas opciones son seleccionadas junto a otras, pudiendo inferir que muchos profesionales llevan adelante en paralelo a su actividad como diseñador, un rol de docente, investigador o consultor. ¹⁵

- Cuando se solicita especificar el sub sector en el que se enmarca esta actividad profesional las respuestas se dividen en más de 30 disciplinas poniendo en evidencia un amplio espectro de especialidades que conformaría el sector del diseño neuquino. Los respondientes podían optar por más de una respuesta y en

¹¹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 8

¹² Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 9

¹³ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 10

¹⁴ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 11

¹⁵ Se adjunta en Anexo 4 :Tablas , la representación Tabla 1

la mayoría de los casos se constata que los profesionales llevan adelante actividades que se vinculan con más de un subsector, y que muchas veces se refieren a una misma disciplina y otros casos a más de una. Así por ejemplo dentro de la opción diseño gráfico los subsectores elegidos son: diseño de afiches, etiquetas y pósters (24 respuestas) diseño de identidades visuales (24 respuestas) diseño editorial (17 respuestas) Diseño tipográfico (12 respuestas)¹⁶. Al considerar todas las especialidades que incluyen el diseño de indumentaria (femenina, masculina, lencería, etc.) no encontramos con más de 40 respuestas. Esto pone de manifiesto, que este tipo de diseñador también se caracterizaría por abordar diversas especialidades tal como lo expresa la tabla que se adjunta¹⁷

Otras de los subsectores que se destacan por su volumen de respuesta son: diseño de mobiliario, con 20 respuestas; Diseño de espacios interiores, 22 respuestas.

- En la pregunta 18 se le consulta a las personas encuestadas qué tipo de relación laboral tienen dentro del sector del diseño, pudiendo optar por más de una de las opciones propuestas. Sobre 89 personas, 51 indican que trabajan de manera independiente a través de un emprendimiento u ofreciendo servicios de diseño. 13, informan que además de la modalidad independiente de emprendimiento y servicios trabajan Free lance, es decir por proyecto y/o abono mensual por horas dedicadas. 8 profesionales optaron por la opción trabajo en relación de dependencia exclusivamente y 16 optaron por la combinación entre trabajo en relación de dependencia y trabajo independiente o freelance.¹⁸ Esto nos hablaría de una inserción dispar de los encuestados con fuerte tendencia hacia el trabajo independiente en sus diversas modalidades, poca relación de dependencia exclusiva y varias opciones de combinación de formatos.

- Cuando se consulta particularmente a quienes llevan adelante su tarea en relación de dependencia encontramos que:

- el 47,5 trabaja para una empresa o estudio privado, el 35% para algún organismo público, el 27,5% para una institución educativa, y el 2,5 para una fundación u ONG¹⁹

- La actividad más importante que realiza dentro de su trabajo es la de creativo o diseñador 37,7%, Producción o Fabricación el 15,1% y la docencia 15.1% Gestión y administración de proyectos el 13,2%²⁰. Otras actividades que se nombran en menor medida son logística y distribución y gestión de ventas y

¹⁶ Se adjunta en Anexo 4 :Tablas , la representación Tabla 2

¹⁷ Se adjunta en Anexo 4 :Tablas , la representación Tabla 3

¹⁸ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 12

¹⁹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 13

²⁰ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 14

clientes. Las respuestas estarían indicando una adecuada inserción de los profesionales en su espacio, atendiendo a la formación de los diseñadores.

- En relación a la antigüedad laboral tiene en este espacio, un 40% indica entre 0 y 2 años, también un 40% más de 5 años y el 20% restante menos de dos años. En general podríamos pensar que hay cierto nivel de estabilidad y continuidad laboral para estos profesionales.²¹

- Sobre la cantidad de horas diarias trabajadas, un 39,6% indica entre 6 y 8 horas, el 35,8% entre 8 y 10 el 17% entre 4 y 6 horas y el porcentaje restante jornadas de más de 10 horas.²²

- Cuando se consulta para qué sectores ha desarrollado trabajos en el último año, resulta muy interesante el amplio espectro de respuestas, que nos permiten imaginar una presencia transversal del diseño en la economía neuquina. Así por ejemplo, pudiendo elegir más de una opción, el 36,4% indicó haber trabajado para el sector del comercio, el 34,5% para la moda, el 30,9 para la construcción, el 23,6 para el sector de alimentos y bebidas. Resulta llamativo que sólo un 9,1 (85 respuestas) indica haber realizado trabajos para la industria hidrocarburífera, una de las más importantes de la provincia,²³

- Ante la consulta del monto estimado de ingresos mensuales (en mano) el 30% dijo percibir entre \$17.000 y \$40.000, el 26% menos de \$17000, un 16% entre \$40.000 y \$60.000 un 14% entre \$60000 y \$80000 y el mismo porcentaje más de \$80.000.²⁴

- Para el 76,4% esta actividad de diseño en relación de dependencia es su principal ingreso de vida.²⁵

- Cuando se consulta particularmente a quienes llevan adelante su tarea de manera independiente

- el 70,2% indica que la tarea más importante que realiza en su emprendimiento/empresa/estudio es creatividad y diseño de productos y el 40,5% creatividad y servicios de diseño. Luego aparecen con porcentajes similares múltiples tareas tales como producción y fabricación, el 39,3%, gestión de clientes y ventas 31% logística y distribución 20%, entre otras²⁶. El punto más relevante de estas respuestas resultan cuando vemos la cantidad de opciones seleccionadas por cada respondiente. El 60% indicó más de una tarea, lo cual no se presentó en la misma pregunta para quienes trabajan en relación de dependencia.²⁷ Esto pondría de manifiesto el carácter multidimensional de la tarea de los profesionales del diseño que se desarrollan de forma independiente. Esto se refuerza cuando

²¹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 15

²² Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 16

²³ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 17

²⁴ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 18

²⁵ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 19

²⁶ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 20

²⁷ Tabla 4

analizamos la respuesta a la pregunta qué tareas terceriza, el 31,7%²⁸ indica no tercerizar ninguna tarea, si tiene socios o socias , el 74,4% ²⁹manifiesta que no y cuando se pregunta si tiene empleados a cargo el 88% ³⁰indica que no. Todo esto nos permitiría inferir que los encuestados que trabajan de manera independiente llevan adelante múltiples tareas de diversa índole, lo cual podría dificultar de alguna manera los resultados obtenidos ya que muchas de estas tareas exceden los conocimientos que estas personas tienen.

- En relación a este último punto , se observa una búsqueda de formación en aspectos que exceden las tareas habituales de un diseñador y están asociadas al mundo emprendedor , el 57,1% manifiesta haber recibido capacitación vinculadas al emprendedurismo ³¹ en temáticas tales como Marketing 30 respuestas, herramientas digitales 28 respuestas, modelo de negocios 26 respuestas, costos 25 respuestas, ventas por internet 19 respuestas, entre otras.³²

- Los emprendimientos/empresas/estudios indican tener más de 10 años de funcionamiento el 25%, entre 5 y 10 años el 20,2% y entre 4 y 5 años el 14,3%. ³³Esto expresa un trayecto de desarrollo de medio a largo tiempo entre la mayoría de quienes respondieron la consulta

- Respecto a los canales a través de los cuales comercializa/ofrece/ sus productos/servicios (pudiendo optar por más de una respuesta) el 85,4 % indica hacerlo por redes sociales, el 15,9% indica tener un local a la calle, y un 29,3% un showroom u oficina sin salida a la calle. ³⁴Al igual que en otras respuestas, la pauta parece ser la selección múltiple, infiriendo que la estrategia de comercialización se centra en abordar diversos canales de manera simultánea.

- El 44% indicó realizar ventas a otras provincias , un 11,9% a otras provincias y otros países, el 19% a la zona del alto valle, y 21,4% indicó no realizar ventas fuera de la provincia de Neuquén ³⁵

- Respecto a la situación tributaria el 64,3% indicó ser monotributista y un 23,8% no estar inscripto de ninguna manera³⁶, argumentando centralmente que su emprendimiento era muy reciente 47,8% ³⁷

- Otras de las consultas que se incluyeron a fin de poder dimensionar la solidez y la proyección de los emprendimientos, empresas y estudios fue, por un lado, si estos contaban con un taller, espacio, oficina propia para realizar su

²⁸ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 21

²⁹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 22

³⁰ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 23

³¹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 24

³² Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 25

³³ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 26

³⁴ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 27

³⁵ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 28

³⁶ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 29

³⁷ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 30

trabajo de diseño y producción. El 34,9% indicó tener un espacio para producción y diseño, el 28,9% un estudio para trabajos de diseño mientras y un 30,1% expresó no poseer ningún tipo de espacio propio.³⁸ Así mismo ante la consulta si esta actividad era su sustento de vida, el 64,4% manifestó que si, y un 35,7% que este no era su principal ingreso ³⁹

- A partir del punto 53, se incluyeron una serie de preguntas que buscaban conocer específicamente de qué manera se lleva adelante la producción de productos de diseño. El 51,6% informó producir menos de 100 productos al año, y el 28,1% entre 100 y 300 productos al año.⁴⁰ Estos números en principio nos hablan de una escala de producción con un volumen no muy significativo. Asimismo el 37,7% indicó que trabaja a pedido, y un porcentaje igual que sólo en parte trabaja con stock. ⁴¹Esto también nos estaría caracterizando emprendimientos cuya producción es de carácter inmediato, sin mucha proyección o planificación a mediano o largo plazo.

- Respecto al origen de las materias primas y la localización de los procesos productivos, se destaca una fuerte reinversión en la provincia, el 73,5% lleva adelante sus procesos en Neuquén⁴² mientras que el 65,1% compra el 100% o el 50% de las materias primas que utiliza en esta misma provincia.⁴³

- En relación a la forma de financiación al inicio del emprendimiento el 93,8% indicó haberlo hecho con fondos propios⁴⁴ y el 89% no haber recibido ningún tipo de ayuda de entidades públicas o privadas.⁴⁵ Ambas respuestas expresan demandas latentes entre las personas que respondieron el formulario. En esta misma dirección cuando se consulta por los principales objetivos a corto plazo pudiendo seleccionar hasta 5 opciones el 56% indica lograr mayor visibilidad, el 48,8% aumentar ventas, el 44% crecer en rentabilidad y el 41,7% consolidar su emprendimiento ⁴⁶

- Por último, en relación a las percepciones sobre su propia práctica, sus colegas, el campo disciplinar y el diseño neuquino en general, quienes respondieron el cuestionario indicaron que los principales atributos y/o valores diferenciales que reconocen en su trabajo como diseñador/a son la creatividad 70,8%, la personalización, 39,3%, y la calidad 34,8%. También aparecen otras característica con menos porcentaje como la innovación el 15,7 % la identidad local

³⁸ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 31

³⁹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 32

⁴⁰ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 33

⁴¹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 34

⁴² Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 35

⁴³ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 36

⁴⁴ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 37

⁴⁵ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 38

⁴⁶ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 39

el 20,2%, la funcionalidad el 18% ⁴⁷. Por otro lado el 46,6 % opina que el rol profesional del diseñador/a en la provincia del Neuquén no está valorizado/jerarquizado⁴⁸., pero que sin embargo en la provincia de Neuquén, el mercado del diseño en la última década ha crecido, 66,3%⁴⁹ Estos datos serán claves para poder ser contrastados con las respuestas obtenidas en la encuesta de consumo de diseño y las percepciones que las personas que respondieron esa consulta tienen sobre el diseño neuquino.

III.b Foro Referentes del Sector

En el marco de la propuesta de creación e implementación del Sello de Diseño Neuquino se trabajó a través del foro de referentes en la búsqueda de consensos, para aportar datos claves a la construcción de esta herramienta y lograr el posicionamiento del diseño en la provincia. Durante la jornada de trabajo se arribaron a las siguientes conclusiones:

Al abordarse el primer bloque de preguntas los participantes trabajaron con el objetivo de realizar un diagnóstico general del sector, identificando las fortalezas, ventajas y posibilidades por un lado y debilidades, desafíos y tareas pendientes por otro.

Cuando se consultó específicamente por aquellos aspectos positivos que a su criterio presenta el diseño neuquino, entre la diversidad de respuestas, se resaltan los siguientes acuerdos:

- la capacidad creativa y emprendedora;
- la capacidad de vinculación e integración con otros profesionales a través de cámaras, asociaciones, etc.;
- la disposición de variedad de recursos para producir, el entornos geográfico, fuente de inspiración e identidad
- las acciones desde el espacio público (como por ejemplo el centro de diseño, los concursos y otras convocatorias)
- La cercanía con turismo y empresas hidrocarburíferas como posibles fuentes de trabajo

En cuanto a los rasgos negativos o debilidades, así como los aspectos que el grupo participante del foro identificó a mejorar se destacan:

⁴⁷ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 40

⁴⁸ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 41

⁴⁹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación: Gráfico 42

- La escasa valoración de la actividad, generalmente manifestada en la falta de visibilidad y posicionamiento en la sociedad. De hecho cuando se consulta específicamente sobre cómo creen que ve el público consumidor al diseño neuquino se expresaron las siguientes opiniones: *“no sé si sabe que existe”*, *“Me parece que no lo distingue especialmente”* *“Al público neuquino le falta valorar más el diseño nuestro..... Si bien en los últimos años (diría que 5, no más) se empezó a consumir más diseño de autor y eso es un gran avance para nosotros los creativos....”* Y ante la pregunta *¿Cómo le parece que está considerado el rol profesional del diseñador en la provincia de Neuquén?* la mayoría acuerda que *“Mal considerado” un acto intuitivo centrado en lo estético y expresivo* *“Subestimados, no valorado”*

- La falta de promoción de la actividad
- Falta de apoyo, contención y financiación gubernamental
- Algunas carencias en la formación: falta de cursos de actualización, falta de especialización.

A través de preguntas sistémicas y siguiendo con el mecanismo de trabajo de colocar ideas y palabras claves como respuesta a cada tópico, se delinearon los rasgos más destacados del diseño neuquino. La identidad mapuche y de los pueblos originarios aparece como un elemento común identificado por los participantes, *“la identidad se centra mucho en lo telúrico. Fuera de esa línea, no parece tener rasgos propios”*.

Las materias primas disponibles y su impronta en los productos también es reconocido como un elemento clave, así como *“los lugares”* refiriéndose concretamente al paisaje patagónico como fuente de inspiración y marca de identidad del diseño neuquino.

En relación a las palabras que mejor describirían a cada uno de los subsectores, los participantes coincidieron en las siguientes ideas

- Diseño gráfico neuquino: Heterogéneo, Globalizado, Indefinido, Creativo
- Diseño de indumentaria neuquino: Creativo, *“más posicionado comercialmente”*
- Diseño en el hábitat/interiores neuquino: consolidado, colaborativo
- Diseño industrial neuquino: competitivo, contemporáneo

Cabe aclarar que en esta instancia se encontró cierta resistencia a la hora de valorar disciplinas en las cuales los participantes no se desempeñan profesionalmente argumentando desconocimiento o falta de formación específica.

En relación a los desafíos y necesidades que tiene el sector en la actualidad, las respuestas obtenidas consolidan las ideas presentadas en el bloque uno y dos. Así nos encontramos con respuestas como *“Creo que está pendiente hacer mucha más publicidad de los creativos Neuquinos...”* *“Todos sabemos que es muy costoso para los diseñadores hacer este tipo de campañas, desde los organismos públicos deberían dar una mano con este tipo de propuestas ... Hay mucho talento para mostrar”*

La profesionalización del sector y potenciar las instancias de formación también son reconocidas por el grupo como una de las tareas pendientes.

Consultados por los objetivos a corto y mediano plazo aparecen dos nuevas ideas por una lado la necesidad de integrar en la cadena de producción al sector del diseño *“impulsar y sostener la incorporación de diseñadores en la empresas del sector de servicios hidrocarburíferos”* y la necesidad de incorporar el pensamiento proyectual en las políticas de estado como actores claves para la mejora de las ciudades, los servicios, los procesos etc: *“ser escuchados! no por nuestras necesidades, sino por lo que podemos aportar”*

En el último bloque al solicitar a los participantes ideas y sugerencias para lograr los objetivos deseados, indicando herramientas concretas para alcanzar las metas del sector así como los recursos necesarios para que el sector crezca y se fortalezca, las palabras que más se repitieron fueron:

- políticas de estado
- educación
- financiación
- visibilización

Al final de la jornada se realizó una breve reflexión general del encuentro manifestando todos los participantes su apoyo a este tipo de iniciativas. Los participantes plantearon haberse sentido *“cómodo/a”* , *“feliz de encontrarse con colegas a pensar el diseño neuquino”* *“a gusto con los debates que surgieron”*. Incluso se señaló la posibilidad de implementar más seguidos este tipo de actividades, sumando más espacios de reunión,

Fue clave la gran riqueza de aportes y reflexiones de todos los actores participantes en el foro como el clima de armonía en el que se desarrolló el

encuentro, la paciencia para abordar una herramienta nueva (la plataforma Miro) y tomarse el tiempo necesario para responder cada una de los ítems.

Los objetivos de reflexionar y debatir sobre el diagnóstico y posicionamiento del sector, identificar desafíos para el fortalecimiento del mismo y de pensar posibles propuestas ajustadas a la realidad actual del diseño a fin de volcar toda esta información en la configuración de la herramienta sello diseño neuquino , fueron alcanzados.

III.c Encuesta sobre consumo de Diseño Neuquino

Datos Demográficos de las personas encuestadas

- Se concentra la mayor cantidad de respuestas entre los 29 y los 45 años, siendo la edad promedio de los respondientes 38 años⁵⁰.
- El 79.2% son mujeres, el 18,5 , varones, el porcentaje restante declaró otra identidad de género ⁵¹
- En relación a la ciudad o localidad de residencia, al igual que sucedió con la ficha técnica para el Diagnóstico del sector del Diseño el 65,7% de los respondientes son de la ciudad de Neuquén. El resto de las respuestas se encuentra distribuido en pequeños porcentajes en más de 20 localidades como San Martín de los Andes, Plottier, Zapala, Junín de los Andes, entre otras. ⁵². Se entiende que hay una relación directa entre el volumen de diseñadores y el interés o predisposición a responder este cuestionario por parte de potenciales consumidores.
- Sobre el perfil de la ocupación, profesión y/o estudios de las personas que respondieron, se constata que la muestra ha sido sumamente diversa, dando lugar a más de 50 respuestas distintas, sin destacarse significativamente una opción por sobre el resto. Han participado, contadores/ras abogados/as, personal de comercio, docentes, empleados/as públicos, personas responsables de las tareas del hogar, estudiantes, empleados del sector gastronómico entre otros. ⁵³

Sobre el consumo de diseño

⁵⁰ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 43

⁵¹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 44

⁵² Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 45

⁵³ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 46

- Cuando se consultó por la compra de productos de diseño o la contratación de servicios de diseño (sin especificar su origen) el 45,8% indicó que si compra productos de diseño y contrata servicios de diseño, el 45,2% indicó que sólo compra productos de diseño, el 1,7% expresó que sólo contrata servicios de diseño y un 7,4% manifestó no comprar ni contratar diseño.⁵⁴ Estos porcentajes nos revelan una predisposición mayoritaria dentro de los encuestados para consumir y contratar diseño.

- Al solicitar que se indique de dónde provienen los productos y/o servicios de diseño que habitualmente compra (pudiendo elegir más de una opción) la mayoría indica que proceden de la región zona Alto Valle el 53,3% y la Patagonia 46,7%. Un 34,7% indicó también consumir diseño de otras provincias del país, y un 6% de otros países. ⁵⁵De esta manera podemos inferir que no sólo hay una predisposición a elegir diseño sino que también esta tendencia se dirige principalmente hacia los productos y servicios provenientes de la región, un panorama que resultaría alentador y establecería buenas posibilidades para desarrollar el sector del diseño neuquino.

- Al interrogar específicamente por el consumo de productos de diseño Neuquino se relevaron las siguientes respuestas

- el 76,7% manifestó comprar productos de diseño neuquino como por ejemplo ropa, muebles, lámparas, objetos de decoración, juguetes, etc y un 11% conocer las propuestas pero no consumirlas Sólo un 12,2% expresó directamente no conocer propuestas de diseño ⁵⁶

- el 78,1% indicó haber conocido marcas/diseñadores/estudios de diseño neuquino a través de las redes sociales, el 51% en eventos del sector, como ferias y festivales, y el 42% a través de la recomendación de otras personas. Estas respuestas resultan significativas a la hora de pensar en políticas públicas que permitan lograr la visibilización y el reconocimiento del sector como lo es el Sello Diseño Neuquino. ⁵⁷

- A fin de seguir indagando sobre el reconocimiento y visibilización del diseño neuquino se consultó a las personas encuestadas si podrían nombrar 3 marcas, diseñadoras/es y o estudios de Neuquén el 76,5% indicó que sí y un 23,7%

⁵⁴ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 47

⁵⁵ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 48

⁵⁶ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 49

⁵⁷ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 50

que no recordaba. ⁵⁸ La identificación y recordación de las propuestas neuquino podría pensarse que es alta y también variada ya que las respuestas se dividen en una gran diversidad de opciones, destacándose mínimamente, El Catango, Che diseño (en sus diferentes líneas: femenino, argentino, infantil), Jara joyas y Zomo ⁵⁹

- En relación a qué tipo de productos de diseño neuquino se compra principalmente (pudiendo indicar más de una respuesta) se destaca el rubro indumentaria y sus subcategorías por encima del resto: Indumentaria masculina y femenina con el 62,3% Indumentaria Infantil 32,9% Indumentaria para bebé 30,8%, Indumentaria deportiva, 8,9%, lencería 9,6 % . Dentro del grupo de las personas encuestadas este sector aparecería con mayor reconocimiento y mejor posicionado en cuanto al volumen de ventas que el resto. Otras opciones elegidas son objetos de decoración 38,4% juguetes, 30,8%, Mobiliario 15,8% e iluminación 5,5% ⁶⁰

- El 66% de los encuestados indicó que compra dichos productos de diseño en ferias itinerantes y un 64,6% a través de redes sociales. Solo el 22,9 (33 sobre 144 respuestas) optó por la opción en un local. Esto estaría indicando que aún hay cierta informalidad en los canales de comercialización que dominan el sector. Incluso la opción sitios web aparece solo con 38 respuestas. ⁶¹ En este mismo sentido el 39,7 % indicó que solo compra diseño neuquino en ocasiones especiales, es un 27,4% cada tres meses aproximadamente y solo un 24% (35 respuestas sobre 146) una vez al mes. ⁶²

- Como dato positivo un 82,4% manifestó que compra este tipo de productos para apoyar la economía local. Es decir habría un reconocimiento sobre el sector, su valor y su aporte. El 44,1% los reconoce como innovadores y un 40% como exclusivos. Otros aspectos que motivan a comprarlos son la relación calidad precio, el 28,8% y la sustentabilidad, el 29,4%⁶³

- Al contrario cuando consultamos por aquellos motivos que desalientan la compra de diseño neuquino se revela que el 46,3% desconoce propuestas y el 29,9% no sabe dónde encontrarlos, dos aspectos claves para trabajar desde el desarrollo del sello al diseño neuquino ⁶⁴

⁵⁸ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 51

⁵⁹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 52

⁶⁰ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 53

⁶¹ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 54

⁶² Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 55

⁶³ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 56

⁶⁴ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 57

- Al interrogar específicamente por la contratación de servicios de diseño Neuquino se relevaron las siguientes respuestas

- El 53,3% dice no contratar servicios de diseñadores/as de Neuquén. Quienes sí lo hacen 46,7% ⁶⁵ indicaron que contratan principalmente los siguientes servicios de diseño: diseño gráfico 67%, diseño de indumentaria 4,8% , diseño textil como por ejemplo serigrafía 36,3%, y diseño de espacios interiores y exteriores 11% ⁶⁶

- En relación a la frecuencia de contratación nuevamente se impone la opción en ocasiones especiales con el 43,3% seguido por cada tres meses 21,1% y una vez al mes 18,9% ⁶⁷

- Respecto a los aspectos que alientan la contratación de servicios de diseño neuquino la personas encuestadas indicaron nuevamente que el apoyo a las economías locales es el principal motivo 67,9% la innovación 39,7% y la cercanía 34,7% son los otros motivos mencionados con mayor relevancia ⁶⁸ Asimismo para los encuestados el desconocimiento de este tipo de propuestas 59,2% así como no saber dónde encontrarlos son los motivos que más desalienta la contratación de servicios de diseño neuquino ⁶⁹

IV PLAN DE ACCIÓN PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL SELLO DE DISEÑO NEUQUINO

Durante esta etapa del proyecto se trabajó en la creación de todos los documentos teóricos que se utilizaron de base para la implementación del “Sello Diseño Neuquino”. Cada uno de estos documentos sintetiza de alguna manera el proceso de análisis realizado en la etapa anterior, así como también da cuenta de los objetivos del programa.

⁶⁵ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 58

⁶⁶ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 59

⁶⁷ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 60

⁶⁸ Se adjunta en Anexo 3 Gráficos la representación:Gráfico 61

⁶⁹ Gráfico 62

En esta instancia se redactó el documento que sirve de guía para participar en la distinción sello neuquino, las bases y condiciones para obtener la distinción. En este documento se resumen todos los requisitos, las obligaciones y demás datos que regulan e informan a los diseñadores de las condiciones para participar. En este mismo documento quedaron expuestos los criterios y mecanismos de evaluación, es decir los principios e ideas a partir de los cuales se realizó la valoración de cada diseño, así como la manera en que se ejecutó la evaluación por parte de los jurados.

También se definieron las características del instrumento para realizar la aplicación por parte de los diseñadores interesados en obtener la distinción. Se establecieron qué datos debían enviarse, como se deben presentar los productos y servicios a evaluar, etc.

Resulta importante aclarar que este proceso estuvo dividido en dos instancias, se trabajó en una versión preliminar durante el mes de diciembre del 2020 y fue retomado en el mes de febrero del 2021, luego de un periodo de receso en la consultoría, acordado con la contraparte.

Entre estas dos versiones hubo ajustes, revisiones y perfeccionamiento. En el mes de febrero se procedió a realizar una evaluación integral de toda la documentación elaborada, cuyo objetivo fue asegurar que los mismos dieran cuenta de los objetivos y del perfil de este programa y perfeccionar los mecanismos para participar.

Por razones operativas en este informe final se adjuntan sólo las documentaciones finales utilizadas durante la convocatoria y se hace mención a los aspectos en los cuales se realizaron ajustes o modificaciones.

Una de las modificaciones más relevantes en relación a las bases y condiciones originales y en general sobre el propio perfil de la convocatoria, fue suplantar la denominación “certificación” por “distinción”. Se entiende que una certificación permite constatar un determinado hecho, determinar si un producto, proceso o servicio (en este caso) cumple con una serie de requisitos específicos. Una certificación es una especie de garantía que se entrega o extiende sobre algo y que tiene la misión de afirmar la autenticidad, la certeza, la calidad, etc de algo.

En diálogos con la contraparte se entendió que dadas las condiciones de evaluación, (sin acceso material a los productos) y la mirada parcial que dicha evaluación supone, en tanto no se abordan la totalidad de las dimensiones de las propuestas, existían limitaciones para extender una certificación en el sentido estricto de la palabra. Por ello se optó por referirse a la distinción Sello Diseño

Neuquino, poniendo el énfasis en el acto de reconocer, o poner en valor a ciertos productos y servicios entre otros, en funciones de ciertas características observables y evidentes.

IV.a Bases y Condiciones Sello Diseño Neuquino⁷⁰

Se partió de la idea que este documento debería ser consultado por todas aquellas personas interesadas en recibir la distinción del Sello Diseño Neuquino, por tal motivo se en la introducción del mismo se incluyó información no solo de quienes llevan adelante la convocatoria, si no también de sus objetivos a mediano y largo plazo, así como su relevancia en tanto política de estado.

De esta manera se estableció como horizonte teórico para la convocatoria que el diseño es una disciplina central, que contribuye a elevar la competitividad de la economía provincial, al tiempo que es clave en el desarrollo cultural de la misma, en tanto los productos y servicios de diseño reflejan los valores, identidades y tradiciones enraizadas en nuestra cultura. El diseño, se dice en esta introducción, atiende necesidades y deseos, solucionando problemas claves y cotidianos de la sociedad, aporta entre otras cosas a realizar un uso racional de los recursos, a innovar en los procesos productivos, a mejorar la sustentabilidad y generar un proceso de identificación con los productos y servicios. Es por ello que se expresa que más allá de los beneficios obtenidos por los diseñadores neuquinos, toda la sociedad en su conjunta se verá beneficiada con la certificación que se está presentando en estas bases y condiciones, ya que generará un crecimiento y desarrollo a través del diseño, en tanto este es *“lo que enlaza la creatividad con la innovación y han sido estos elementos junto con el conocimiento la palanca de desarrollo de la humanidad”*.⁷¹

Desde el texto introductorio en las bases y condiciones, se anuncia que el objetivo de este sello es destacar, legitimar y visibilizar aquellas propuestas de diseño locales que sobresalen en función de su identidad, innovación, aspectos formales, funcionales, tecnológicos, su incidencia social y ambiental así como por sus abordajes productivos, comerciales y comunicacionales, y que se espera que esta marca de identificación se convierta en una referencia clave para el público consumidor, el turismo, la industria, el sector público, etc., por la cual ciertos productos y servicios serán reconocidos en función de los valores que otorga el diseño y su incidencia en el entramado social, cultural y productivo. En estos párrafos se da cuenta de los desafíos, y necesidades relevados por los propios

⁷⁰ Se adjunta las Bases y condiciones publicadas por la contraparte en el Anexo V Documentación

⁷¹ Milton, A. y Rodgers, P. (2013). Métodos de investigación para el diseño de productos. España, Barcelona. Gaynor Sermon

miembros del sector tanto a través de la ficha técnica para el diagnóstico del sector diseño así como en el foro con referentes y que fueron mencionados en apartados anteriores.

El reglamento se estructura a partir de 5 ejes:

- Quienes pueden participar
- ¿Cómo participar?
- Sobre la Evaluación
- Sobre los beneficios de contar con la distinción Sello Diseño

Neuquino

- Sobre las responsabilidades y obligaciones

En relación al primer ítem y dado lo observado durante la etapa de diagnóstico, se estableció que podrán aplicar al sello neuquino, tanto empresas, estudios, profesionales independientes, profesionales asociados o agrupados, como estudiantes, o aficionados y/o idóneos/as, no siendo necesario acreditar estudios superiores de ningún tipo. Se decidió utilizar la denominación diseñadores/as y creativos/as a fin de, sin perder la especificidad de la convocatoria, un mayor grupo se sintiera interpelado. De esta manera se esperaba que la convocatoria fuera inclusiva y que dé verdadera cuenta de las características de la formación del sector. Como veremos en próximos capítulos la estrategia dio resultados participando en la convocatoria una diversidad de perfiles.

Si bien la convocatoria es abierta y gratuita, se establecen tres límites claves para aplicar: ser mayor de 18 años, acreditar domicilio/residencia en la provincia del Neuquén y no estar vinculados a personas afectadas a la organización de la convocatoria o jurados del mismo, ni sus familiares directos.

Respecto a las categorías y disciplinas a incluir dentro de la convocatoria, siguiendo con la línea de trabajo establecida durante la etapa del diagnóstico se establece que pueden aplicar propuestas de la provincia del Neuquén que se inserten dentro de dos categorías: diseño de productos y servicios de diseño.

Cuando se habla de diseño de productos, se describe que en esta categoría se incluyen especialidades tales como iluminación, mobiliario, indumentaria, calzado, objetos de decoración, bazar entre otros. Productos que se dedican a enriquecer la calidad de vida en el hogar, el trabajo o el espacio público. Objetos materiales que integran en su creación aspectos formales, funcionales y estéticos y que ofrecen respuestas a necesidades no satisfechas, mejoras en la función o la apariencia de los objetos.

Se incluyó una aclaración a fin que en esta definición los productos de carácter artesanal, que fueron indicados durante la instancia de los foros como propuestas claves en la identidad neuquina, pudieran sentirse convocados: *“En algunos casos se tratará de productos resultado de una producción seriada, mediada por la tecnología y la maquinaria, pero también se incluyen en esta categoría aquellos productos que resultan de series limitadas e incluso piezas únicas, fabricados a través de técnicas de producción, aunque seriadas, manuales”*.

Las propuestas incluidas dentro de lo que se denomina servicios de diseño, son definidas como todas aquellas tareas, actividades y puesta en práctica de conocimientos vinculados al diseño con el fin de resolver un problema, satisfacer una necesidad, mejorar un proceso, un espacio, comunicar una idea, entre otros. Aquellas propuesta de diseño que generan principalmente intangibles, es decir, en las cuales los aspectos materiales externos que lo singularizan no son predominantes y la tarea del diseñador se percibe principalmente por los efectos (comunicativos, de confort, etc.) que genera el diseño, como por ejemplo, el diseño de identidades visuales y el diseño de interiores, entre otras prácticas.

Esta división en las bases y condiciones fue incluida dado que en la etapa de diagnóstico se relevó una fuerte presencia del sector de servicios de diseño, e incluso una tradición en la formación de profesionales del diseño gráfico o el diseño del hábitat más longeva que en las otras disciplinas. Por ello se entendió que era necesario crear una categoría particular que los contuviera y los convocara a presentarse.

Más allá de la categoría en la cual el participante desee aplicar, se establece que las propuestas presentadas, deberán haber sido realizadas en los últimos 5 años, a fin de asegurarnos una distinción actualizada y alineada con las tendencias contemporáneas. En este punto es importante recordar que las bases y condiciones establecen que la distinción se otorga sobre los productos o servicios, no sobre los diseñadores, empresas y estudios, por lo cual una vez obtenida la misma tendrá validez para ese producto y servicio de por vida, no siendo necesario ser renovada.

Los diseñadores, empresas y estudios podrán presentar en cada llamado más de una propuesta y cada año nuevas propuestas.

A su vez estos diseños deberán insertarse en algunas de subcategorías propuestas. Originalmente este listado, se correspondía al mismo incluido en la encuesta a diseñadores y antes del lanzamiento de la convocatoria se trabajó en ampliar el listado de subcategorías listadas, integrando tanto aquellas que ya

habían sido propuestas en la encuesta a diseñadores como las categorías que fueron sugeridas o reconocidas por los respondientes con mayor frecuencia.⁷².

Se buscó con esta revisión ser lo más exhaustivos posible dando lugar a la participación de perfiles de diversas ramas creativas, reconociendo el amplio espectro de las disciplinas proyectuales.

En este sentido también se tomó la decisión de no incorporar en esta primera edición del Sello Diseño Neuquino las propuestas que se incluyeran en las subcategorías videojuegos, aplicaciones móviles y software, entendiendo que este tipo de diseños incluye dimensiones de análisis y evaluación sumamente específicas, que requieren de jurados especializados, formatos de presentación especiales entre otros.

En las bases y condiciones se introducen otra serie de categorizaciones, que buscan en todos los casos ordenar y sistematizar las postulaciones de cara a la instancia de evaluación, al tiempo que reconocen diversos tipos de productos y servicios y formas de producción y creación. Así se estipula que en el caso de la categoría diseño de producto independientemente de la subcategoría en la que se inserten, los postulantes deberán indicar si su propuesta se trata de una línea de productos, una colección de productos o bien de un producto o propuesta única.

Quedó establecido que se aceptan productos insertados en el mercado, ya sea en locales propios, showroom, locales de terceros, sitios web; dentro de los últimos cinco años y que se aceptarán propuestas de diseño efectivamente materializadas (no proyectos ni prototipos). Para la categoría servicios de diseño queda establecido que solo se aceptan trabajos efectivamente realizados para algún cliente (no proyectos, tesis, ensayos) dentro de los últimos cinco años .

Estos requisitos son dispuestos dado el perfil de la convocatoria y el convencimiento que se desea legitimar y visibilizar propuestas de carácter profesional, que den cuenta en sus diseño y producción de los condicionantes que también impone el mercado.

En relación a los beneficios que otorga el Sello Diseño Neuquino, lo primero en destacar es que la misma no contempla ningún tipo de retribución económica por parte de la Secretaría del COPADE ni de ningún otro organismo del Gobierno de la Provincia del Neuquén. La distinción es ante todo en términos simbólicos, dado lo que representa y lo que espera construir en torno a la misma. Ser un producto o servicio de diseño distinguido con este sello constituirá una carta

⁷² Se adjunta en Anexo 4 Tablas: Tabla 5

de presentación ante los potenciales consumidores, que indicará excelencia proyectual, calidad en la producción, desarrollo identitario e innovación entre otras características.

Así mismo los autores de los productos y servicios que resulten adjudicatarios del sello, accederán a una serie de beneficios, cuyo objetivo es potenciar el sector de diseño local, aportando a su profesionalización, visibilidad y reconocimiento, aspectos que se definieron como necesarios tanto en los resultados obtenidos en la ficha para el diagnóstico del diseño Neuquino como en las discusiones y reflexiones del foro de referentes. Algunos de los beneficios que se anuncian en las bases y condiciones son, integrar un catálogo de productos distinguidos de difusión masiva, participación en los eventos sectoriales organizados por la secretaría del COPADE así como aval y apoyo para participar en ferias, desfiles y exposiciones a nivel nacional e internacional. Capacitaciones exclusivas, y asesoramiento financiero. Más allá de estos beneficios, se entiende que quienes conforme el grupo de distinguidos podrán acceder con prioridad a todas las oportunidades que surjan desde COPADE para el sector.

A fin de lograr el reconocimiento de los productos y servicios que han sido galardonados, aquellos que hayan obtenido la distinción, deberán utilizar el material de comunicación que se les otorgue desde el organismo organizador tales como etiquetas, calcomanías, plotter en vidrieras, etc. y que dan cuenta de dicha distinción. Ésta estrategia busca posicionar el sello en la conciencia colectiva, imponiéndose paulatinamente como un criterio para elegir ciertos productos y servicios dadas las garantías que esta marca otorga.

En el apartado referido a las responsabilidades y obligaciones, el artículo más destacado es aquel que establece que los participantes deberán ser los autores intelectuales de las propuestas presentadas y deberán contar con los derechos necesarios sobre los mismos para participar en la convocatoria. Dejando en claro que la presentación del formulario implica que el contenido proporcionado no viola los derechos de propiedad intelectual de terceros y que la Secretaría del COPADE del gobierno de la Provincia del Neuquén, no se hace responsable por cualquier problema en relación a derechos de autor y autoría del/los producto/s.

La contraparte, a partir de la consulta con el área legal, solicitó incorporar en las bases y condiciones un artículo específico donde quedara registrado la obligación de respetar los derechos de autor y el registro de productos. Estos ítems estaban consignados dentro de los criterios de evaluación en la primera versión de las bases y condiciones y fue incluido antes de la publicación de las bases. El nuevo artículo que quedó expresado de la siguiente manera:

5.a.8. Normativas

Respeto por los derechos de autor y registros de productos. Registro de productos y marcas, adecuación del producto a normativas vigentes. Originalidad y respeto por los derechos de autor y registros de productos.

En el marco de las normativas vigentes que protegen los derechos de autor, el registro de productos y marcas y la originalidad, las propuestas que sean presentadas por los/ las participantes serán consideradas de su propia autoría, por lo que en caso de existir copia, imitación, réplica, reproducción y/o falsificación de un producto y/o servicio ya existente, los/las participantes serán totalmente responsables de cualquier reclamo y/o acción que se origine como consecuencia de derechos de autoría, propiedad intelectual o registros de patentes, liberando a la organización, a la Secretaría del COPADE y al Gobierno de la Provincia del Neuquén de todo tipo de responsabilidades o daños que surgieran como consecuencia de ello.

Por último quedó establecido en las bases y condiciones el cronograma para la participación en la convocatoria Sello Diseño Neuquino. Se receptaron las postulaciones desde el lunes 1 de marzo de 2021 hasta el lunes 15 de abril de 2021. Entre el 19 de abril y el 23 de abril o de 2021 se realizó el control de admisibilidad de las postulaciones, esto implica revisar que las propuestas cumplan con los requisitos previstos, notificando en ese lapso a quienes hayan sido aceptados como participantes vía email y otorgándole un número de inscripción o en el caso de existir vicios subsanables.

Entre el 26 de marzo y el 14 de mayo el jurado evaluó las propuestas presentadas, informando el dictamen a través de un acta con la firma de cada uno de ellos.

Quedó estipulado en las bases y condiciones para que los participantes estén notificados, que toda la información se daría a conocer en la página oficial del COPADE y en sus redes sociales.

IV.b ¿Cómo participar? Formulario de Inscripción Sello Diseño Neuquino⁷³

Respecto al modo en que los/as postulantes deberán presentar sus propuestas para ser evaluadas, las bases y condiciones establecen que se utilizará

⁷³ Se adjunta en el Anexo V Documentación el formulario tal como fue publicado por la contraparte

un formulario online donde se deberán consignar datos personales tales como nombre, apellido, género, ciudad de residencia/domicilio y número de DNI. Se solicita se envíe de manera digital la foto del DNI frente y dorso así como alguna documentación que demuestre residencia o domicilio en la provincia del Neuquén, como por ejemplo un impuesto o servicio a nombre del titular.

También se solicitan datos de contacto a fin de poder mantener una comunicación fluida con el o la postulante.

A fin de organizar las postulaciones se solicita se indique nombre del emprendimiento, estudio o empresa y nombre de la propuesta que se desea certificar. También en qué calidad se presentan: profesional independiente, representante de una empresa/ estudio, aficionada/o idóneo/a en diseño, etc. Este dato puede resultar revelador para los jurados al momento de evaluar cada una de las propuestas y entender el perfil de su autor.

Respecto a la propuesta concretamente también se solicita se indique en qué categoría se inserta la propuesta que desea certificar (productos o servicios) y la subcategoría replicando en el formulario el listado presentado en las bases y condiciones. En el caso de la categoría diseño de productos se debe señalar en qué formato se incluye la propuesta: línea, colección o propuesta única.

La clasificación de las postulaciones que se origine a partir de estas respuestas también será clave durante la instancia de evaluación, en tanto cada una de ellas presenta aspectos distintos a considerar.

Por último se solicita adjuntar la presentación de la propuesta en formato digital PDF.

Las bases establecen que la misma deberá entregarse a través de un archivo en formato PDF tamaño A4, formato vertical, 150 Dpi y que su principal objetivo es permitir al jurado apreciar con claridad las características de la propuesta que se desea certificar. Para ello se solicita se incluya:

Para la categoría Productos de diseño

- Nombre del producto (Incluya un título que exprese lo más claramente posible las características de su producto)
- Indicar si presenta para certificar una Línea, Colección o Producto Único.
- Conceptualización. Descripción de la línea, colección o producto, sus características, aspectos destacados, su valor diferencial. Debe incluir información

sobre el proceso de diseño, síntesis del proceso creativo, los beneficios y la relevancia de la propuesta, indicar el valor que genera o aporta, etc.

- Información Técnica, los datos que permitirán al jurado comprender las dimensiones técnicas, tecnológicas y productivas de la línea, colección o producto que desea certificar. Fichas técnicas, especificaciones de materialidad, etc.

- Información sobre su inserción o su impacto en el mercado. Desde cuándo se comercializa, dónde se comercializa, cliente al que está orientado el producto/servicio, etc.

- Acciones de difusión y comunicación (web, redes sociales, etiquetas, packaging y otros.)

- Información visual de la propuesta: bocetos, croquis, renders, fotografías, ilustraciones, paneles, y cualquier otro tipo de representación que permitan apreciar en su totalidad la línea, colección o producto que desea certificar.

- Datos complementarios que considere pertinente sumar sobre el proyecto

Para la categoría Servicios de Diseño

- Nombre del Proyecto, un título que exprese lo más claramente posible las características del servicio

- Conceptualización. Descripción de la propuesta, sus características, aspectos destacados, su valor diferencial. Puede incluir información sobre el proceso de diseño, síntesis del proceso creativo, los beneficios y la relevancia de la propuesta, indicar el valor que genera o aporta, etc. (Máx. 300 palabras)

- Información Técnica, todos los datos que permitirán al jurado comprender las dimensiones técnicas de la propuesta. Planos, especificaciones de materialidad, etc. en caso que corresponda.

- Información Comercial, perfil de el/la cliente (Objetivo, actividad, valores distintivos) Brief, síntesis de la necesidad planteada, etc. Aplicación del proyecto, resultados, etc. Los motivos que provocaron la incorporación de diseño y los objetivos se plantearon cumplir con el mismo

- Presentación visual del proyecto. Láminas, bocetos, croquis, renders, fotografías, ilustraciones, paneles, y cualquier otro tipo de representación que permitan apreciar en su totalidad la propuesta que se desea certificar.

- Datos complementarios que considere pertinente sumar sobre el proyecto

Junto con la contraparte se trabajó arduamente en perfeccionar las características de este instrumento, buscando la forma más adecuada para que los/as interesados/as pudieran enviar la información solicitada aún no estando familiarizados con esta herramienta digital. De esta manera se optó por solicitar

que la carpeta de presentación sea cargada en el formulario de inscripción y no que se remita un link como había quedado expresado en la primera propuesta de las bases y condiciones.

Asimismo se buscó la manera de comunicar claramente los requisitos necesarios para inscribirse al inicio del formulario, para que los y las diseñadores/as tuvieran listos los documentos y archivo de propuesta antes de comenzar a completar los formularios y así evitar inscripciones incompletas.

IV.c Sobre la Evaluación

La tarea de análisis y reflexión junto a la contraparte sobre el proceso de evaluación fue central.

Se trabajó en diseñar un equipo y un formato de evaluación integral, que permitiera, comprender procesos y no solo resultados, que considerase condiciones, impactos, intenciones y a partir de esa mirada amplia diera lugar a tomar decisiones en relación a la obtención o no del Sello Diseño Neuquino.

IV.c Criterios de Evaluación

En las bases y condiciones se definió que el proceso de evaluación y selección de las propuestas sería realizado por un comité interdisciplinario, encargado de evaluar todas las propuestas más allá de su categoría o subcategoría.

El jurado otorga el sello al diseño neuquino a todas las propuestas que alcancen los requisitos establecidos, sin quedar estipulados un número máximo ni mínimo de beneficiarios. Este programa como se ha mencionado ya, busca ser inclusivo y amplio, entendiendo que cuantos más productos y servicios sean distinguidos mayores beneficios tendrá el sector, proyectando un panorama de crecimiento y profesionalización.

El jurado tomará como referencia para evaluar los proyectos recibidos los criterios de evaluación que se describen en las bases y condiciones. Los mismos surgen por un lado de aquello que la teoría de las disciplinas proyectuales establece como buen diseño, y por otro de las apreciaciones que en las consultas al sector se realizaron y aparecieron como aspectos claves, destacados o valorados en las propuestas que actualmente están presentes en el mercado.

A continuación se describen cada uno de ellos:

- Conceptualización:

Fundamento conceptual claro y definido. Coherencia de la propuesta, en relación al contexto sociocultural de inserción, la propuesta formal, productiva, etc. Evidencia de una estrategia proyectual de diseño.

- Aspectos Formales y Funcionales:

Exploración de posibilidades tipológicas, morfológicas, comunicacionales, etc. Proponen búsquedas estéticas diferenciadas. Incorporan nuevos lenguajes expresivos como valor agregado. Lógica formal que da sentido y valor estético al diseño. Generación de recursos morfológicos originales en cuanto a variables matéricas, geométricas, cromáticas, etc. Adecuación del diseño a la función específica declarada. Apropiaada relación entre la propuesta y el usuario o destinatario.

- Recurso, Tecnología, y Materiales:

Búsqueda de recursos, materiales y procesos. Uso, aplicación y selección novedosa y original. Factibilidad constructiva y funcional. Perfección técnica y excelencia en la calidad final. Adecuación de la propuesta a los recursos técnicos locales disponibles. Exploración de recursos técnicos y materiales artesanales.

- Identidad:

Inclusión de lenguajes que dialoguen con el entorno cultural local. Búsqueda, recuperación y aplicación de recursos formales, comunicacionales productivos y técnicos, que caracterizan y diferencian a la identidad neuquina.

- Creatividad e Innovación:

Reflejar ideas creativas y originales que aporten soluciones de manera única y diferenciada Aporte o mejora significativa respecto a propuestas correlativas existentes en el mercado.

- Sustentabilidad e impacto Social:

Demostrar compromiso con el ambiente en el uso racional, pertinente y responsable de insumos, materias primas y procesos productivos. Demostrar alcance, efectos e impacto de la propuesta a nivel socio comunitario Realizar un aporte cualitativo en términos de calidad de vida, beneficios para el usuario y la sociedad.

- Mercado y Comunicación:

Adecuación de la propuesta a los parámetros establecidos en el mercado
Factibilidad comercial
Comprensión del contexto sociocultural de inserción y trabajo coherente con el mismo. Correcta difusión de la propuesta a través de los diversos recursos disponibles.

- Normativas:

Respecto a los derechos de autor y registros de productos. Normativas: Registro de productos y marcas, adecuación del producto a normativas vigentes. Originalidad y respeto por los derechos de autor y registros de productos.

IV.c2 Comité Evaluador

La selección final de los y las miembros del comité evaluador fue realizada por la contraparte previo diálogo y consulta con la consultora. Se buscó conformar un equipo interdisciplinar, en donde los miembros fueran capaces de evaluar todas las propuestas recibidas independientemente de la disciplina específica en la cual se desempeñarán profesionalmente. La colaboración de especialistas procedentes de diversas áreas asegura vincular e integrar disímiles miradas para abordar productos y servicios en su esencia complejos, ya que integran múltiples dimensiones a considerar.

Asimismo este abordaje se funda en el reconocimiento que en un mundo cada vez más interconectado las demarcaciones tradicionales entre disciplinas como el diseño gráfico, el diseño de producto o el diseño de indumentaria comienzan a desvanecerse, puesto que las definiciones y delimitaciones tradicionales no logran dar cuenta adecuadamente de un mundo con problemáticas cada vez más diversas. Se tienden puentes entre las distintas áreas del diseño e incluso entre éstas y otras prácticas tales como el arte y la artesanía para poder así combinar miradas, metodologías y reflexiones, que permitan abordar una realidad compleja y multidimensional. En este marco se entendió que el proceso de evaluación debía ser abordado desde una mirada amplia, capaz de reconocer las fronteras tenues, borrosas y cambiantes.

Otro punto que se consideró en la selección del comité fue que él mismo estuviera integrado por profesionales de renombre, con trayectoria profesional comprobada y amplio reconocimiento entre los miembros del sector. Resulta clave para la primera edición de esta convocatoria, para lograr mayor visibilidad y legitimidad, contar con un comité de evaluación “sólido”, sobre el cual no haya dudas de su idoneidad, transparencia y objetividad.

Desde la consultora se sugirió privilegiar la contratación de profesionales neuquinos exclusivamente para conformar el comité de evaluación, entendiendo que si lo que se desea es posicionar una distinción provincial, resulta conveniente que la validación provenga de la mirada local, de referentes de la provincia que cuentan con trayectoria reconocida en su ámbito profesional: diseñadores, docentes, gestores entre otros.

La propuesta sugería no recurrir a la mirada de profesionales foráneos, que aunque experta, probablemente no estarían al tanto de la realidad que atraviesa el sector del diseño neuquino, sus características, potencialidades, debilidades etc. Conceptualmente optar por esta vía reforzaría una idea compleja (reconocida incluso por los profesionales en las encuestas realizadas durante la etapa del diagnóstico) que plantea que la aprobación o legitimación de lo que se hace o lo que se es en términos de profesionales del diseño en Neuquén, debe ser validado desde otros lugares, principalmente desde Buenos Aires y la capital del país.

Finalmente la contraparte optó por conformar un comité mixto, integrado por profesionales locales y referentes nacionales de renombre, que dieran cuenta de una vasta experiencia en el análisis de propuestas a nivel federal

En ese proceso, desde la contraparte se articuló con diversas instituciones y referentes que acompañan regularmente las iniciativas desarrolladas desde la Secretaría: área de Diseño Industrial del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), Plan Nacional de Diseño dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación, Artesanías Neuquinas S.E.P, Escuela de Diseño en el Hábitat, entre otras. A partir de estas gestiones se logró la designación de los perfiles para la evaluación de las propuestas

A continuación se comparte información referida a cada uno de los miembros del comité evaluador.

Adrián Lebendíker

Licenciado en Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Nacional de Quilmes. Director de Arte Publicitario. Escuela Argentina de Agencias de Publicidad. Presidente de la Fundación Empretec. Fundador y Director de GLOC consultora. Co-fundador de Demorfa. Agencia de Food Design. Ex Director General de Industrias Culturales, Centro Metropolitano de Diseño (CMD), Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

María Victoria Díaz

Diseñadora Industrial (UBA). Se ha especializado en el estudio de factores humanos en diseño y experiencia de usuario. Además, se desempeña como

docente desde el año 2008. Dictó clases en la Universidad de Buenos Aires, en la Universidad de Palermo y en otras instituciones. Ha trabajado en el sector de mobiliario y equipamiento de espacios comerciales y en el desarrollo de productos rotomoldeados. Trabaja en el Centro de Diseño Industrial del INTI desde el 2013, brindando asistencia técnica a empresas de distintos sectores productivos. Actualmente es Jefa de Departamento de Experiencia de Usuario de dicho Instituto.

Patricio Machado

Se recibe de Diseñador Industrial en la UBA en el año 1993, luego de hacer una beca de trabajo en Florianópolis, Brasil, ingresa al estudio de Diseño Hugo Kogan y Asociados, donde desempeña sus primeros años como profesional. Desde el año 1996 hasta el 2001, trabaja como diseñador independiente en la ciudad de Buenos Aires, para empresas como Procter&Gamble, Glaxo, Gancia y Acindar. Buscando un nuevo rumbo en su vida personal, decide mudarse a San Martín de los Andes y desde en el año 2002 crea el emprendimiento El Catango, donde se desarrolla como diseñador y emprendedor, hoy la empresa está radicada en el Parque Industrial de Junín de los Andes cuenta con premios de diseño de producto y de negocios, y emplea a 12 personas. Hoy el Catango es una marca reconocida a nivel nacional que ha participado de ferias y exposiciones en el país y en el exterior y que abastece mercados regionales.

Rossana Margarita Benigar

Nacida en Aluminé, Provincia del Neuquén. Formada en la Universidad Nacional del Comahue como Profesora de Geografía. Especialista en Municipios y Desarrollo Territorial. Cuenta con una importante experiencia laboral vinculada a la conducción de áreas de planificación social del Estado Provincial. Desde el año 2016 se desempeña como Presidenta de Artesanías Neuquinas S.E.P.

Maria Luisa Fracchia

Diseñadora de joyas y Perito en Gemas, miembro de la mesa directiva del Instituto Gemológico Español (IGE) y del Órgano Rector de los Premios Nacionales a la Moda y la Excelencia Empresarial en España. Jurado en Moda Visión y Maestro Kid Oficial en Rusia.

D. G. Emmanuel Pan

Es diseñador gráfico por FADU UBA y especialista en Sociología del diseño (DISO). Cursó la carrera de Historia General del Arte. Actualmente se encuentra al frente del Plan Nacional de Diseño (PND), dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación, un proyecto que vincula a diseñadores y empresas a fin de fortalecer la producción nacional de calidad. Es docente en la cátedras de

Historia de la Comunicación Visual 2 y Gestión de proyectos para la industria nacional de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y forma parte del equipo ejecutivo de Fundación IDA (investigación en diseño argentino) acervo patrimonial compuesto por archivos y por colecciones de diseño argentino.

Federico Mendoza

Es Diseñador Industrial recibido en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU) de la Universidad de Buenos Aires y posee Maestría en Gestión, Desarrollo y Diseño de Nuevos Productos en la Universidad Politécnica de Valencia. Desde 1998 hasta 2019 ha sido Coordinador y Docente en la carrera de Diseño industrial en Escuela de Diseño en el Hábitat (EDH) en Neuquén, y desde 2008 se desempeña como director académico de dicha Institución. Es Presidente de la Fundación Hábitat Patagónica que tiene por objetivo el desarrollo y difusión de las diferentes especialidades del Diseño en la región Patagónica, creador y organizador de las Jornadas Patagónicas de Diseño, evento anual que nuclea especialistas, emprendedores, artesanos y diseñadores en el MNBA. Fue fundador y director de StudioZ, estudio de diseño integral, multimedios, productos agrícolas, muebles y arquitectura industrial. También se ha desempeñado como jurado en diversos Concursos regionales como Vidrieras en 2014 y “Así Somos” en 2018 para la Fiesta de las Colectividades. También se desempeñó como Coordinador Regional en el Curso de “Gestores Tecnológicos de Diseño” dirigido por el Arq. Ricardo Blanco en el año 2007. En 2020 funda “MedouzaSurf” en donde desarrolla, diseña, fabrica y comercializa tablas de surf/kite, emprendimiento que poseen un alto reconocimiento en la región por sus prestaciones y desempeño

VI.c3 Mecanismo de evaluación.

Los y las miembros del comité fueron convocados/as a una primera reunión de trabajo⁷⁴ en la cual se buscó brindar orientación para el proceso de evaluación así como coordinar metodologías y unificar criterios. En este marco se discutieron las formas de lograr un proceso de análisis efectivo y que logre un equilibrio entre la integración de miradas diversas y pautas estandarizadas que dan objetividad al proceso.

En dicha reunión se informó, que tal como se describe en las bases y condiciones, el proceso de evaluación da comienzo durante el periodo de admisibilidad, que está a cargo de la contraparte y la consultora.

⁷⁴ Se adjunta en el Anexo Imágenes capturas de pantalla de la reunión realizada entre la contraparte, el comité de evaluación y la consultora

En esa instancia se analiza que cada propuesta recibida cumpla con los requisitos establecidos en las bases y condiciones, a saber:

- Quienes apliquen deben residir y/o tener domicilio en la provincia del Neuquén y demostrarlo con la documentación pertinente.
- Quienes apliquen por la distinción tienen que ser mayores de 18 años y demostrarlo con la documentación pertinente.
- El formulario debe estar completado en su totalidad y correctamente.
- Las propuestas que se envíen deben insertarse en las categorías de diseño previstas por las bases y condiciones.
- El PDF enviado tiene que tener autorización para que cualquiera que lo reciba pueda verlo.
- El PDF será presentado en los tamaños máximos establecidos.
- Las presentaciones deberán incluir las siguientes secciones:
 - Datos de la propuesta
 - Nombre del producto (título que exprese lo más claramente posible las características de su producto)
 - Categoría
 - SubCategoría (respetando el listado de referencia de las bases y condiciones)
 - Indicar si presenta para certificar una Línea, Colección o Producto Único. (En el caso de Diseño de Producto)
 - Conceptualización.
 - Información Técnica
 - Información Comercial
 - Presentación visual del proyecto
 - Información complementaria.

Dado el carácter y los objetivos inclusivos del programa, se estableció que la contraparte podrá solicitar a los y las postulantes que completen la presentación en caso de que falten datos. Los mismo si se requiriera alguna información complementaria o bien realizar modificaciones en cuanto a la diagramación y datos que contenga la presentación, a fin de que esta exprese de la mejor manera lo que se desea postular y que el jurado pueda ver con claridad la propuesta.

Una vez que las propuestas superan la instancia de admisibilidad, se completa los datos en una planilla de trabajo interna ⁷⁵ que buscar ordenar y sintetizar el estado de todas las postulaciones.

La misma consigna los siguiente datos:

⁷⁵ Se adjunta en Anexo Documentación el formato de la planilla

- Apellido
- Nombre
- Nombre de la propuesta
- Número de Formulario
- Mail
- Teléfono
- ¿Subió DNI? ¿SI o No?
- ¿Subió Documento que acredite residencia? ¿SI o No?
- ¿Completó en su totalidad el Formulario? ¿SI o No?
- ¿Cargó correctamente la presentación de su propuesta? ¿SI o No?

Notificaciones

- Estado
- Cargado para evaluar

Posterior a la Evaluación

- Puntaje Obtenido
- Obtiene Sello ¿SI o No?
- Categoría, especialidad y formato (en caso que corresponda) que fue distinguido

Figura 4 Planilla de registro interna

| Admisibilidad | | | | | | | | | | | Posterior a la Evaluación | | | | |
|---------------|----------|------------------------|----------------------|---------|----------|------------|-----------------------------------|--|---|---|---------------------------|----------------------|------------------|--------------|--|
| Apellido | Nombre | Nombre de la propuesta | Numero de Formulario | Mail | Teléfono | Subió Doc? | Documento que acredite residencia | ¿Completó en su totalidad el formulario? | ¿Cargó correctamente la presentación de su propuesta? | Notificaciones | Estado | Cargado para evaluar | Puntaje Otorgado | Calificación | Categoría, especialidad y formato (en caso que correspondiera) que fue distinguido |
| Ramos | Catalina | Catalina Ramos | 2 | carraza | 33333333 | Si | Si | Si | Propuesta correcta y lista para ser evaluada | RECIBIDA y Se envió mail avisando que la propuesta fue recibida y se le avisó que iría a ser evaluada | RESUELTO | Si | 00 | Si | Diseño de Producto Luminarias Lineas |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |

Consignada toda la información en la planilla interna, se dará paso a completar la planilla de evaluación online en donde las personas integrantes del comité tendrán acceso a la información necesaria para evaluar cada propuesta

La misma tiene los siguientes datos :

- Nombre de la propuesta
- Calidad en la que se presenta el autor
- Categoría Sub categoría y modalidad de aquello que desea postular
- Link al PDF de la propuesta
- Link a redes sociales
- Espacio para puntuar, una columna para cada jurado
- Espacio para observaciones(si las hubiere) que podran ser retomadas en las otras instancias de evaluación

Figura: Planilla de evaluación online

| PROPUESTA A EVALUAR: XXXX | | | | | | | | | | |
|---|--|---|-------------------|--------------|------------------|------------------|---------------|------------------|------------------|-------------------|
| Se presenta en calidad de: | | Profesional | | | | | | | | |
| Categoría, subcategoría y formato (en caso que corresponda) de aquello que desea certificar | | Diseño de Producto- Luminarias- Coleccion de lamparas XXX | | | | | | | | |
| Link de la propuesta: | | | | | | | | | | |
| Link a Redes Sociales: | | | | | | | | | | |
| VALORACION DE LOS CRITERIOS DEL 1 AL 5 | | 1= no se cumple el criterio 2= se cumple el criterio insuficientemente 3= se cumple el criterio 4= los criterios se cumplen satisfactoriamente 5= los criterios se cumplen son excelentes | | | | | | | | |
| Nivel de Ponderacion | CRITERIOS Y PUNTAJES | Rosana Benigar | Adrián Lebandiker | Emmanuel Pan | Patricio Machado | Federico Mendoza | Liel Fracchia | M. Victoria Díaz | PUNTAJE PROMEDIO | PUNTAJE PONDERADO |
| 5,000 | CONCEPTUALIZACIÓN | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5,00 | 25 |
| 5,000 | ASPECTOS FORMALES Y FUNCIONALES | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5,00 | 25 |
| 5,000 | RECURSO, TECNOLOGÍA, Y MATERIALES | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5,00 | 25 |
| 4,000 | IDENTIDAD | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5,00 | 20 |
| 4,000 | CREATIVIDAD E INNOVACIÓN | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5,00 | 20 |
| 4,000 | MARKETING Y COMUNICACIÓN | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5,00 | 20 |
| 3,000 | SUSTENTABILIDAD E IMPACTO SOCIAL | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5,00 | 15 |
| 30,000 | Valoración promedio del proyecto por todos los Jurados | | | | | | | | 35 | 150 |
| 90 | | | | | | | | | | |
| OBSERVACIONES SI LAS HUBIERE | | | | | | | | | | |
| Rosana Benigar | | | | | | | | | | |
| Adrián Lebandiker | | | | | | | | | | |
| Emmanuel Pan | | | | | | | | | | |
| Patricio Machado | | | | | | | | | | |
| Federico Mendoza | | | | | | | | | | |
| Liel Fracchia | | | | | | | | | | |
| M. Victoria Díaz | | | | | | | | | | |
| Jurado 8 | | | | | | | | | | |
| Devolucion conjunta del Jurado: | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

Una vez cargado la totalidad de los proyectos se podrá comenzar con la tarea de evaluación, de esta manera el comité tiene un panorama general de las propuestas recibidas antes de comenzar su análisis.

Una vez iniciado el proceso el comité accede en forma individual a la planilla de evaluación online y en la columna prevista para cada uno/a puede calificar las propuestas.

El comité adjudica puntajes del 1 al 5 en cada uno de los criterios de evaluación según la siguiente escala:

- 1= no se cumple el criterio
- 2= se cumple el criterio insuficientemente
- 3= se cumple el criterio
- 4= los criterios se cumplen satisfactoriamente
- 5= Los criterios se cumplen son excelentes

Cada criterio a su vez tiene un valor de ponderación distinto, que refleja el perfil y los objetivos del programa Sello Diseño Neuquino. Es decir, el peso específico de cada criterio en la evaluación final es distinto, entendiendo que algunos de ellos no son estructurante en relación a lo que se desea potenciar en tanto otros requieren de una evaluación específica, por lo cual su injerencia en el puntaje final no es tan determinante.

| | |
|-----------------------------------|---|
| Conceptualización | 5 |
| Aspectos formales y funcionales | 5 |
| Recurso, tecnología, y materiales | 5 |
| Identidad | 4 |
| Creatividad e innovación | 4 |
| Mercado y comunicación | 4 |
| Sustentabilidad e impacto social | 3 |

Se realiza un promedio del total de los puntajes recibidos y se multiplica por el índice de ponderación. Es necesario para obtener la distinción un 60% del puntaje máximo posible (suma ponderada) aunque como se explicará más adelante no será este el criterio culminante para definir la selección

La definición de los criterios de evaluación así como la determinación de la escala de puntuación en el marco de las bases y condiciones permite evitar subjetividades o particularismos. En la reunión realizada con los integrantes del comité y la contraparte, la presentación, explicación y debate de estos criterios resultó clave para compartir un horizonte teórico común a partir del cual evaluar las propuestas, impidiendo de esta manera (en la medida de lo posible) que la falta de objetividad y la diversidad de criterios se impongan.

Finalizada la instancia de evaluación individual se procede a realizar reuniones virtuales entre los integrantes del comité, la contraparte y la consultora a fin de debatir los puntajes otorgados, revisar la selección final, analizar casos dudosos, entre otros puntos.

Es decir, la evaluación también contempla un momento de análisis colectivo y de discusión entre los miembros del comité sobre cada postulación. Más allá del análisis cuantitativo cada uno de los proyectos es evaluado atendiendo a sus particularidades: se profundiza la mirada en proyectos con puntajes cercanos al número de corte, se revisará la aplicación de los criterios para diversos tipos de proyectos etc.

Es importante destacar que el comité distinguirá a todas las propuestas que alcancen los requisitos establecidos, sin quedar estipulados un número mínimo ni

máximo de distinciones, en tanto este programa como ya se ha mencionado, busca ser inclusivo y amplio, entendiendo que cuantos más productos y servicios sean distinguidos mayores beneficios tendrá el sector proyectando un panorama de crecimiento y profesionalización.

Una vez concluido el proceso de evaluación se elaborará una devolución por escrito para todos los casos que no quedaron seleccionados, donde se fundamenta por qué no alcanzaron los puntajes necesarios. Esta será enviada a cada postulante junto con la planilla donde consta el puntaje que obtuvo en la evaluación. El objetivo de esta tarea es otorgarle, a quienes no han logrado certificar, herramientas para "mejorar" y poder en una próxima edición ser galardonados .

Esta tarea será realizada por el equipo de la contraparte, recuperando los aportes, comentarios y observaciones del comité evaluador, una vez cerrados los plazos de evaluación y luego del anuncio de propuestas distinguidas.

CAPÍTULO 3

V. CONVOCATORIA ABIERTA

V.a Propuesta de difusión para la convocatoria

Con el objetivo de organizar las acciones de difusión del Sello Diseño Neuquino, optimizando tanto los recursos materiales como humanos, se propuso a la contraparte un programa de comunicación estratégico. En el mismo se sintetizaron las diversas acciones que podrían llevarse adelante para conseguir transmitir de manera adecuada y eficiente toda la información relevante del programa: sus objetivos, su alcance, las formas de participar, los beneficios, etc.

Se presentaron una serie de acciones para asegurar que la información llegara a los diversos puntos de la provincia y se propusieron recursos cuyo objetivo es lograr el mayor nivel de inclusividad dando iguales oportunidades a todos los profesionales de la provincia.

La contraparte estuvo a cargo de la implementación de la convocatoria, tomando y aplicando parcialmente la propuesta del plan de comunicación. Principalmente, se diseñaron elementos gráficos, se realizaron encuentros de difusión y asesoramiento en conjunto.

El recurso quedará disponible para ser tenido en cuenta en próximas ediciones de la convocatoria.

A continuación se describen las acciones propuestas organizadas en 4 etapas:

Etapas:

Objetivo comunicacional de la etapa:

Informar sobre la convocatoria, sus objetivos, sus valores y sus fundamentos de manera general. Instar a la pre-inscripción de interesados para recibir información

Posibles Acciones

- Poner a disposición de los interesados en aplicar por el Sello Diseño Neuquino los siguientes documentos online para guiar su participación en la convocatoria

//Formulario de Preinscripción para recabar datos de posibles interesados y dirigir la información más certeramente.

//Qué es el Sello Diseño Neuquino donde se explican gráficamente los objetivos del programa, los beneficios y las formas de participar .

- Campaña incógnita en redes sociales para generar interés y expectativas en la audiencia y aprovechar la viralidad propia de Internet que este tipo de acciones pueden lograr

Etapa 1: Lanzamiento Convocatoria

Objetivo comunicacional de la etapa

Presentar oficialmente ante la sociedad y la prensa la apertura de la convocatoria.

Posibles Acciones

- Presentación oficial online del programa donde se explicarán los objetivos y alcances de la convocatoria. Se sugiere la presencia de autoridades provinciales a fin de poder transmitir la relevancia del programa dentro de la política pública.
- Envío a prensa información relativa al programa. Brochure y material impreso tales como etiquetas, calcomanías, etc.⁷⁶
- Piezas para redes
 - Flyer Evento de lanzamiento
 - Pieza general, con datos básicos de la convocatoria y estética institucional

Etapa 2: Convocatoria Abierta

Objetivo comunicacional de la etapa

Durante esta etapa todas las acciones estarán dirigidas principalmente a conseguir que los y las diseñadores/as se interesen en el proyecto y se inscriban, centrándonos en comunicar sus aspectos más seductores, su magnitud y relevancia.

Para ello se difundirán las características de la convocatoria: ¿Cómo participar? ¿Quiénes son los jurados? ¿Cuáles son los beneficios del sello?, entre otros.

Posibles Acciones

- Instancias de asesoramiento personalizados online para quienes estén interesados en consultar cuestiones específicas antes de aplicar. Las mismas se podrán pautar a través de inscripción previa y consignado 15 minutos para cada interesado.

⁷⁶ Se adjunta en el Anexo Difusión los links a todas las notas de prensa gestionadas por la contraparte durante la convocatoria y una vez finalizada la misma

- Capacitación gratuita a cargo de un/a profesional gráfico/a para compartir con los y las interesados/as tips para diagramar las presentaciones, criterios visuales a considerar, recursos online gratuitos para crear PDFs, etc,
- Charla a cargo de la contraparte para orientar a los interesados en la selección de la información a disponer en la presentación ¿Qué productos, líneas colecciones y servicios? ¿Cómo mostrar mi proceso productivo?
- Estarán a disposición de los interesados en aplicar por el Sello Diseño Neuquino los siguientes documentos online para guiar su participación de la convocatoria

//Tutorial para armar el PDF de tu presentación

//Preguntas y Respuestas Frecuentes ⁷⁷

//PDF con ejemplos de presentaciones ⁷⁸

- Piezas para redes
 - Pieza con Bio por cada Jurado
 - Pieza con los beneficios de obtener el sello diseño neuquino
 - Video de los jurados contando que estarán evaluando
- Mail

Envío masivo de una pieza gráfica interactiva que contenga los datos más relevantes de la convocatoria y link a las bases y condiciones.

Etapa 3: Campaña Cierre

Objetivo comunicacional de la etapa

Difundir los proyectos beneficiados, contar sobre cómo se dio el proceso de la convocatoria, informar sobre los objetivos cumplidos y de qué manera se continúa implementando el programa

- Evento Online de cierre, con presencia de autoridades, jurados referentes del sector y diseñadores galardonados. Puede hacerse entrega de certificados virtuales.
 - Piezas para redes
 - Pieza general de anuncio de proyectos seleccionados.
 - Se sugiere también la realización de una pieza por cada diseño, poniendo énfasis en la imagen y los datos de su creador o creadora.
- Envío de material gráfico a los beneficiarios para visibilizar los productos galardonados. Se sugiere el desarrollo de una identidad visual propia para el programa, que pueda transferirse a diversos soportes de comunicación tales como etiquetas, calcomanías, plotter para vidrieras, etc. El objetivo de este material

⁷⁷ Se adjunta en el anexo Difusión el material desarrollado por la consultora y la contraparte

⁷⁸ Se adjunta en el anexo Difusión el material desarrollado por la consultora y la contraparte

de comunicación es posicionar el sello en la comunidad, informar sobre el programa e imponerlo paulatinamente como un criterio para elegir ciertos productos y servicios dadas las garantías que esta marca otorga.

Se comparten a continuación algunas de las piezas gráficas elaboradas por la contraparte

Figuras 6 a la 10



CONVOCATORIA PÚBLICA Y GRATUITA
Sello de Diseño Neuquino

Diseño de Productos

Postulá tus propuestas creativas realizadas en toda la provincia.

→ Consultas:
cdneu@neuquen.gov.ar

🌐 Más info en:
www.copade.gob.ar

📅 Convocatoria abierta hasta:
15.04.2021



CDNEU COPADE CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES NEUQUÉN PROVINCIA JUNTOS PODEMOS MÁS

CONVOCATORIA PÚBLICA Y GRATUITA
Sello de Diseño Neuquino

Servicios de Diseño

Postulá tus propuestas creativas realizadas en toda la provincia.

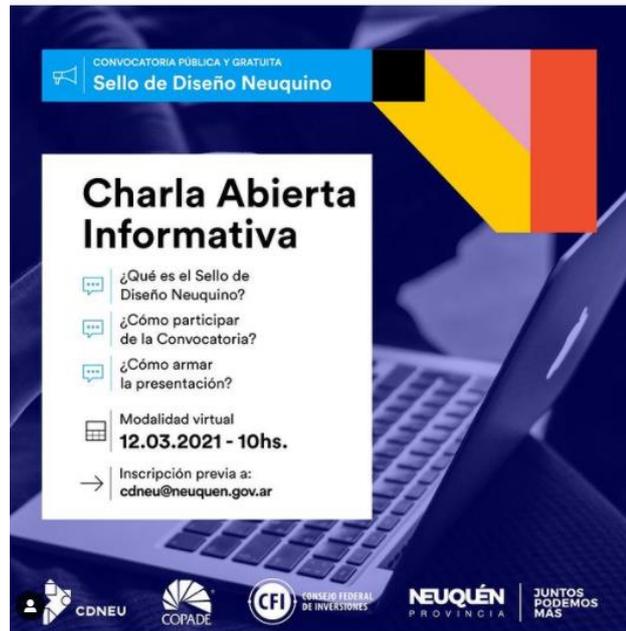
→ Consultas:
cdneu@neuquen.gov.ar

🌐 Más info en:
www.copade.gob.ar

📅 Convocatoria abierta hasta:
15.04.2021



CDNEU COPADE CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES NEUQUÉN PROVINCIA JUNTOS PODEMOS MÁS



V b Puesta en marcha de la difusión

La convocatoria permaneció abierta desde el 1 de Marzo hasta el 15 de Abril, sin otorgarse extensiones en la fecha de postulación.

Durante las primeras semanas la comunicación estuvo canalizada principalmente desde las redes de la contraparte. Se realizaron 14 publicaciones en Instagram y en 14 en Facebook. En las redes sociales (Facebook e Instagram) de la contraparte, teniendo los mismos un alcance promedio de 590 personas, y una

interacción total de 2164 en instagram y un alcance promedio de 833 personas, y una interacción total de 2810 en facebook

La difusión entre los y las diseñadores/as que habitualmente son parte de las actividades organizadas por el Centro de Diseño, Creatividad e Innovación se realizó mayormente a través del mail institucional, sobre una base de datos de más de 2000 personas y envíos de whatsapp.

Asimismo tal como se nombró en el apartado anterior se realizaron charlas abiertas informativas los días 12, 26 de marzo y 9 de abril a cargo del equipo de la contraparte con el fin de responder las dudas de los interesados.⁷⁹ La plataforma y horarios fueron comunicados por la web y redes sociales de la contraparte, pudiendo los interesados inscribirse a los encuentros enviando un mail a cdneu@neuquen.gov.ar

En la primera charla participaron 9 diseñadores y diseñadoras, en el segundo 2 y en la tercera 3 personas. El perfil de los participantes estuvo compuesto por Idóneos en su mayoría.

La dinámica fue la misma todos los encuentros, se comenzó la actividad realizando un resumen de las bases y condiciones, luego se mostraron los ejemplos de presentación y se dejó para el cierre la posibilidad de consultar dudas.

Respecto a estas últimas la mayoría de los participantes consultaron sobre que tipo de diseños quedaban incluidos dentro de la categoría diseño de productos, y sobre los alcances de los criterios de evaluación. Se recibieron diversas consultas sobre la posibilidad de presentar propuestas de cosmética natural, aplicaciones móviles o plataforma educativa.

Asimismo fue necesario asesorar a quienes deseaban presentar prototipos y proyectos de tesis aún no insertados en el mercado.

Al ser la mayoría de los participantes idóneos, se constató la falta de experiencia en relación al armado de presentaciones, la poca familiarización con términos vinculados a las disciplinas proyectuales, sus categorías o lenguajes específicos

⁷⁹ Se adjunta en el Anexo Difusion imagenes de una de las charlas realizadas mediante videoconferencia

V c El perfil de las propuestas postuladas⁸⁰

Durante la etapa de la convocatoria se recibieron 55 propuestas correspondientes a 41 personas, ya que algunos postulantes presentaron más de una propuesta.

En relación a la participación por género se constató que del total de propuestas recibidas 25 fueron mujeres, 15 fueron varones, y 1 persona de género no binario, estos números coinciden con los porcentajes de participación obtenidos durante la etapa de diagnóstico, que reveló una mayor presencia de mujeres en el ecosistema de diseño.

Respecto a la procedencia de las postulaciones tal como se preveía en función de los datos relevados durante la etapa de diagnóstico, la mayor participación se dio en ciudades donde el diseño está más consolidado como práctica económica, tales como Neuquén o San Martín de los Andes.

La distribución de las propuestas por ciudad quedó conformada de la siguiente manera

- Aluminé 7,3% (4 propuestas)
- Centenario 3,6 % (2 propuestas)
- Junín de los Andes 1,8 % (1 propuestas)
- Neuquén capital 41,8 % (23 propuestas)
- Plaza Huinca 1,8 % (1 propuestas)
- Plottier 3,6 % (2 propuestas)
- San Martín de los Andes 8,8% (16 propuestas)
- Senillosa 1,8 % (1 propuestas)
- Villa La Angostura 7,3% (4 propuestas)
- Zapala 1,8 % (1 propuestas)

La participación de otras ciudades, sigue siendo un desafío y una tarea pendiente. Se trata de evaluar de qué manera llegar a quienes efectivamente hoy se dedican al diseño en esos lugares a través de un trabajo de campo, al tiempo de instaurar un plan de capacitación en disciplinas proyectuales que puedan incorporar valor e identidad a las actividades económicas que en estas regiones actualmente se desarrollan.

⁸⁰ Se adjunta en el Anexo Convocatoria Abierta un resumen gráfico elaborado por la contraparte

Respecto al rol o perfil a partir del cual cada persona se presentó a la convocatoria encontramos que el 41,8% (23 personas) se presentaron en calidad de profesional independiente del diseño, el 27,3 % (15 personas) como aficionada/o - idóneo/a en diseño, 21,8 % como representante de una empresa/estudio (12 personas) y un 3,6% como estudiantes (2 personas). Esta dicotomía entre profesionales y aficionados ya había sido constatada durante la instancia de diagnóstico y revela un perfil muy particular del ecosistema de diseño neuquino. A su vez hace pensar en la necesidad de desarrollar estrategias diferenciadas para cada uno de estos grupos, entendiendo que sus necesidades y demandas pueden ser muy distintas.

En relación a la categoría empresa o estudio las 12 propuestas pertenecen a estudios de pequeña escala, sin constatarse participación de grandes o medianas empresas que reconocieran la incorporación de diseño en algunos de sus productos.

El diseño juega un papel destacado en todas las cadenas productivas y tiene estrecha vinculación con el fortalecimiento de éstas en los distintos sectores y el mejoramiento de la productividad. El diseño es una herramienta que estimula la innovación y permite desarrollar nuevos procesos productivos y tecnológicos para la ejecución de productos diferenciados, fortaleciendo la competitividad empresarial. En tal sentido resulta vital a futuro trabajar la vinculación entre la contraparte y las industrias locales para pensar en programas de acción conjunta que permitan la incorporación de los profesionales del diseño en las industrias locales.

Cabe destacar que aun siendo una convocatoria orientada en principio a profesionales del diseño un 5,5% participa indicando que lo hacía en calidad artesana o artesano. Este aspecto veremos cómo se potencia cuando se analiza el perfil concreto de las propuestas.

Del total de propuestas recibidas 43 (78%) se inscribieron en la categoría diseño de producto y 12 (22%) en la categoría diseño de servicios, a su vez en este grupo tres pertenecen al mismo autor.

La falta de participación del sector de servicios de diseño, constituye un gran desafío a abordar en próximas ediciones. Aún con datos concretos obtenidos durante la etapa de diagnóstico que estipulan la presencia de una gran cantidad de profesionales en la provincia en rubros como diseño gráfico, diseño de interiores, entre otros, su participación en las acciones llevadas adelante en el marco de este programa han sido porcentualmente bajas. Cuando se consultó en la encuesta a profesionales de diseño en qué disciplina se enmarca su actividad nos

encontramos con que el 27,8 % de las personas encuestadas indica diseño gráfico y el 23,3 % diseño de interiores, estos porcentajes no se replicaron en la convocatoria y esto constituye un aspecto sobre el cual profundizar.

Resulta clave preguntarse y preguntar en futuras investigaciones, si la escasa presencia de profesionales de servicios de diseño está vinculada con problemas de difusión, por no resultar atractivo los beneficios ofrecidos, por no sentirse convocados u otros motivos. Esta tarea permitirá mejorar las condiciones de próximas convocatorias.

Así mismo teniendo en cuenta la alta participación de profesionales dedicados al diseño de indumentaria durante en la encuesta realizada en la etapa de diagnóstico, hay que destacar la escasa cantidad de postulaciones dentro de este rubro.

Al igual que sucedió durante la etapa de diagnóstico cuando se solicita especificar el sub sector en el que se enmarca la propuesta, las respuestas dieron evidencia de un amplio espectro de especialidades que conforman el sector del diseño neuquino. Las subcategorías que se presentaron fueron las siguientes:

- Accesorios y complementos
- Joyería contemporánea
- Diseño gráfico
- Diseño de contenidos digitales
- Objetos de decoración
- Calzado femenino
- Indumentaria sin género
- Mobiliario y/o equipamiento de interior/exterior
- Papelería
- Diseño interiores de vivienda
- Diseño de espacios institucionales
- Diseño web
- Diseño de textiles
- Telar
- Objetos de iluminación
- Juegos, juguetes y equipamiento para niños/as

Las propuestas que se insertaron dentro de la categoría Diseño de producto a su vez lo hicieron en la siguiente distribución de formato

| | |
|----------------------------|-----------------------|
| Producto o propuesta única | 43,2% (18 propuestas) |
|----------------------------|-----------------------|

| | |
|--------------------|-----------------------|
| Colección | 27,3% (12 propuestas) |
| Línea de productos | 29,5% (13 propuestas) |

Tal como se observa la mayoría de las propuestas presentadas son productos únicos, siendo una tarea pendiente analizar si esto es resultado de un estrategia de participación (seleccionar aquellas propuestas con más valor diferencial y con posibilidades de ser distinguidas) o bien en general se está trabajando de manera desarticulada, sin imperar las nociones de conceptualización, proceso, línea y colección en el trabajo de profesionales locales.

El dispositivo elaborado para la carga de postulaciones, resultó adecuado, sin presentar mayores inconvenientes para los interesados. Se pudo asistir y asesorar a todos aquellos que manifestaron dudas sobre como hacer la postulación, cargar la documentación requerida, dni entre otras.

Las mayores dificultades estuvieron en la carga de los archivos con las presentaciones, en tanto gran parte de los postulantes no maneja programas de edición y esto les impedía generar archivos con el peso, la calidad y el formato adecuado.

V.d El proceso de Evaluación

Etapa de admisibilidad

Una vez cerrada la convocatoria, entre el 19 y el 23 de abril se comenzó con la instancia de admisión a cargo del equipo de la contraparte.

Tal como se comentó en apartados anteriores durante esta etapa la tarea se centró en revisar que las postulaciones respondieran a los criterios establecidos en las bases y condiciones, se insertaran en las categorías, presentaran todo el material solicitado, entre otras.

En esta instancia fueron excluidas postulaciones cuyos autores no tenían domicilio en la provincia y otras propuestas que no estaban contempladas en las bases y condiciones: videojuegos, servicios de capacitaciones, manualidades y obras de arte entre otras.

Asimismo no superaron la instancia de admisibilidad postulaciones que aún se encontraban en un estado de desarrollo inicial, sin estar insertados en el mercado, o bien propuestas con muy poco tiempo de desarrollo.

El periodo de admisibilidad tuvo una fuerte dimensión de contención y asesoramiento, y no fue simplemente una etapa eliminatoria o de filtro. Se realizó un seguimiento particularizado de cada postulante guiándolo para potenciar sus presentaciones, seleccionar las mejores imágenes, incluir el material adecuado etc.

Para el caso de emprendedores/as idóneos/as se trabajó en transmitir el alcance de cada uno de los criterios de evaluación, sobre todo el de conceptualización, buscando que los postulantes pudieran transmitir en sus presentaciones el trabajo reflexivo que sostenía sus propuestas

Se evidenciaron en esta etapa limitaciones a la hora de diagramar los archivos, faltando pericias en relación a las herramientas de programas y edición, sino incluso manejo de conceptos teóricos de composición, entre otros.

Veintiún proyectos (21) fueron notificados de la información faltante o pedido de rectificación de la presentación, para que puedan ser evaluadas en igualdad de condiciones. Las devoluciones en todos los casos fueron enviadas por mail, y reforzadas a través de llamados telefónicos.

La reacción ante las devoluciones fue dispar, muchos postulantes tomaron las sugerencias y observaciones y dieron lugar a nuevas presentaciones, mientras que otros desistieron de presentarse, por un lado porque reconocieron que no podían cumplir con los requisitos solicitados y otros simplemente no contaban con el tiempo necesario.

En relación a estos últimos, queda pendiente una evaluación más profunda y cabe preguntarse si se desestimó la presentación ya que la legitimidad y reconocimiento del programa aún está en proceso de construcción por lo que para muchos profesionales aún el valor simbólico del sello al diseño neuquino e incluso los beneficios concretos que otorga no son reconocidos, o bien no son valorados como potenciales beneficios de su actividad creativa.

Finalizada la instancia de admisibilidad se constató que sobre las 55 propuestas postuladas 34 estaban en condiciones de acceder a la evaluación del Comité Evaluador.

Etapa de evaluación del Comité⁸¹

La evaluación de las 34 postulaciones, tal como había quedado estipulado, se realizó en dos instancias. La primera de carácter individual a través de una grilla virtual donde cada integrante del jurado pudo puntuar según cada criterio y agregar observaciones en caso de tenerlas. Esta primera etapa fue de carácter “ordenadora”, un primer “filtro” y aproximación a las propuestas, pero no fue concluyente.

La segunda etapa de evaluación se dio a lo largo de tres jornadas de trabajo virtual, fueron encuentros de discusiones y puestas en común durante las cuales se realizó un análisis cualitativo de cada propuesta, se revisaron los puntajes obtenidos y otorgados por cada jurado y se retomaron las observaciones consignadas durante la etapa de evaluación individual.

Esta etapa, donde se compartieron las distintas impresiones de cada persona del jurado dio lugar a interesantes debates en torno no solo a cada uno de los proyectos si no también a las características mismas de la convocatoria. El comité de evaluación aportó miradas enriquecedoras sobre las categorías de evaluación, el alcance del programa, y las diversas estrategias susceptibles de ser abordadas en próximas ediciones.

El día lunes 15 de marzo, se realizó el primer encuentro de manera virtual con los/as integrantes del jurado. El mismo inició a las 10hs dando lugar a que cada participante pueda presentarse. Posteriormente se compartió los antecedentes de la convocatoria así como el objetivo de este programa de impulsar las industrias creativas de la región, reconociendo el valor estratégico del diseño, la creatividad y la innovación como motor del desarrollo sostenible, vía para resolver necesidades de la sociedad y agregado de valor en las cadenas productivas. Se buscó de esta manera establecer un marco teórico y conceptual a partir del cual el comité pudiera abordar su tarea de evaluación.

Durante la reunión, se compartieron además algunos de los resultados del proceso de diagnóstico. En tal sentido resultó vital poder otorgar una descripción general del estado de situación del ecosistema de diseño neuquino para poder abordar la tarea, entender en qué contexto cada una de estas propuestas se inserta, qué limitaciones se le presentan, como es en principio el mercado en el que se insertan, entre otras características. Se buscó lograr una evaluación “en contexto” y no una mirada deslocalizada de cada uno de los diseños postulados.

⁸¹ Se adjuntan en el Anexo Imágenes capturas de pantalla de los encuentros con el comité durante la instancia de evaluación

Asimismo este punto resultó clave entendiendo que varios miembros del comité al no ser oriundos de la provincia del Neuquén requerían información complementaria que les permitiera abordar su tarea como jurados de manera más acertada

El segundo encuentro informativo con los jurados se realizó una vez finalizada la etapa de admisibilidad. El objetivo fue presentarles un resumen de las propuestas recibidas: cantidad, origen, categorías, perfil de los autores, etc y se informó de algunas particularidades en diversas propuestas

Se ajustaron durante este encuentro aspectos sobre la metodología de evaluación individual y se pactaron las fechas para los encuentros grupales de evaluación.

La primera reunión evaluativa tuvo lugar el 11 de mayo. Se comenzó solicitando a comite impresiones generales del proceso, la metodología propuesta y los proyectos en general.

Se informó que una vez finalizada la puntuación individual, el proyecto que más puntaje ponderado había recibido había logrado 137 puntos, en tanto el proyecto con puntaje más bajo tenía 65 puntos, estableciendo estos números una primera línea de trabajo y discusión.

Así se comenzó con la revisión de cada una de las postulaciones, presentando el puntaje total obtenido, recuperando las observaciones consignadas por cada jurado en la planilla y dando lugar a los comentarios, observaciones y aportes. Fue clave durante estas instancias la diversidad de miradas dentro del jurado. La formación específica y las experiencias de cada uno de ellos nutrió a su vez la mirada de los colegas dando lugar a revisiones profundas.

Una vez finalizada la instancia de debate se constataba la decisión o no de otorgar el sello a la propuesta. En el 80% de las oportunidades el jurado logró unanimidad en las decisiones y el 20% restante se definieron por voto de la mayoría.

Durante los dos encuentros siguientes, 12 de mayo y 14 de mayo, la metodología y el proceso de trabajo fue el mismo.

Todo el proceso fue registrado por el equipo de la contraparte provincial a fin de realizar este informe.

A continuación se comparte un resumen de las temáticas abordadas con mayor frecuencia durante el proceso de evaluación y que de alguna manera

sientan las bases para repensar algunas de las características de la convocatoria y posibles líneas de trabajo a futuro.

- Los miembros del jurado coincidieron que el uso de la planilla virtual resultó cómoda y fácil, pudiendo encontrar toda la información referida a cada proyecto de manera rápida. Así mismo se aportó que en tanto la planilla permite ver los puntajes que otros miembros del comité otorgan, esto permite por una lado guiar la propia evaluación en proyectos que pertenece a áreas donde el evaluador no es experto, pero al mismo tiempo puede resultar condicionante de la propia puntuación.

- Se debatió si la puntuación debería tener o no un carácter comparativo o bien cada proyecto debería ser evaluado en sí mismo sin considerar el resto de postulaciones. Durante la evaluación se optó centralmente por esta segunda opción, entendiendo que cada proyecto presenta una serie de particularidades, condicionamientos de producción, trayectoria etc que dificultan o hacen poco propicio una comparación con proyectos que en principio parecerían similares por el solo hecho de pertenecer a la misma categoría o cumplir la misma función.

- El comité coincidió en remarcar la baja calidad gráfica de las presentaciones. Para los y las miembros del jurado este aspecto en muchos casos jugó en contra para algunas postulaciones, en tanto no se logró mostrar adecuadamente los diseños, no se organizó correctamente la información o bien incluso en algunos casos había información faltante.

- Asimismo al ser la primera edición del programa, para los y las jurados resultó importante ser muy certeros y claros en la evaluación estableciendo los alcances y *“cuidando la legitimidad y valor del sello”* para sentar las bases de futuras convocatorias. El comité acordó entender que son *“las normas las que se adaptan a la sociedad, y en ese sentido es necesario desarrollar un sello de diseño que dé cuenta de la realidad en la que inserta y las posibilidades y limitaciones que esta impone”*. Asimismo los y las jurados destacaron que es necesario que el Sello esté en consonancia con las estrategias de desarrollo económico planteadas desde el estado provincial

- Para abordar la evaluación de ciertas postulaciones se planteó la necesidad de definir claramente los límites entre artesanía y manualidades, entendiendo que entre la primera y el diseño hay puntos de encuentro y posibilidades de interesantes desarrollos, mientras que la segunda categoría debería quedar excluida del programa.

- Respecto a las categorías de evaluación, se volvió a destacar la “tensión” en las definiciones de algunas de estas en las bases y condiciones y la dificultad para aplicar las mismas en aquellas propuestas que pertenecen a rubros “híbridos”, que se encuentran en los límites disciplinares entre la artesanía y el diseño o el arte y el diseño por ejemplo.

Para el comité la categoría identidad en tal sentido sería más aplicable a aquellas propuestas de carácter autoral y no un criterio apto para evaluar por ejemplo propuestas de diseño desarrolladas para terceros. En tal sentido sería necesario o bien repensar la definición de la categoría o asumirlo como el perfil de la convocatoria, reconociendo las limitaciones que establecerá y los proyectos que desde un inicio quedarían afuera de la misma. Cabe recordar que entre quienes respondieron a la encuesta a profesionales del diseño realizada durante la etapa de diagnóstico el 20,2%, indicó que unos de los principales atributos y/o valores diferenciales que reconocen en su trabajo como diseñador/a es la identidad local

La categoría innovación también presentó algunas dificultades a la hora de ser aplicada en la evaluación de todas las postulaciones. Al igual que la noción de identidad, son conceptos conflictivos, que requieren definiciones más concretas desde las bases y condiciones. . Esta categoría entra en conflicto cuando se la utiliza por ejemplo para evaluar propuestas con fuerte carácter artesanal, donde por definición pesan más otros aspectos como por ejemplo la recuperación de saberes o técnicas ancestrales. Así surgieron diversas preguntas: ¿En qué caso algo se considera innovador? ¿Cuánto valor otorga la innovación al diseño? ¿Cuánto debe pesar en la evaluación esta categoría? A fines prácticos y entendiendo que buscar estas respuesta requiere de un trabajo prolongado en el tiempo, el comité acordó recuperar las conceptualizaciones elaboradas por Norberto Chavez y entender que: *“La noción de innovación está implícita en la idea de diseño: el diseño implica necesariamente algún grado de innovación. Si el diseño no aporta ningún cambio a lo preexistente, ello significa que está copiando, con lo cual resultaría superfluo: bastaría reproducir el producto tal cual es.”*⁸² Sin embargo, tal como plantea el autor la innovación, no es una demanda a priori, universal y absoluta, pues está en función de la necesidad del caso concreto. No es autofundada sino motivada. Asimismo el comité también consideró a la hora de aplicar en la evaluación esta categoría que la *“innovación puede oscilar entre un mínimo giro en la forma de un producto ya existente (rediseño), y una innovación drástica que introduce no sólo un cambio formal sino un cambio de fondo (funcional, tecnológico) que modifica sustancialmente al producto.”*⁸³ y que ambas resultan válidas

⁸² Chavez, Norberto: “Diseño e Innovación” en www.norbertochaves.com Fecha de consulta Junio 2021

⁸³ Chavez Norberto: “Diseño e Innovación” en www.norbertochaves.com Fecha de consulta Junio 2021

- El comité coincidió en que uno de los puntos claves durante su tarea fue tener presente que se trataba de un sello de diseño y que las postulaciones debían dar cuenta de estar inscriptas dentro de esta disciplina. En este sentido se definieron una serie de parámetros que las postulaciones deberían cumplir para acceder a la distinción:

- Las postulaciones tendrían que dar cuenta de una tarea de reflexión previa, una metodología de trabajo, un proceso de desarrollo y una búsqueda de resultados en función de objetivos, y necesidades descubiertas. Se acordó en que aquellas propuestas donde no fuera posible identificar la intervención del proceso proyectual no podrían ser merecedoras del sello al diseño neuquino. El jurado solicita como criterio indiscutible la incorporación del pensamiento proyectual.

- En aquellas propuestas que evidenciaron un gran manejo de la técnica artesanal pero no un proceso proyectual. El comité sugirió a los postulantes seleccionar un producto, analizar los atributos y reelaborarlos, potenciando la técnica de producción a través de la aplicación del pensamiento proyectual para presentarse en próximas ediciones.

- El jurado consideró que la resolución de los producto a nivel material, el diseño de partes, uniones y mecanismos así como la elección de materiales y procesos de fabricación deberían estar claramente expresados y ser coherentes con la conceptualización

- Se acordó las propuestas deberían evidenciar coherencia en relación a la a la funcionalidad y el uso manifiesto de los productos La interacción entre el diseño y el usuario debería estar claramente definida la la definición de funcionalidad estar presente más allá de la finalidad decorativa

- Se consideró fundamental que los productos fueran susceptibles de ser seriados y/o replicados. En este punto se debatió sobre el valor de los diseños personalizados, y la posibilidad de incorporar esta categoría en próximas ediciones. Nuevamente hay que recordar que entre quienes respondieron a la encuesta a profesionales del diseño realizada durante la etapa de diagnóstico el 39,3% indicó que unos de los principales atributos y/o valores diferenciales que reconocen en su trabajo como diseñador/a es la personalización.

V.e Proyectos Distinguidos

Las propuestas distinguidas fueron publicadas el martes 18 de mayo, a continuación se enumeran cada una de ellas ⁸⁴

Categoría diseño de productos:

Subcategoría Artículos para Jardín y Mascotas

Línea de Productos “Cultivo Urbano” de Santiago Farías. Estudio dedicado al diseño y fabricación de productos de uso cotidiano a partir de la combinación de técnicas y tecnología de vanguardia. Neuquén capital.

Subcategoría Bazar

Producto “Mate Nativo” de Santiago Farías.

Estudio dedicado al diseño y fabricación de productos de uso cotidiano a partir de la combinación de técnicas y tecnología de vanguardia.

Subcategoría Calzado Femenino

Colección “Lomachata” de María Julieta Haag, diseñadora industrial, diseña y fabrica calzado artesanal, donde el juego con la geometría y los colores plenos logran un estilo auténtico. De Plaza Huinul.

Subcategoría Diseño Editorial

Producto “Es tiempo de Isidro” de Joaquín Nicolás Mendoza. Ilustrador y creador de historietas con fuerte impronta en el mensaje, resaltando la fortaleza, los buenos valores, sustentabilidad y la conciencia ambiental con un toque de ironía en lo cotidiano. Neuquén capital.

Subcategoría Indumentaria sin género

Colección “Universa Queer” de Luis Andicochea, creador de Universa, línea de indumentaria que se inspira, crea y diseña a través de temas de diversidad de género. Neuquén capital.

⁸⁴ Se adjunta en Anexo Convocatoria Abierta la presentación visual de las postulaciones galardonadas.

La Colección “Proyecto Cueva” de Paula Rosas, diseñadora y creadora de la marca Prosas, inspirada en el paisaje, la flora y la fauna patagónica, incorpora a sus diseños distintos tipos de fibras naturales, provenientes de la región. Neuquén capital.

Subcategoría Joyería Contemporánea

Producto “Brazalete Vintage” de Cristina Jara, emprendedora y creadora de la marca Jara Joyas, de joyería de autor. Neuquén capital.

Colección “NVXAM estilográfica” de Gustavo Alvarado Nahuel, orfebre, realiza piezas en plata inspirado en técnicas artesanales y tradicionales de la joyería. Neuquén capital.

Subcategoría Mobiliario y/o equipamiento interior/exterior

Producto “Sillón Glif” de Ángel Barceló, arquitecto, creador del sillón Glif, objeto inspirado en el emblemático sillón BKF y la silla Tripolina, con la posibilidad de ser liviano y plegable para su uso en espacios exteriores. San Martín de los Andes.

Producto “Mechi” de Yessica Melo Castaño. Estudio del Cerro, diseño y realización de muebles en madera. La mesa Mechi está realizada a partir de madera de palets recuperados dándole una segunda oportunidad a este material, ayudando a la concientización ambiental. Junín de los Andes.

Subcategoría Papelería (agendas, cuadernos, almanaques)

Línea de productos “Papelería Patagonia” de Nadia Alpatarro, quien creó una colección de diseños de papel a partir de pinturas realizadas en acuarela inspirada en la flora y fauna patagónica. San Martín de los Andes.

Subcategoría Telar (tradicional, mapuche, entre otros)

Producto “Huitral Calel” de Elvia Albornoz. El poncho Huitral Calel es un tejido realizado en telar vertical donde se incorporó una técnica propia de urdido para lograr el degradé de colores, logrando una propuesta original y colores característicos de la región. Neuquén capital.

Categoría de diseños de servicio

Subcategoría Diseño de interiores de locales comerciales

“Biota - Almacén Saludable” de Karen Orfelia Arias. Estudio Kora, dedicado al diseño de interiores y espacios comerciales. Neuquén capital.

Subcategoría Identidad visual, comunicación, branding, marca.

“Identidad CN Hospital Norpatagónico” de Esteban Diehl, quien integra una empresa dedicada al servicio de diseño gráfico. Neuquén capital.

Figura 1 a 8 Postulaciones galardonadas con el Sello Diseño Neuquino 2021





N° 01

PROPUESTA: Cultivo Urbano

SUB- CATEGORÍA: Artículos para jardín y mascotas

FORMATO: Producto único

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: Farias, Santiago
Estudio dedicado al diseño y fabricación de productos de uso cotidiano a partir de la combinación de técnicas y tecnología de vanguardia

LOCALIDAD: Neuquén capital

MICRO REGIÓN: Confluencia



N° 02

PROPUESTA: Mate Nativo

SUB- CATEGORÍA: Bazar

FORMATO: Producto único

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: Farias, Santiago
Estudio dedicado al diseño y fabricación de productos de uso cotidiano a partir de la combinación de técnicas y tecnología de vanguardia.

LOCALIDAD: Neuquén capital

MICRO REGIÓN: Confluencia



N° 03

PROPUESTA: Colección Lomachata

SUB- CATEGORÍA: Calzado femenino

FORMATO: Colección

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: Haag, Maria Julieta
Diseñadora, realiza el Diseño y fabricación de calzado artesanal, donde el juego con la geometría y los colores plenos incorporan tacos saludables para mujeres con un estilo auténtico.

LOCALIDAD: Plaza Huinul

MICRO REGIÓN: Este



N° 04

PROPUESTA: El tiempo de Isidro

SUB- CATEGORÍA: Diseño Editorial

FORMATO: Producto único

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: Mendoza, Joaquin Nicolás
Ilustrador y creador de historietas con fuerte impronta en el mensaje, resaltando la fortaleza, los buenos valores, sustentabilidad y la conciencia ambiental con un toque de ironía en lo cotidiano.

LOCALIDAD: Neuquén capital

MICRO REGIÓN: Confluencia



N° 05

PROPUESTA: *Universa Queer*

SUB- CATEGORÍA: *Indumentaria sin género*

FORMATO: *Colección*

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: *Andicoches, Luis Oscar*
Creador de *Universa*, línea de indumentaria que se inspira, crea y diseña, a través de temas de *Diversidad de género*.

LOCALIDAD: *Neuquén capital*

MICRO REGIÓN: *Confluencia*



N° 06

PROPUESTA: *Proyecto Cueva*

SUB- CATEGORÍA: *Indumentaria sin género*

FORMATO: *Colección*

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: *Rosas, Paula Agustina*
Diseñadora, creadora de la marca *Prosas*, inspirada en el paisaje, la flora y la fauna patagónica, incorpora a sus diseños distintos tipos de fibras naturales, provenientes de la región.

LOCALIDAD: *Neuquén capital*

MICRO REGIÓN: *Confluencia*



N°07

PROPUESTA: *Brazalete Vintage*

SUB- CATEGORÍA: *Joyería contemporánea*

FORMATO: *Producto único*

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: *Jara, Cristina*
Afiionada, emprendora y creadora de la marca *Jara Joyas*, de joyería de autor.

LOCALIDAD: *Neuquén capital*

MICRO REGIÓN: *Confluencia*



N° 08

PROPUESTA: *Nvxam Estilográfica*

SUB- CATEGORÍA: *Joyería contemporánea*

FORMATO: *Colección*

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: *Alvarado Nahuel, Gustavo*
Orfebre, realiza piezas en plata inspirado en técnicas artesanales y tradicionales de la joyería.

LOCALIDAD: *Neuquén capital*

MICRO REGIÓN: *Confluencia*



N° 09

PROPUESTA: Sillón GLIF

SUB- CATEGORÍA: Mobiliario y/o equipamiento interior/externo

FORMATO: Producto único

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: Barceló, Angel
Arquitecto, creador del sillón Glif, objeto inspirado en el emblemático sillón BKF y la silla Tripolina, con la posibilidad de ser liviano y plegable para su uso en espacios exteriores.

LOCALIDAD: San Martín de los Andes

MICRO REGIÓN: Sur



N° 10

PROPUESTA: Mechi

SUB- CATEGORÍA: Mobiliario y/o equipamiento interior/externo

FORMATO: Producto único

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: Melo Castaño, Yessica
Estudio del Cerro, diseño y realización de muebles en madera.

LOCALIDAD: Junín de los Andes

MICRO REGIÓN: Sur



N° 11

PROPUESTA: Papelería Patagonia

SUB- CATEGORÍA: Papelería (agendas, cuadernos, almanaques)

FORMATO: Línea de productos

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: Altaparro, Nadia
Crea una línea de diseños de papel a partir de pinturas realizadas en acuarela inspirada en la flora y fauna patagónica.

LOCALIDAD: San Martín de los Andes

MICRO REGIÓN: Sur



N° 12

PROPUESTA: Huitral Calel

SUB- CATEGORÍA: Telar (tradicional, mapuche, maria, entre otros)

FORMATO: Producto único

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: Albornoz, Elvia
Artesana, emprendedora de productos realizados en telar.

LOCALIDAD: Neuquén capital

MICRO REGIÓN: Confluencia



Nº 13

PROPUESTA: Biota - Almacén Saludable

SUB- CATEGORÍA: Diseño interiores de locales comerciales

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: Arias, Karen Orfelia
Estudio Kora, dedicado al diseño de interiores y espacios comerciales.

LOCALIDAD: Neuquén capital MICRO REGIÓN: Confluencia



Nº 14

PROPUESTA: Identidad CN Hospital Norpatagónico

SUB- CATEGORÍA: Identidad visual, comunicación, branding, marca

REPRESENTANTE DE LA PROPUESTA: Dhiel, Esteban
Empresa dedicada al servicio de diseño gráfico.

LOCALIDAD: Neuquén capital MICRO REGIÓN: Confluencia

CAPÍTULO 4

VI CONCLUSIONES Y PROPUESTAS PARA NUEVAS EDICIONES

Toda conclusión y cierre es de alguna manera un nuevo comienzo. En tal sentido las reflexiones que a continuación se comparten no son concluyentes o definitivas, sino más bien establecen nuevas aperturas y líneas de reflexión

La puesta en marcha de la primera edición del programa sello diseño neuquino deja establecidas una serie de preguntas y necesidad de revisiones, que lejos de ser percibidos como una falta o deficiencia no hacen más que demostrar lo enriquecedor que fue la experiencia.

A la luz de todo el camino recorrido , desde el proceso de diagnóstico hasta la evaluación final de los proyectos, se entiende que de cara a una nueva edición del sello de diseño neuquino, son varias las líneas posibles de trabajo.

Por un lado será necesario una **tarea de revisión sobre las bases y condiciones** de la convocatoria para repensar los criterios de evaluación que fueron discutidos ampliamente con el comité.

Tal como se comentó en el apartado anterior el trabajo deberá centrarse en analizar de qué manera cada categoría de evaluación se aplica a los diversos proyectos que se presentan. Durante la primera aplicación del programa surgieron preguntas tales como ¿Cuáles son los criterios válidos de aplicación en todas las propuestas? ¿Es necesario generar criterios de evaluación específicos o diferenciales para cada categoría de diseño? entre otras. La revisión de la definición teórica y el establecimiento de los alcances de cada criterio también aparece como una tarea pendiente

Por otro lado dentro de las bases y condiciones será necesario analizar qué nuevas categorías pueden ser incorporadas ¿video juegos? ¿aplicaciones móviles? y de qué manera estas categorías son integradas en todo el programa. Pensar en potenciar categorías vinculadas a industrias claves para la provincia como lo son la industria carburífera y la industria del turismo aparecen como posibles líneas de trabajo. En tal sentido parece fundamental continuar con el trabajo de investigación, relevamientos y diagnósticos iniciado durante el 2020, y continuar recabando datos que permitan entender en profundidad al sector y guiar de esta manera las políticas orientadas al mismo.

Dentro de la revisión de las bases y condiciones y vinculado a la definición de categorías participantes, aparece otra discusión pendiente: la vinculación entre

diseño y artesanía, para evaluar de qué manera esta última es reconocida o incorporada en el programa Sello Diseño Neuquino.

Con este fin se proponen dos actividades concretas

1/ Mesa debate y reflexión: Diseño hecho a mano y Artesanía Contemporánea: puntos de encuentro

Se propone convocar a distintos referentes del diseño local, nacional e internacional, así como a la comunidad de diseñadores y diseñadoras y artesanos y artesanas para clarificar el concepto de Artesanía Contemporánea, resaltando sus diferencias con relación a otros tipos de artesanía e identificando sus puntos de encuentro con el diseño

2/ Programa “Convivencia”

A través de diversas jornadas de trabajo el objetivo de este programa es lograr el desarrollo de productos de manera colaborativa entre diseñadores y diseñadores con artesanos y artesanas, explorando de qué manera esta interrelación disciplinar enriquece el proceso. Se espera por un lado sumar el pensamiento proyectual, y la mirada contemporánea del diseño para lograr desarrollar productos actuales y competitivos, productos que tomen en cuenta las necesidades del mercado. Asimismo la recuperación de saberes ancestrales, técnicas de producción, tratamientos de materiales etc enriquecerá las características formales de estos diseños. Resulta necesario ahondar en los beneficios mutuos y en la transferencia de saberes con una mirada a largo plazo.

En relación a la categoría de evaluación identidad y su aplicación en la convocatoria del sello, se propone desarrollar un nuevo foro con diversos miembros del sector donde se ponga en discusión las características de la identidad del diseño neuquino. Jornadas de reflexión y trabajo colaborativo para definir los rasgos formales, históricos, productivos, etc. La “problemática de la identidad” es una cuestión muy presente en el campo del diseño en nuestro país, es constante la pregunta sobre ese material, ese estampado o producto que nos distingue, que nos hace únicos y nos diferencia. En el marco del foro con referentes del sector, se logró cierta acuerdo en la idea que la identidad del diseño neuquino se encontraba principalmente vinculada a la identidad mapuche y de los pueblos originarios así como a las referencias de los paisajes patagónicos. Sin embargo, al analizar las postulaciones para el sello, vemos que los rasgos identitarios abarcan muchos otros lenguajes, y retoman sentidos diversos a la hora de configurar sus productos y servicios.

Parece entonces no haber una respuesta única, ni claves certeras sobre cómo definir esta identidad. Por ello tal vez un buen punto de partida sea más bien

rastrear, bucear en la práctica cotidiana de los y las diseñadores para potenciar maneras de hacer entendiendo que el diseño está atravesado por la cultura, por lo que hay tantas formas de diseño como manifestaciones culturales existentes en un territorio.

Otra de las líneas de trabajo propuestas a fin de potenciar futuras convocatorias del sello al diseño neuquino es un **programa de capacitaciones** orientado a otorgar herramientas que permitan mejorar la calidad formal de las propuestas. Tal como se constató desde la instancia de diagnóstico si bien hay un alto porcentaje de profesionales certificados con títulos oficiales vinculados al diseño, también hay un importante grupo de lo que se denomina aficionados o idóneos del diseño, es decir aquellas personas que no cuentan con formaciones formales en diseño, más allá de contar a su favor con una experiencia a nivel práctico que le permite desarrollar su actividad profesional

Atendiendo a esta diversidad de perfiles que conviven en el ecosistema de diseño neuquino (profesionales, idóneos, estudiantes, artesanos etc) y las diversas categorías a las que apunta el programa (diseño de producto y diseño de servicios) se propone la realización de capacitaciones organizadas en dos niveles.

Nivel 1 Introducción a las disciplinas proyectuales

Ciclo de charlas y talleres orientados a quienes llevan adelante emprendimientos vinculados a la producción de bienes y deseen incorporar herramientas que le permitan profesionalizar y mejorar la calidad de sus propuestas. Tal como se constató durante el diagnóstico y luego en los perfiles de los postulantes, hay un alto porcentaje de creativos y creativas que se dedican profesionalmente al diseño aun sin tener estudios formales en relación a estas disciplinas siendo este aspecto un limitante en la hora de desarrollar propuestas que den cuenta de un proceso proyectual, que aborden las posibilidades del principio del diseño o bien desarrollen una estrategia conceptual para crear sus diseños.

Dentro de este nivel se proponen los siguientes módulos temáticos

Módulo 1. Auto Diagnóstico. ¿Qué hago, qué quiero hacer y cómo lo hago?

En este taller teórico-práctico se invita a los participantes a realizar una reflexión crítica y un reconocimiento del producto o los productos que realizan. Se tratará de una reconstrucción del proceso de diseño y la toma de decisiones partiendo del reconocimiento de la experiencia y perfil de usuarios, segmentos, mercado y la propuesta de valor, pasando por los aspectos tipológicos, funcionales, morfológicos, etc. Se trabajará a través de la metodología de memoria descriptiva,

que le permita a los y las asistentes reflexionar y explicar el por qué de las decisiones de diseño tomadas.

Módulo 2 Introducción a los fundamentos del diseño

Taller teórico práctico donde se abordarán los fundamentos del diseño y su aplicación en el desarrollo de productos o servicios. El objetivo es lograr la adquisición de los conceptos básicos del diseño y la metodología del proyecto. Se enseñará a analizar y a entender el entorno para crear y comunicar.

Módulo 3 El proceso productivo

Un taller teórico práctico para analizar y reflexionar en torno a la materialización de los productos. Tipos de materiales y formas de producción, aspectos ergonómicos y tecnológicos, como lograr productos de calidad, como trabajar con ficha de producto y cómo establecer un cronograma de producción son algunas de las temáticas a ser abordadas en esta capacitación.

Nivel 2 de perfeccionamiento.

Este ciclo de charlas y talleres estará orientado a profesionales del diseño que deseen incorporar nuevos saberes, técnicas y conocimientos para profundizar y mejorar su actividad profesional.

Se prevé la posibilidad de generar alianzas estratégicas entre diversas instituciones y capacitadores locales y nacionales, a fin de generar espacios de aprendizaje colaborativos.

Se espera a través de estas estrategias mejorar las instancias formativas de los diseñadores proponiendo nuevas estrategias de aprendizaje y experimentación, que repercutan en una mayor innovación en relación a las posibilidades productivas.

Algunas de las temáticas abordadas podrían ser las siguientes:

Módulo 1 Estrategias para un Diseño Sostenible

En este taller se trabajará sobre la conceptualización, diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios que generen un impacto positivo sobre el entorno social, económico y ambiental en el que se engloba. El objetivo es aportar a la formación de los y las diseñadores en un campo que se intuye como el gran motor de innovación de los próximos años.

Módulo 2 Introducción al Diseño y a la Fabricación Digital

Este taller está orientado a diseñadores industriales, gráficos y de interiores, que deseen conocer sobre las nuevas tecnologías de fabricación digital. Podrán aprender cómo prototipar un producto a partir de las nuevas técnicas de fabricación digital, haciendo una introducción a la impresión 3D, corte laser, corte plasma, ruteado cnc y plotter de corte entre otras técnicas.

Módulo 3 especializaciones en diseño

Diseño de joyería contemporánea: Técnicas tradicionales y lenguajes modernos

Diseño de Mobiliarios a partir de materiales locales.

Diseño aplicado: la industria del turismo.

Como última propuesta, y buscando ampliar los alcances del programa Sello Diseño Neuquino, se sugiere trabajar sobre eje del diseño en su dimensión productiva y comercial

Se destaca la importancia de este eje en tanto a través de las actividades del diseño se favorece la creación de nuevas actividades económicas, se genera empleo e inserción y se impacta directamente en otras actividades como por ejemplo el turismo.

Así mismo durante la etapa del diagnóstico aparece como una de las preocupaciones más grandes de los miembros del sector .

Alguna de las posibles acciones serían:

- Diagramación del “Circuito de Diseño Neuquino”

Mapeo de los locales, showroom,, estudios y otros espacios donde actualmente se desarrolla, se comercializa y vive el diseño neuquino, a fin de poder visualizarlos ante la comunidad.

- Desarrollo de “La Tienda del Diseño Neuquino” (Física-Virtual)

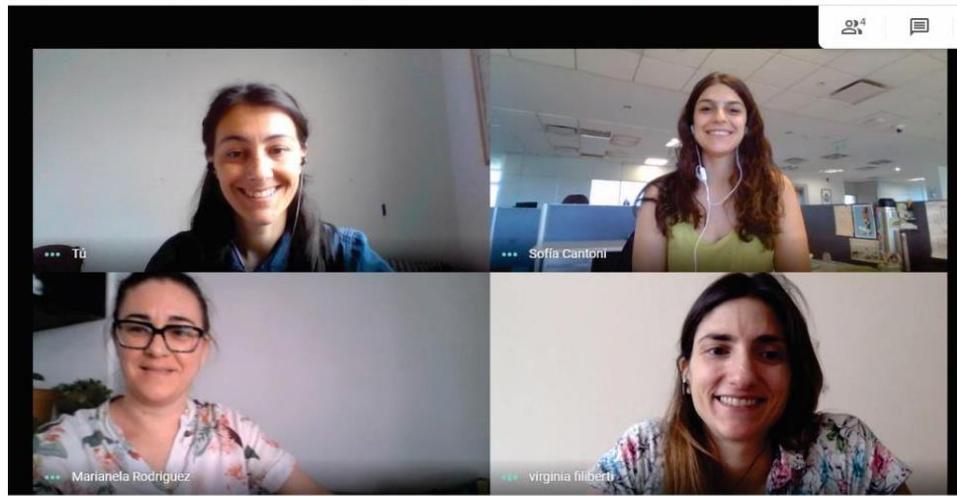
Creación de un espacio físico o virtual, desde donde se puedan comercializar todas las propuestas de diseño locales que hayan obtenido el sello al diseño neuquino. El objetivo es conjugar en un solo lugar todas las propuestas, potenciando así su impacto, visibilización y alcance.

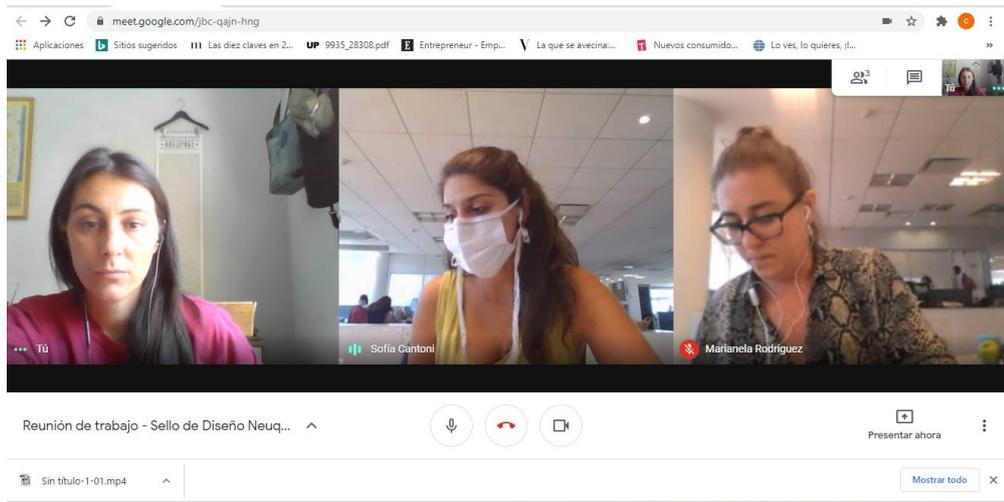
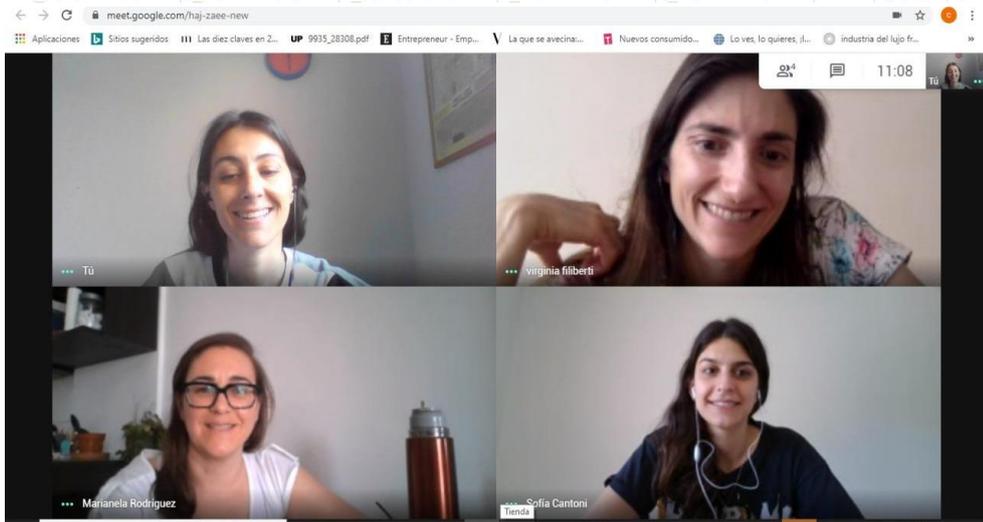
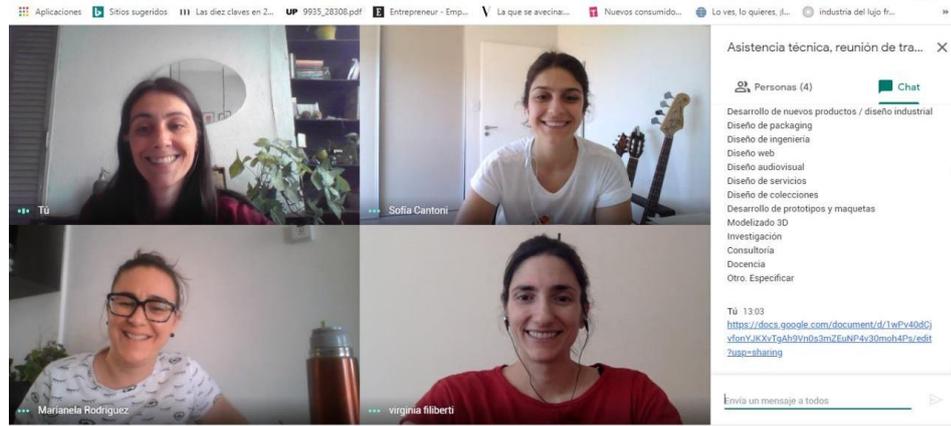
VII BIBLIOGRAFÍA

- Milton,A. y Rodgers, P. (2013). *Métodos de investigación para el diseño de productos*. España, Barcelona. Gaynor Sermon
- Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2010). *Políticas para la creatividad Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas* Unesco
- Adrián Lebendíker, (2019) *Planeamiento estratégico y puesta en marcha del Centro de Diseño, Creatividad e Innovación del Neuquén (CDNEU)* Consejo Federal de Inversiones
- Chavez Norberto , “*Diseño e Innovación*” en www.norbertochaves.com

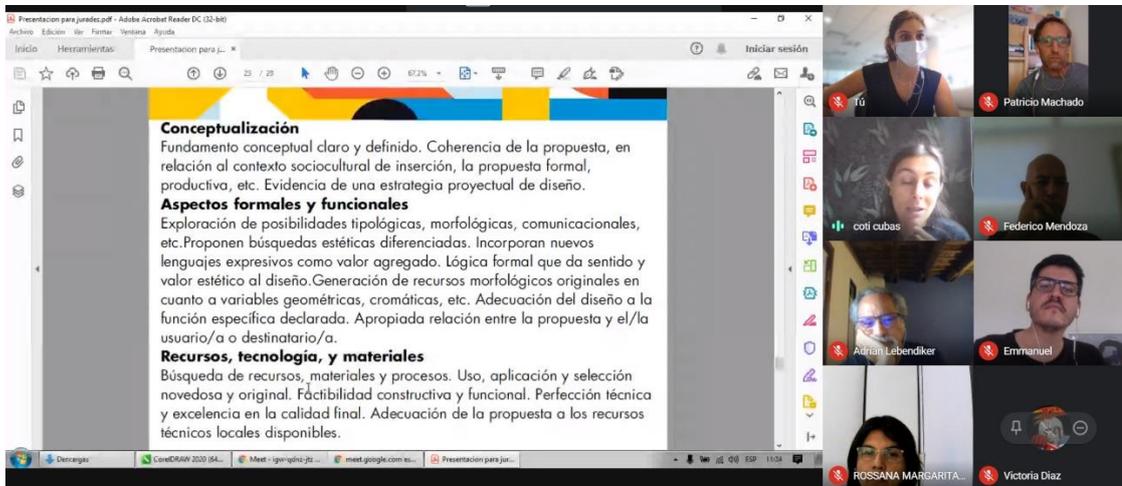
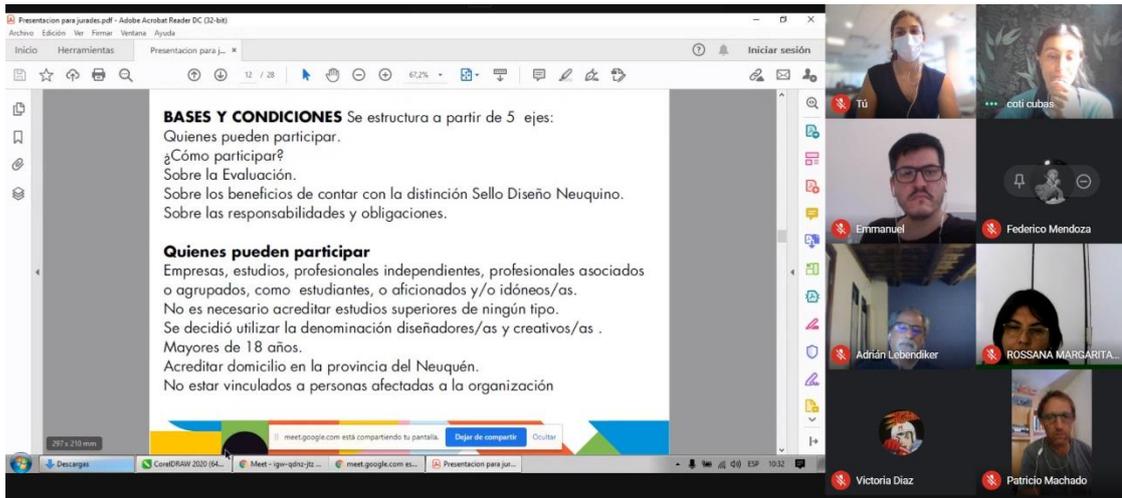
ANEXO 1 IMÁGENES

Reuniones realizadas con equipo del Centro de Diseño y Creatividad e Innovación de COPADE





Imágenes de la reunión realizada entre la contraparte, el comité de evaluación y la consultora



Encuentros con el comité durante la instancia de evaluación



12 11:06

Comité evaluador - Sello de Diseño Neuquino ^

Presentar ahora

The image shows a Zoom meeting interface. At the top right, there are icons for participants (12), chat, and the time (11:06). The main area is a grid of 12 video tiles. The top row contains four tiles: a woman with a black face mask, a man with a white face mask (labeled 'Silvia Garcia Garaygora'), a woman with glasses, and a man with glasses. The second row contains three tiles: a woman, a central tile with a cartoon avatar of a character with a red mask and a speech bubble, a man with glasses, and a man with glasses. The third row contains four tiles: a man, a woman with glasses, a woman, and a man. At the bottom left, the meeting title 'Comité evaluador - Sello de Diseño Neuquino' is displayed with a dropdown arrow. At the bottom center, there are three circular icons: a red one with a slash, a white one with a telephone handset, and a white one with a camera. At the bottom right, there is a 'Presentar ahora' button and a vertical ellipsis menu icon.

ANEXO 2 FORMULARIOS

Ficha técnica de Diagnóstico del sector del Diseño

Desde el Centro de Diseño, Creatividad e Innovación de la Secretaría del COPADE de la Provincia del Neuquén estamos trabajando en la implementación de una certificación de diseño a nivel provincial.

Con dicho objetivo y como punto de partida, estamos realizando el siguiente relevamiento específico del sector. Gracias a las respuestas obtenidas podremos realizar un diagnóstico más completo que nos permitirá crear e implementar una certificación acorde a las necesidades del diseño neuquino.

El siguiente formulario podrá ser completado solamente por aquellas personas cuya actividad profesional/laboral está vinculada al diseño, ya sea de manera independiente o en relación de dependencia.

Responderlo llevará entre 5 y 8 minutos.

¡Agradecemos tu tiempo y predisposición!

Consultas: cdneu@neuquen.gov.ar

DATOS PERSONALES

1. Apellido

2. Nombre

3. Edad

4. Género

Masculino

Femenino

Transexual

Intersexual

Bigénero

No Binario

Sin género

No estoy seguro

Prefiero no decir

Otra...

5. Correo electrónico Texto de respuesta corta

6. Teléfono

7. Localidad

SOBRE LA FORMACIÓN

8. Estudios oficiales (indicar el máximo nivel alcanzado)

Secundario

Terciario completo

Terciario en curso

Universitario completo

Universitaria en curso

Posgrado completo

Posgrado en curso

Otra...

9. Título en Diseño obtenido (en caso que corresponda) Diseñador/a

Gráfico

Diseñador/a de Indumentaria

Diseñador/a Industrial

Diseñador/a de Interiores

Diseñador/a Audiovisual

Diseñador/a en Comunicación Visual

Diseñador/a Multimedia

Diseñador/a Paisajes

Diseñador/a en el Hábitat

Diseñador/a Textil

Arquitecto/a

Mi título no está vinculado al diseño. Pasar a la pregunta nº11 Otra...

10. Institución que emitió su título en diseño

Centros de formación
profesional (Neuquén)

Escuela Argentina de Moda

Escuela de Diseño en el
Hábitat (EDH) (Neuquén)

Instituto de tecnología ORT

Universidad Argentina de la
Empresa (UADE)

Universidad Argentina John
F. Kennedy (UK)

Universidad Blas Pascal
(UBP)

Universidad Católica de La
Plata (UCALP)

Universidad Católica de
Santa Fe (UCSF)

Universidad de Belgrano

Universidad de Champagnat
(Mendoza)

Universidad de Flores
(UFLO) (Neuquén)

Universidad de Palermo

Universidad de San Pablo -
Tucumán (USPT)

Universidad del Aconcagua
(UDA)

Universidad del Salvador

Universidad Nacional de
Buenos Aires (UBA)

Universidad Nacional de Córdoba
Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo)
Universidad Nacional de La Plata (UNLP)
Universidad Nacional de Mar del Plata
Universidad Nacional de Mendoza
Universidad Nacional de Misiones (UM)
Universidad Nacional de Río Negro (UNRN)
Universidad Nacional de Rosario

Universidad Nacional de San Juan (UNSJ)
Universidad Nacional del Litoral (UNL)
Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
Universidad Provincial de Córdoba
Universidad Siglo 21
Universidad de Morón
Universidad Nacional del Comahue
Otra...

11. Indicar título no vinculado a las disciplinas proyectuales (en caso que corresponda) Marketing

Comunicación
Artes Plásticas
Fotografía
Ingeniería
Gestión Cultural
Turismo
Otra...

12. ¿Posee otros estudios (formales o informales) vinculados al diseño, la técnica y/o los oficios?

Sí

No (Pasar a la pregunta 14)

13. En caso afirmativo ¿Puede indicar en qué área?

| | |
|------------------|-------------------------|
| Joyería | Sistemas de estampación |
| Orfebrería | Impresión 3d, CNC y/o |
| Teñidos | sistemas de prototipado |
| Carpintería | Encuadernación |
| Cerámica | Ilustración |
| Ebanistería | Lettering |
| Corte/Confección | Software de diseño |
| Moldería | Desarrollo web, apps |
| Marroquinería | Herrería |

Otra...

SOBRE LA ACTIVIDAD PROFESIONAL

14. Indique en qué disciplina se enmarca su perfil profesional

Diseño de Interiores
Preguntas Respuestas 90
Diseño Industrial
Diseño de Indumentaria
Diseño Gráfico
Diseño Web
Diseño Audiovisual
Docencia
Consultoría
Investigación
Otra...

*

15. Especifique sub sector en el que se enmarca su actividad profesional

| | |
|------------------------------------|--|
| Diseño de Indumentaria Femenina | Diseño de Calzado para Bebé |
| Diseño de Indumentaria Masculina | Ficha Técnica para el Diagnóstico del sec Diseño de Calzado Infantil |
| Diseño de Indumentaria Gender Free | Preguntas Respuestas 90 |
| Diseño de Indumentaria para Bebé | Diseño de Calzado Deportivo |
| Diseño de Indumentaria Infantil | Diseño de Calzado de trabajo/corporativa |
| Diseño de Lencería | Diseño de Indumentaria promocional |
| Diseño de Indumentaria Deportiva | Marroquinería |
| Diseño de Indumentaria de trabajo | Joyería Contemporánea |
| Diseño de Calzado Femenina | Diseño de Accesorios/complementos |
| Diseño de Calzado Masculina | Diseño Textil |
| Diseño de Calzado Gender Free | Diseño de Estampados |
| | Diseño de Mobiliario |
| | Equipamiento para el Hogar |
| | Equipamiento para Oficinas/Comercio |

| | |
|---|---|
| Mobiliario Urbano | Identidad visual |
| Productos industriales | (comunicación, branding, marca) |
| Diseño de Modelado 3D | Afiches, carteles, etiquetas, póster |
| Iluminación | Arquigrafía |
| Diseño de Cerámica | Papelería (agendas, cuadernos, almanaques) |
| Diseño de Juguetes | Diseño Editorial |
| Diseño de vehículos (Monociclo, Biciclo, Triciclo, Cuatriciclo) | (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.) |
| Diseño web | Diseño Tipográfico |
| Aplicaciones móviles | (institucional, lectura, lettering) |
| Software | Diseño de espacios interior/exterior |
| Videojuegos | Otra... |
| Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición) | |
| Ficha Técnica para el Diagnóstico del sec | |

16. ¿Actualmente se encuentra desempeñando actividad profesional vinculada al diseño (en relación de dependencia, emprendimiento, docencia, etc.) ?

Sí (Pasar a la Pregunta 18)

No

17. En caso negativo ¿Ha estado buscando trabajo en el último año? (Pasar a la pregunta 57) Sí

No

18. En la relación al diseño ¿Qué tipo de relación laboral tiene? (puede indicar más de una)

Trabajador/a en relación de dependencia

Trabajador/a independiente (emprendimiento/servicios).

Free lance (Trabajo por proyecto/Abono mensual por horas dedicadas)

Otra...

Si usted desarrolla su actividad profesional de diseño EN RELACIÓN DE DEPENDENCIA, responda por favor las siguientes preguntas (en caso contrario pasar a la pregunta nº 29)

19. Indique su tipo de empleador

Empresa privada / Estudio

Organismo público

Fundación ONG
Institución académica
Otra...

20. Indique el nombre de la empresa/estudio /institución donde lleva adelante su actividad profesional. Texto de respuesta corta

21 ¿Cuál es la actividad más importante que realiza dentro de su trabajo?

Creativo/Diseñador
Producción/Fabricación
Logística/ Distribución
Gestión de Clientes y/o Ventas
Ficha Técnica para el Diagnóstico del sec
Comunicación y Redes Sociales
Preguntas Respuestas 90
Administración y Finanzas
Gestión y administración de proyectos
Docencia
Otra...

22. ¿Qué cantidad de empleados hay en su ámbito de trabajo?

Hasta 7 empleados
Entre 8 y 30 empleados
Entre 31 y 165 empleados
Más de 165 empleados

23. ¿Qué antigüedad laboral tiene en este espacio?

0 a 2 años
3 a 5 años
Más de 5 años

24. ¿Qué cantidad de horas diarias trabaja?

Entre 4 y 6 horas
Entre 6 y 8 horas
Entre 8 y 10 horas
Más de 10 horas

25 ¿Para qué sectores ha desarrollado trabajos en el último año?

Puede elegir más de una opción
Alimentos y bebidas
Cosmética y farmacéutica Juegos y juguetes
Construcción

Electrónica
Muebles
Plásticos
Industria del Petróleo y Gas Maquinaria y Equipos Automotriz
Sector público
Comercio
Software
Turismo
Finanzas
Moda (indumentaria, calzado y accesorios)
Comunicaciones
Educación / Investigación
Actividades artísticas
Otra...

26. Indique un monto estimado del nivel de ingreso mensual (en mano)

Menos de \$17000

Entre \$17.000 y \$40.000

Entre \$40.000 y \$60.000

Ficha Técnica para el Diagnóstico del sec

Entre \$60.000 y \$80.000 Más de \$80.000

27. ¿Es esta actividad vinculada al diseño su principal ingreso y sustento de vida?

Sí (Pasar a pregunta 29)

No

28. ¿En caso de no serlo, cuál es su actividad profesional principal

Si usted desarrolla su actividad profesional de diseño de manera INDEPENDIENTE, responda por favor las siguientes preguntas

29. Lleva adelante su actividad en esta modalidad porque:

Me permite ganar más

Me entrega mayor satisfacción

Puedo aprovechar más mis habilidades

Es menos cansador

Provincia del Neuquén - Formularios de Google

Es más entretenido

Ficha Técnica para el Diagnóstico del sec

Muy difícil encontrar trabajo asalariado en diseño

Permite realizar otras tareas

Me gusta no tener jefe/a
Permite ajustar las horas trabajadas
Me permite generar ingresos complementarios
Otra...

30. Indique el nombre de su empresa/estudio/emprendimiento

31. ¿Cuál es la actividad más importante que realizas dentro de tu emprendimiento/empresa/estudio?

Creatividad y Diseño de productos
Creatividad y Diseño de servicios
Producción/Fabricación
Logística/ Distribución
Gestión de Clientes y/o Ventas
Administración y Finanzas
Gestión y administración de proyectos
Asistencia Técnica
Consultoría
Otra...

32 ¿Qué actividades tercerizas dentro de tu emprendimiento/empresa/estudio?

Ficha Técnica para el Diagnóstico del sec
Diseño
Producción y/o Fabricación Logística y/o Distribución Gestión de Clientes y Ventas Comunicación y/o Redes Sociales Administración y/o Finanzas No tercerizo ninguna actividad Otra...

33. ¿Qué antigüedad tiene en funcionamiento su empresa/estudio/emprendimiento? 0 a 1 año

2 a 3 años
4 a 5 años
5 a 10 años
Más de 10 años

34. ¿Tiene socios/as?

Sí
No

35. ¿Tiene empleados a cargo?

1
2
3

Más de 4

No tengo empleados a cargo

36. ¿A través de qué canales comercializa/ofrece/ sus productos/servicios? Local/estudio propio (salida a la calle)

Oficina privada/ Showroom (sin salida a la calle)

Ferias itinerantes

Locales/oficinas de terceros/Coworking

Internet (web)

Internet (redes sociales)

Otra...

37. Nombre del espacio donde comercializa/ofrece/sus productos/servicios Texto de respuesta corta

38. ¿Realiza ventas/ofrece servicios a otras provincias? ¿y a otros países? Sí, otras provincias

Sí, otros países

Sí, ambos

No

Sí, sólo zona Alto Valle

39. En caso afirmativo ¿A cuáles?

40. ¿Cuál es su situación tributaria? Monotributo

Responsable Inscripto

Exento

No inscripto

Otra...

41. En caso de no estar inscripto/a ¿Por qué no lo ha hecho? Agrega un costo

No sé como hacerlo

Es muy engorroso el trámite

No tiene ventajas para mi empresa

Mi emprendimiento es muy nuevo

Otra...

42. ¿Cómo financió el comienzo de su actividad profesional? Fondos propios

Préstamos de entidades privadas

Subsidios públicos

Socios capitalistas
Líneas de crédito
Otra...

43. ¿Recibió apoyo de alguna institución pública o privada?

Sí

No (pasar a pregunta nº 45)

44. En el caso de recibir ayuda, mencionar qué institución: Texto de respuesta corta

45. ¿Ha recibido capacitación en temáticas vinculadas al emprendedurismo? Sí

No (pasar a pregunta nº47)

46. En caso afirmativo ¿En qué temáticas?

| | |
|---|---|
| Modelo de negocio | Estrategias de comercialización |
| Costos | https://docs.google.com/forms/d/1gGJnjV9duVaQHBe8AF18k- |
| Venta por internet | Gestión Empresarial |
| Herramientas Digitales | Liderazgo |
| Comunicación | Preguntas Respuestas 90 |
| Marketing | Innovación y Creatividad |
| Presentaciones efectivas - pitch | Tendencias |
| Estrategias de venta | Otra... |
| Diseño gráfico | |
| Finanzas | |
| Herramientas para mejorar la producción | |

47. Indique hasta 3 (no más de 3) aspectos destacados de su empresa/estudio/emprendimiento Adecuada publicidad y promoción
Buen servicio al cliente
Alta rentabilidad del negocio
Flujo constante de efectivo
Motivación

Producto de alta calidad
Producto con alta diferenciación y valor agregado
Excelente liderazgo
Alta demanda del mercado
Poca competencia
Poseer facilidades de pago (tarjeta, cuotas, etc)
Otra...

48. Indique hasta 5 (no más de 5) objetivos más importantes a corto plazo para su emprendimiento/empresa/estudio

| | |
|--|--|
| Lograr mayor visibilidad | Obtener un mayor interés del mercado |
| Creecer en rentabilidad | Ofrecer facilidades de pago (tarjeta, cuotas, etc) |
| Conseguir inversión para expandirse | Consolidar mi emprendimiento |
| Mejorar la administración comercial | Ampliar la cartera de productos y/o servicios |
| Poseer un espacio de comercialización y/o trabajo propio | Mejorar la imagen de mi marca |
| Preguntas Respuestas 90 | Aumentar las ventas |
| Mejorar calidad de los productos o servicios | Expandir mi negocio a nivel nacional |
| Aumentar la diferenciación de los productos o servicios | Poder vivir de mi emprendimiento |
| Lograr acceso a materias primas | Otra... |
| Lograr acceso a mano de obra especializada | |

49. ¿Realiza una práctica relacionada al cuidado del medio ambiente en su proceso de diseño? (Recicla, Reduce, Reutiliza, etc.)

Sí

No

No estoy seguro/a

50. ¿Cuenta con un taller/espacio/oficina propia para realizar su trabajo de diseño/producción?

Sí, un taller para producción

Sí, un estudio/oficina para trabajo de diseño

Sí, un espacio para producción y diseño

No poseo ningún tipo de espacio propio

51. ¿Es esta actividad de diseño su principal ingreso y sustento de vida?

Sí (pasar a la pregunta 53)

No

52. ¿En caso de no serlo, cuál es su actividad profesional principal?

Si usted se dedica a la PRODUCCIÓN DE BIENES le solicitamos responda las siguientes preguntas. (en caso contrario continuar a la pregunta nº58)

Descripción (opcional)

53. ¿Qué cantidad de productos produce al año?

Menos de 100

Entre 100 y 300

Entre 300 y 500

Entre 500 y 700

Entre 700 y 1000

Más de 1000

54. ¿Trabaja con stock ?

Sí

No

Solo en parte

Trabajo a pedido

Trabajo con preventa

55. ¿Qué porcentaje del proceso productivo se realiza en la provincia del Neuquén? 100%

El 50%

Menos del 50%

56. ¿Cuáles son las principales materias primas que utiliza para fabricar sus productos? Madera

Textiles naturales

Caucho

Textiles sintéticos

Plantas

Textiles orgánicos

Pieles

Lanas naturales

Corcho

Lanas sintéticas

Mármol

Cuero natural

Vidrio

Eco-cuero o similares

Pigmentos, tintas, esmaltes

Metales pesados

Insumos para serigrafía y sublimación

Ficha Técnica para el

Diagnóstico del sec

Insumos de librería, papeles

Metales preciosos

Insumos para impresión (vinilos, lonas)

Preguntas Respuestas 90

Piedras preciosas

Insumos para impresión 3D (filamentos)

Arcilla/Yeso

Cemento

Resinas de poliéster

Plásticos

Fibra de vidrio

Materiales de
descarte(reutilizados,
reciclados)

Otra...

57. Respecto a las materias primas ¿Qué porcentaje adquiere en la provincia del Neuquén?

100%

El 50%

Ficha Técnica para el Diagnóstico del sec Menos del 50%

Preguntas

EN RELACIÓN AL DESARROLLO Y LA IDENTIDAD DEL DISEÑO NEUQUINO

58. Nombre los 3 (sólo 3) atributos/valores diferenciales más importantes de su trabajo como diseñador/a:

Creativo

Calidad

Innovador

Exclusivo

Personalizado

Sustentable

Con Identidad local

De tendencia

Atemporal

Funcional

Versátil

Socialmente responsable

Provincia del Neuquén - Formularios de Google

Reflexivo, con concepto

Ficha Técnica para el Diagnóstico del sec

Relevante

Preguntas Respuestas 90

Único

Otra...

59. El rol profesional del diseñador/a en la provincia del Neuquén está valorizado/jerarquizado: Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

60. En la provincia del Neuquén, el mercado del diseño en la última década: Ha crecido

Se ha reducido

No ha crecido ni se ha reducido

No lo sé

61. Nombre un referente (diseñador/diseñadora/estudio/marca) del diseño Neuquino
Texto de respuesta corta

Encuesta sobre Consumo de Diseño Neuquino

Desde el Centro de Diseño, Creatividad e Innovación de la Secretaría del COPADE de la Provincia del Neuquén estamos trabajando en la implementación de una certificación de diseño a nivel provincial.

Con dicho objetivo y como punto de partida, estamos realizando un relevamiento sobre el consumo de productos y servicios de diseño en la provincia. Gracias a las respuestas obtenidas podremos realizar un diagnóstico completo que permitirá implementar herramientas acordes a las necesidades de nuestra sociedad.

Responderlo te llevará unos pocos minutos.

¡Agradecemos tu tiempo y predisposición!

Consultas: cdneu@neuquen.gov.ar

1. Correo electrónico Texto de respuesta corta

2. Edad

3. Género

- Masculino
- Femenino
- Transexual
- Intersexual
- Bigénero
- No Binario
- Sin género
- No estoy seguro
- Prefiero no decir
- Otra...

4. Localidad

- Neuquén capital
- Aguada San Roque
- Aluminé
- Andacollo
- Añelo
- Bajada del Agrio
- Barrancas
- Buta Ranquil
- Caviahue
- Centenario
- Chorriaca
- Chos Malal
- Cochico
- Copahue
- Covunco Abajo
- Coyuco
- Cutral Co
- El Cholar
- El Huecú
- El Sauce
- Guañacos
- Huinganco
- Junín de los Andes
- Las Coloradas
- Las Lajas
- Las Ovejas
- Loncopué
- Los Catutos
- Los Chihuidos
- Los Miches
- Manzano Amargo
- Mariano Moreno
- Octavio Pico
- Paso Aguerre
- Picún Leufú
- Piedra del Águila
- Pilo Lil
- Encuesta - Consumo de Diseño Neuquin
- Plaza Huincul
- Preguntas Respuestas 178
- Plottier
- Quili Malal
- Ramón Castro
- Rincón de los Sauces
- San Martín de los Andes
- San Patricio del Chañar
- Santo Tomás
- Sauzal Bonito
- Senillosa
- Taquimilán
- Tricao Malal
- Varvarco
- Villa del Curí Leuvú
- Villa del Nahueve
- Villa del Puente
- Villa El Chocón
- Villa La Angostura
- Villa Pehuenia
- Villa Trafal
- Vista Alegre
- Zapala
- Otra...

5. Ocupación, Profesión, Estudios:

- Estudiante
- Autónomo/a
- Abogacía
- Administración
- Agronomía
- Analista de sistemas
- Antropología
- Arquitectura
- Artes Plásticas
- Comercio
- Comunicación

- Contaduría
- Diseño
- Docencia
- Enfermería
- Fonoaudiología
- Fotografía
- Gastronomía
- Gestión Cultural
- Industria del petróleo
- Ingeniería
- Jubilado/a
- Kinesiología
- Marketing /Publicidad
- Medicina
- Nutrición
- Periodismo
- Psicología
- Sector público
- Teatro Cine o Tv
- Trabajo Social
- Turismo y Hotelería
- No trabajo
- No estudio
- Otra...

6. ¿Compra productos de diseño? (por ejemplo: ropa, calzado, mobiliario luminarias, objetos de decoración, juguetes, otros.), o contrata servicios de diseño (gráfico, de interiores, paisajismo, etc.) ?

Sí, compro productos y contrato servicios

Sí, compro productos de diseño

Sí, contrato servicios de diseño

No compro productos ni contrato servicios de diseño (Pasar a la pregunta n°21)

7. ¿De dónde provienen los productos y/o servicios de diseño que habitualmente compra?

Zona Alto Valle

Patagonia

Otras provincias (por ejemplo: Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, etc.)

Otra...

Sobre el consumo de diseño neuquino Descripción (opcional)

8. ¿Conoce y/o compra productos de diseño neuquino como por ejemplo ropa, muebles, lámparas, objetos de decoración, juguetes, etc.?

Sí, compro

No compro pero conozco propuesta de diseño neuquino

No conozco (Pasar a la pregunta n°14)

9. ¿A través de qué medios conoció marcas/diseñadores/estudios de diseño neuquino?

Redes Sociales

Medios de comunicación

Recomendación/sugerencia de otra persona
En eventos del sector (feria, festivales, mercados, etc.)
A través de iniciativas del sector público
En locales comerciales
Otra...

10. ¿Podría nombrar 3 marcas

Si usted compra diseño neuquino responder las siguientes preguntas.
En caso contrario pasar a la pregunta n°14

11. ¿Qué tipo de productos de diseño neuquino compra principalmente?

| | |
|-------------------------|---------------------------------|
| Indumentaria | Equipamiento para el Hogar |
| Femenina/Masculina | Equipamiento para |
| Indumentaria para Bebé | Oficinas/Comercio |
| Indumentaria Infantil | Blanquería (manteles, |
| Indumentaria Deportiva | cortinas, etc) |
| Lencería | Objetos de decoración |
| Calzado | (cerámica, canastos, |
| Femenina/Masculino | adornos, etc.) |
| Marroquinería (bolsos, | Iluminación |
| carteras, mochilas) | Objetos de Bazar |
| Joyería Contemporánea | Juguetes |
| Accesorios/complementos | Vehículos (Monociclo, |
| Mobiliario | Biciclo, Triciclo, Cuatriciclo) |

12. ¿En dónde compra productos de diseño neuquino?

Locales
Showroom (sin salida a la calle)
Ferias itinerantes
Internet (web)
Internet (redes sociales)
Otra...

13. ¿Con qué frecuencia compra productos de diseño neuquino?

Una vez por mes
Cada tres meses
Cada 6 meses
Una vez al año
Solamente en ocasiones especiales

14. Respecto a los productos de diseño neuquino ¿Qué aspectos lo/la motivan a comprarlos?

Son innovadores

Para apoyar las economías locales

Por su relación calidad-precio

Son sustentables

La exclusividad

La funcionalidad

Las facilidades de pago

Encuesta - Consumo de Diseño Neuquín

Están disponibles en diversos canales de venta

Preguntas Respuestas 178

Por su durabilidad

No tengo otra alternativa

No tengo motivos especiales

Otra...

15. Respecto a los productos de diseño neuquino ¿Qué aspectos lo/la desalientan a comprarlos? No conoce

No sé donde encontrarlos

Le resultan caros

No le parece buena la calidad

No ofrecen facilidades de pago

Presentan mucha demoras

Otra...

Sobre la contratación de servicios de diseño neuquino

16. ¿Contrata servicios de diseñadores/as de Neuquén, como por ejemplo diseñadores gráficos, diseñadores de interiores, diseñadores web, entre otros?

Sí

No (pasar a la pregunta nº19)

17. ¿Qué tipo de servicios de diseño contrata principalmente?

Diseño gráfico (flyers, tarjetas, identidad visual packaging, editorial, etc)

Diseño de espacios interiores/exteriores

Paisajismo

Diseño web

Diseño audiovisual

Diseño de indumentaria

Diseño textil (servicios de serigrafía, sublimado, etc.)

Diseño industrial (desarrollos de productos, mobiliario, iluminación, etc.)

Otra...

18. ¿Con qué frecuencia contrata servicios de diseño neuquino?

- Una vez por mes
- Cada tres meses
- Cada 6 meses
- Una vez al año
- Solamente en ocasiones especiales

19. Respecto a los servicios de diseño neuquino, ¿Cuál considera son los aspectos que alientan su contratación?

- Son innovadores
- Para apoyar las economías locales
- Por su relación calidad-precio
- Encuesta - Consumo de Diseño Neuquín
- Las facilidades de pago
- Preguntas Respuestas 178
- La cercanía
- No tengo otra alternativa
- No tengo motivos especiales
- La experiencia
- Otra...

20. Respecto a los servicios de diseño neuquino: ¿Cuál considera son los aspectos que impiden su contratación?

- No los conoce
- No sabe dónde contratarlos
- Le resultan caros
- No le parece bueno el servicio de diseño
- No ofrecen facilidades de pago
- Presentan mucha demoras
- Demora en tiempos de entrega
- Otra...

ANEXO 3 GRÁFICOS

Gráfico 1

3. Edad

90 respuestas

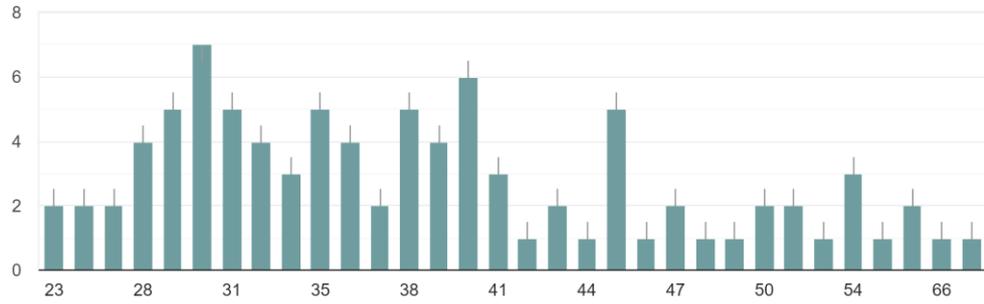


Gráfico 2

4. Género

90 respuestas

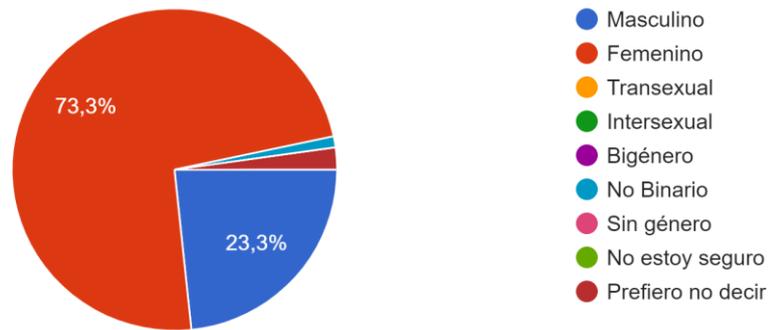


Gráfico 3

7. Localidad
90 respuestas

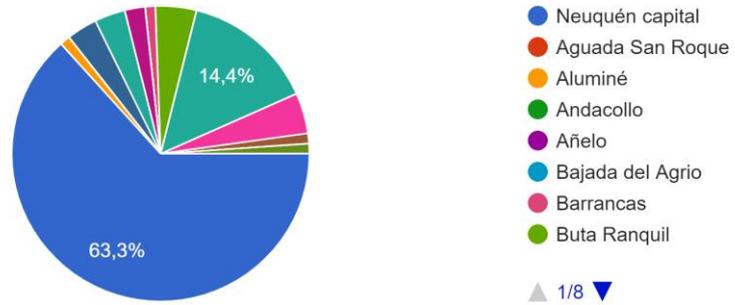


Gráfico 4

8. Estudios oficiales (indicar el máximo nivel alcanzado)
90 respuestas

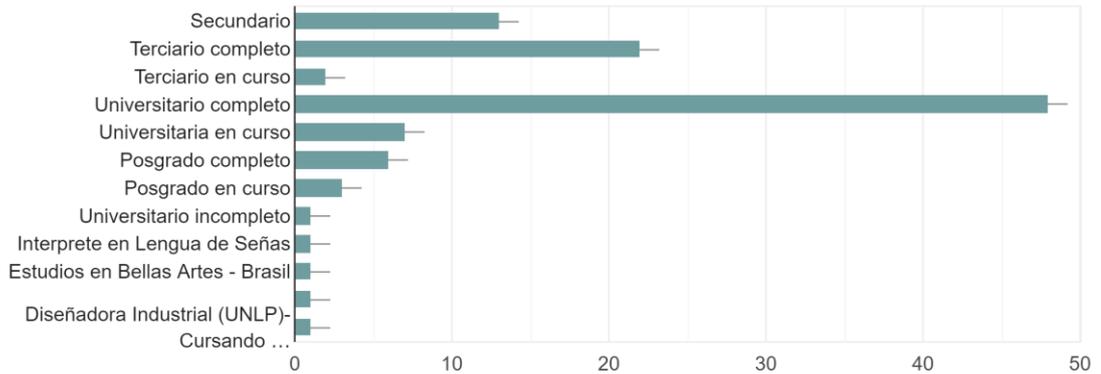


Gráfico 5

9. Título en Diseño obtenido (en caso que corresponda)

84 respuestas

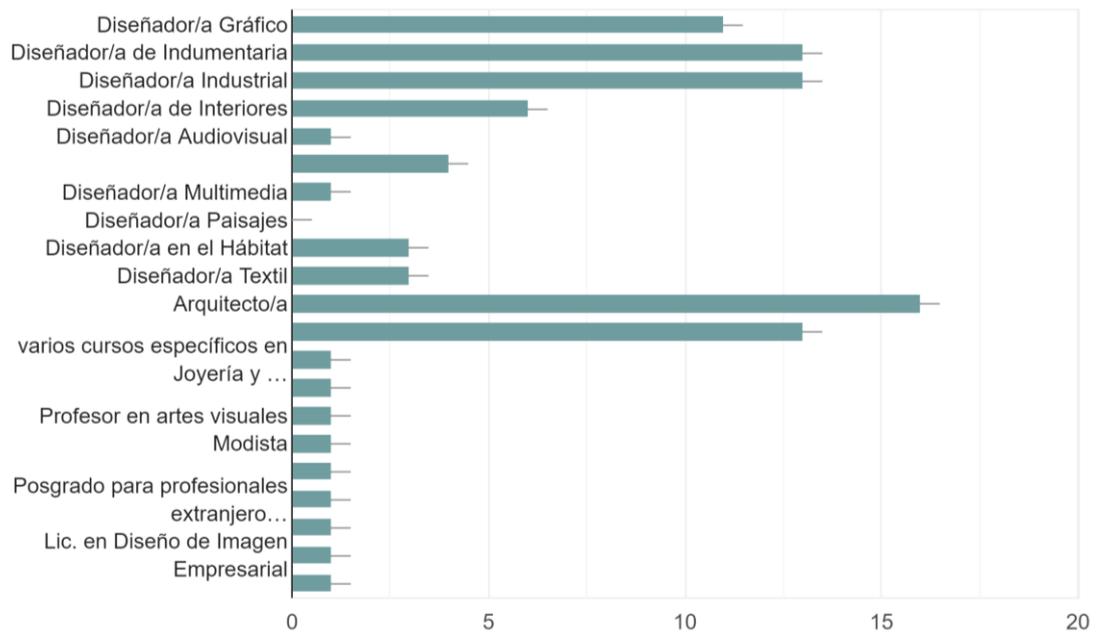


Gráfico 6

12. ¿Posee otros estudios (formales o informales) vinculados al diseño, la técnica y/o los oficios?

87 respuestas

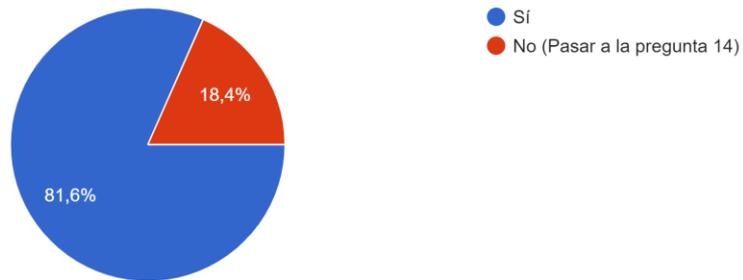


Gráfico 7

13. En caso afirmativo ¿Puede indicar en qué área?

70 respuestas

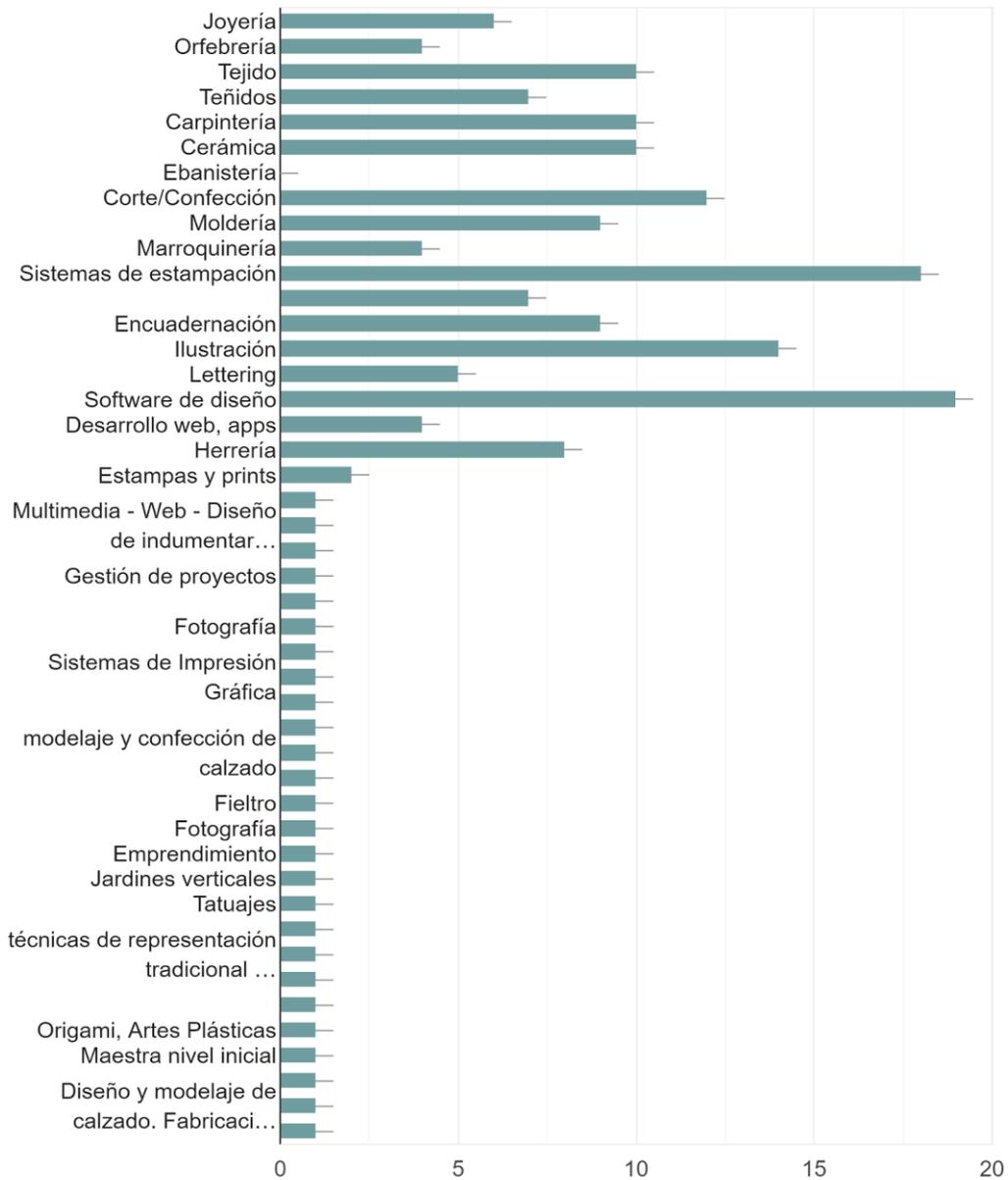


Gráfico 8

11. Indicar título no vinculado a las disciplinas proyectuales (en caso que corresponda)

31 respuestas

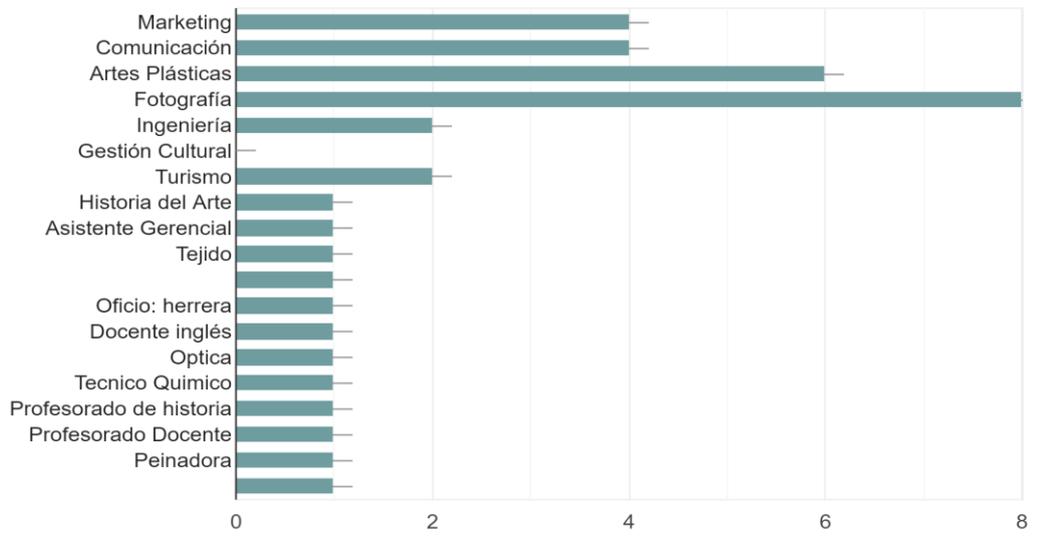


Gráfico 9

10. Institución que emitió su título en diseño

71 respuestas

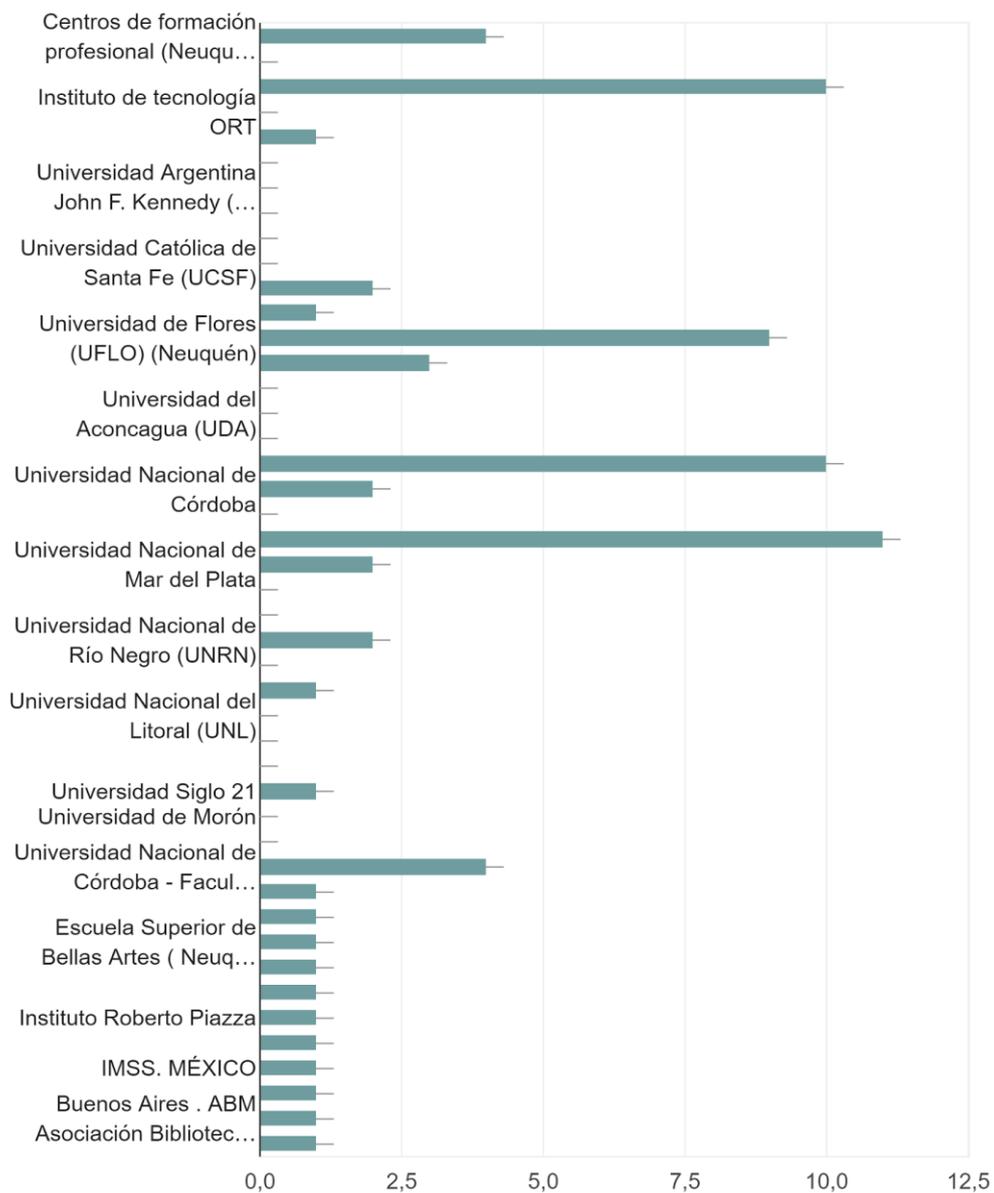


Gráfico 10

14. Indique en qué disciplina se enmarca su perfil profesional
90 respuestas

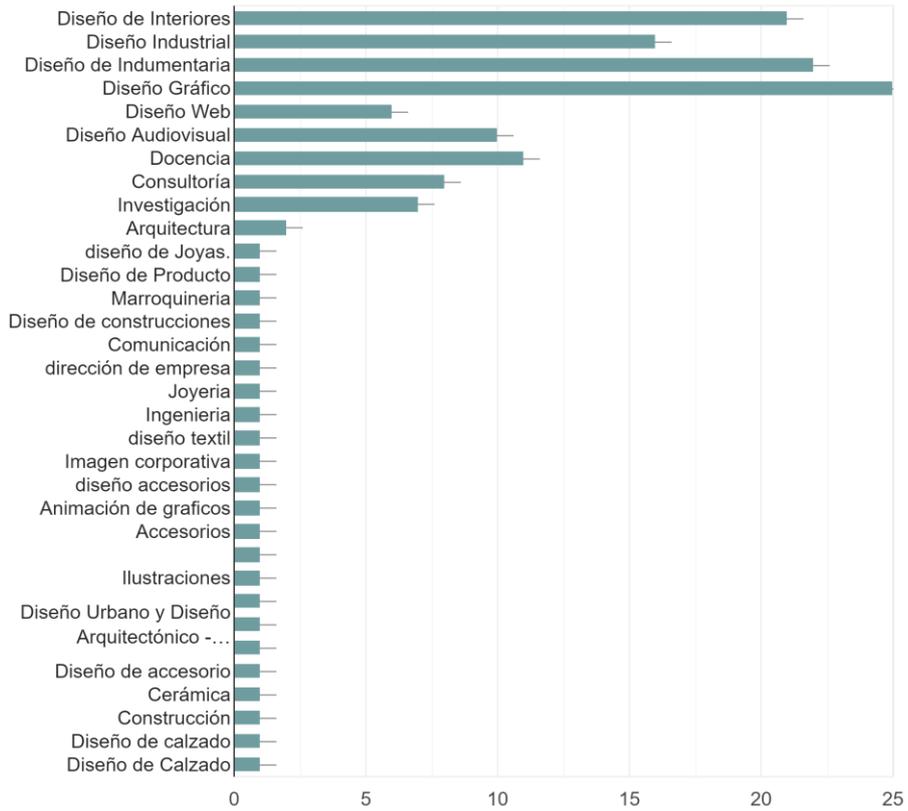
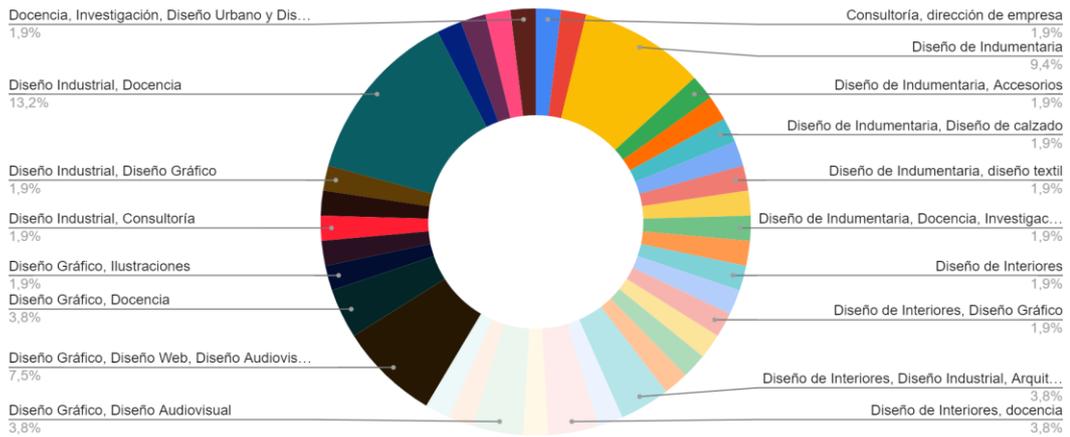


Gráfico 11

Recuento de 14. Indique en qué disciplina se enmarca su perfil profesional



Sobre un total de 90 respuestas 54 indican más de una disciplina

Gráfico 12

En la relación al diseño ¿Qué tipo de relación laboral tiene? (puede indicar más de una)

- Trabajador/a en relación de dependencia
- Trabajador/a en relación de dependencia, Actualmente Coordinadora Institucional Escuela De Diseño En El Hábitat- Fundadora de dicha Escuela en1994 .
- Trabajador/a en relación de dependencia, Free lance (Trabajo por proyecto/Abono mensual por horas dedicadas)
- Trabajador/a en relación de dependencia, Free lance (Trabajo por proyecto/Abono mensual por horas dedicadas), Desarrollo de proyectos propios
- Trabajador/a en relación de dependencia, Trabajador/a independiente (emprendimiento/servicios).
- Trabajador/a en relación de dependencia, Trabajador/a independiente (emprendimiento/servicios), Docente de...
- Trabajador/a en relación de dependencia, Trabajador/a independiente (emprendimiento/servicios), Free lance...
- Trabajador/a independiente (emprendimiento/servicios).
- Trabajador/a independiente (emprendimiento/servicios), docencia
- Trabajador/a independiente (emprendimiento/servicios), Docencia
- Trabajador/a independiente (emprendimiento/servicios), Docencia - UNRN (Diseño Industrial)
- Trabajador/a independiente (emprendimiento/servicios), Free lance (Trabajo por proyecto/Abono mensual por...

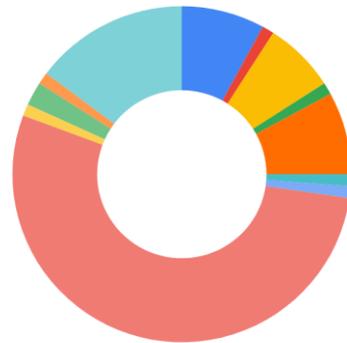


Gráfico 13

19. Indique su tipo de empleador

40 respuestas

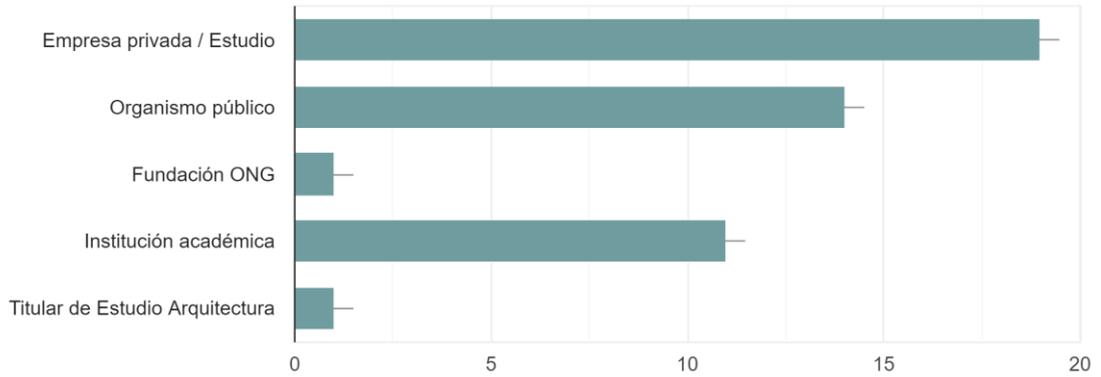


Gráfico 14

21 ¿Cuál es la actividad más importante que realiza dentro de su trabajo?

53 respuestas

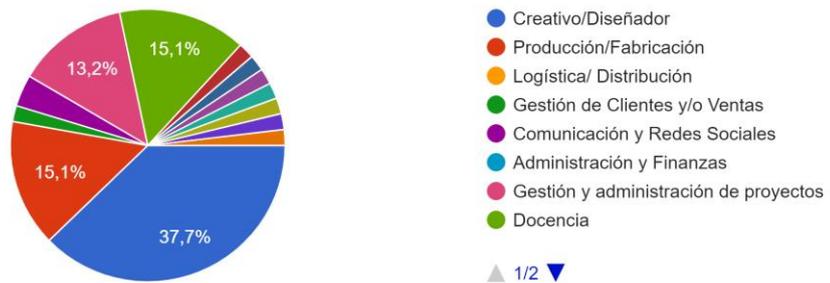


Gráfico 15

23. ¿Qué antigüedad laboral tiene en este espacio?
50 respuestas

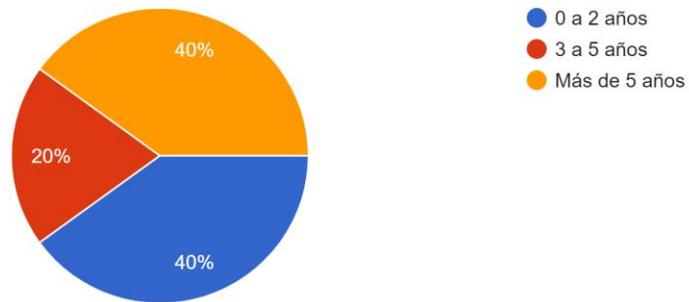


Gráfico 16

24. ¿Qué cantidad de horas diarias trabaja?
53 respuestas

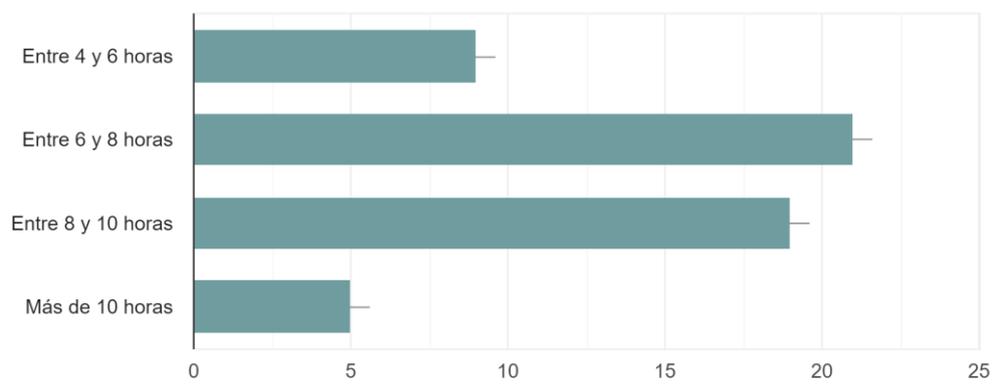


Gráfico 17

25. ¿Para qué sectores ha desarrollado trabajos en el último año? Puede elegir más de una opción
55 respuestas

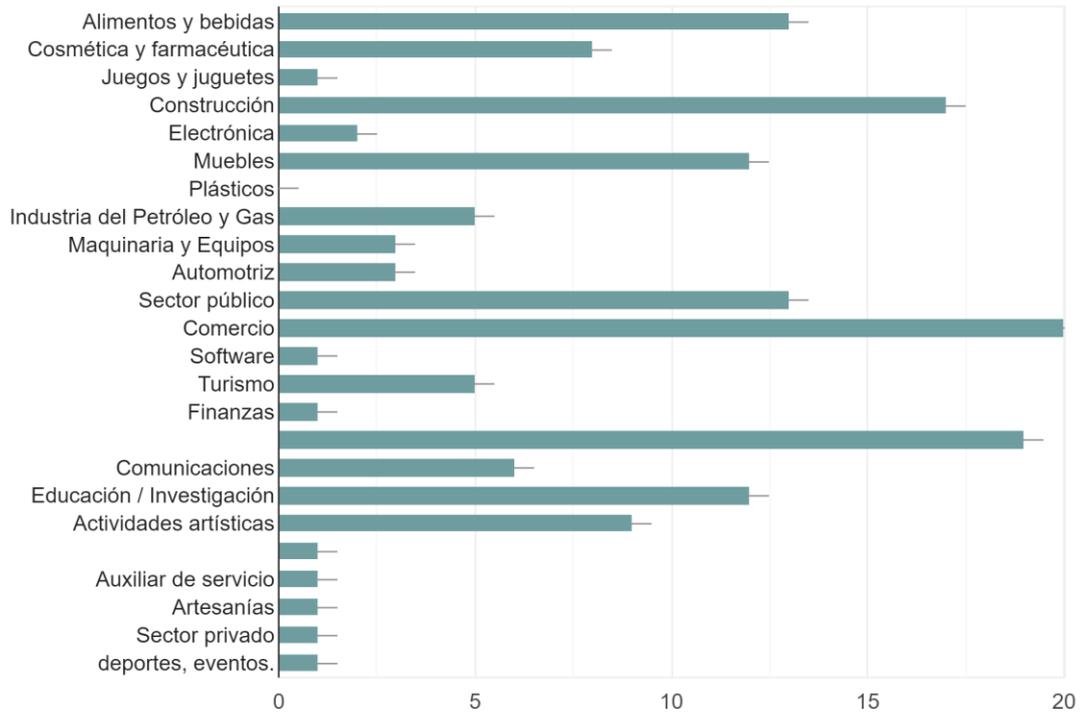


Gráfico 18

26. Indique un monto estimado del nivel de ingreso mensual (en mano)
50 respuestas

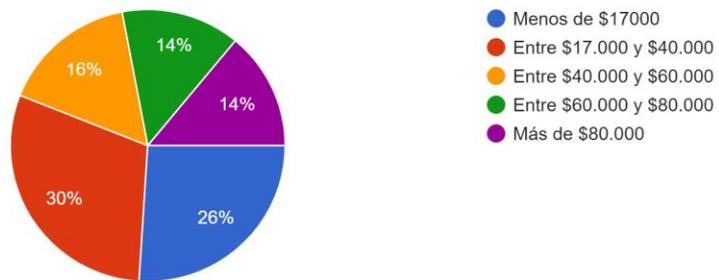


Gráfico 19

27. ¿Es esta actividad vinculada al diseño su principal ingreso y sustento de vida?
55 respuestas

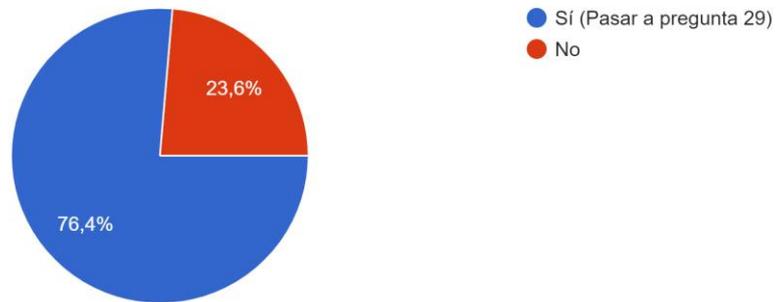


Gráfico 20

31. ¿Cuál es la actividad más importante que realizas dentro de tu emprendimiento/empresa/estudio?
84 respuestas

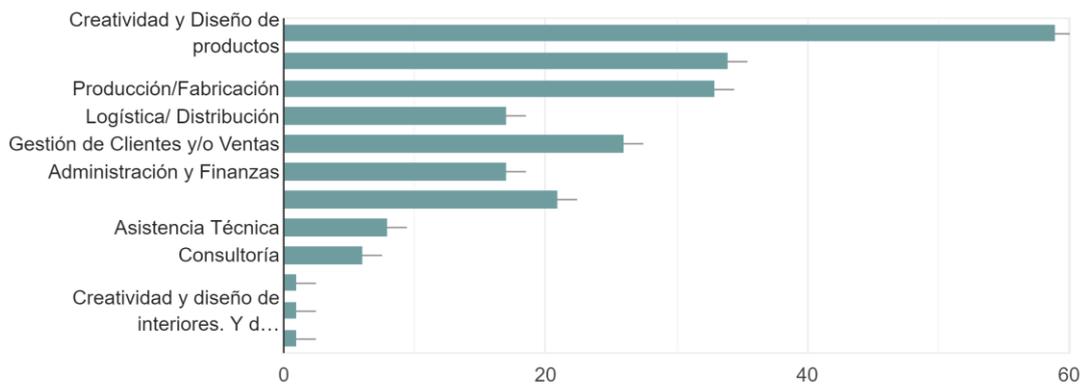


Gráfico 21

32 ¿Qué actividades tercerizas dentro de tu emprendimiento/empresa/estudio?

82 respuestas

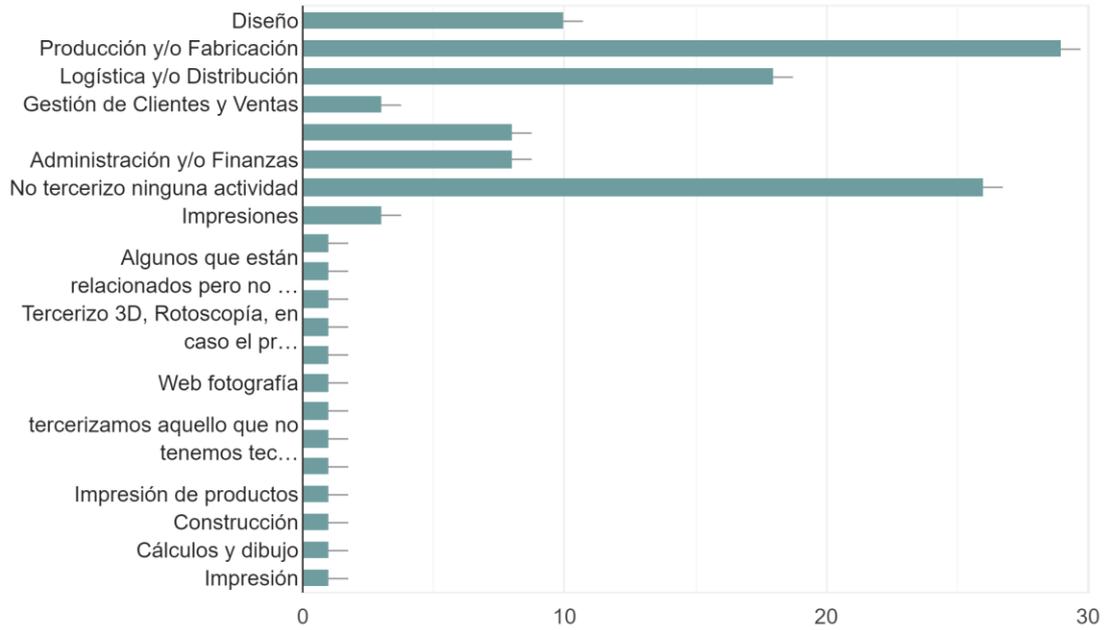


Gráfico 22

34. ¿Tiene socios/as?

82 respuestas

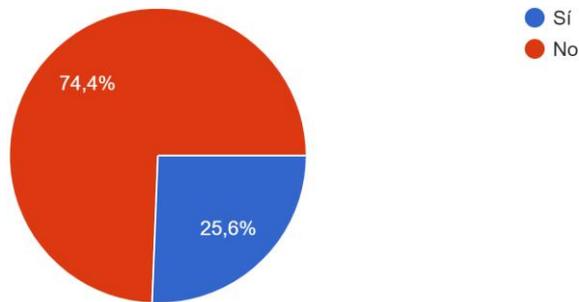


Gráfico 23

35. ¿Tiene empleados a cargo?

83 respuestas

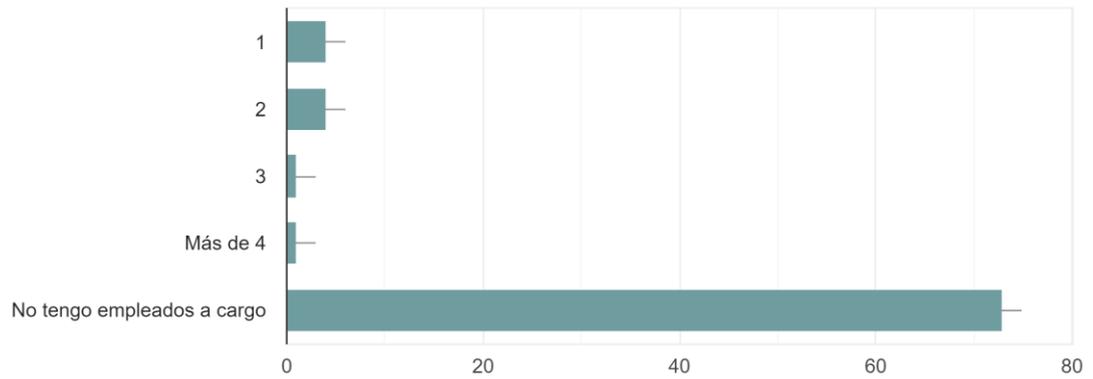


Gráfico 24

45. ¿Ha recibido capacitación en temáticas vinculadas al emprendedurismo?

84 respuestas

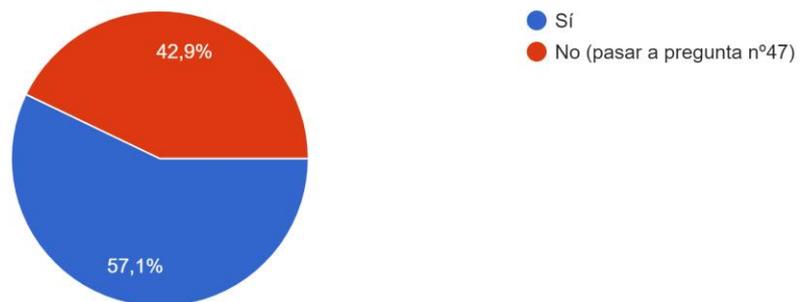


Gráfico 25

46. En caso afirmativo ¿En qué temáticas?

48 respuestas

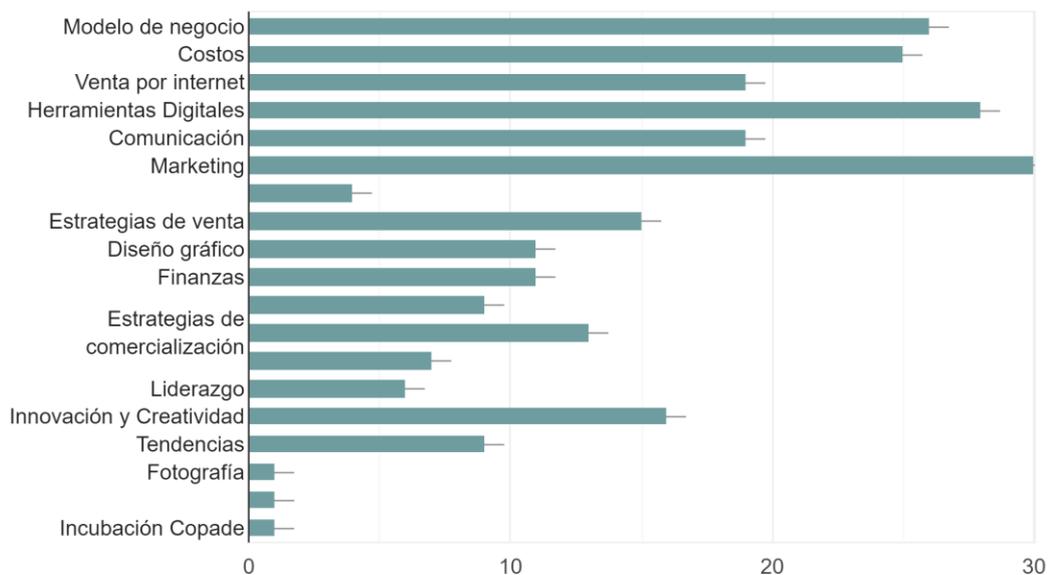


Gráfico 26

33. ¿Qué antigüedad tiene en funcionamiento su empresa/estudio/emprendimiento?

84 respuestas

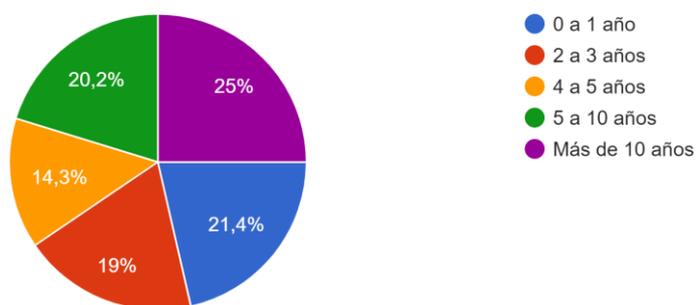


Gráfico 27

36. ¿A través de qué canales comercializa/ofrece/ sus productos/servicios?

82 respuestas

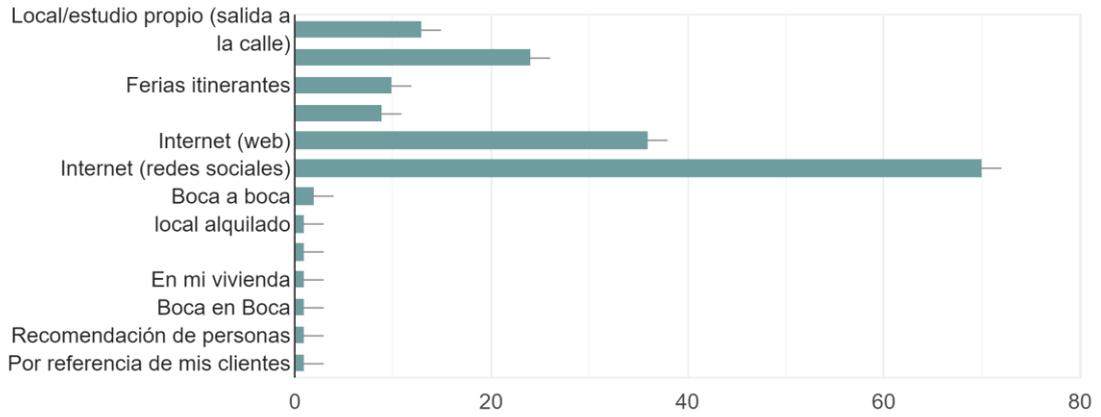


Gráfico 28

38. ¿Realiza ventas/ofrece servicios a otras provincias? ¿y a otros países?

84 respuestas

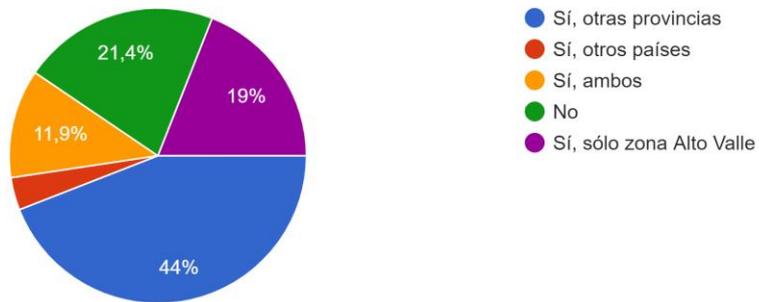


Gráfico 29

40. ¿Cuál es su situación tributaria?

84 respuestas



Gráfico 30

41. En caso de no estar inscripto/a ¿Por qué no lo ha hecho?

23 respuestas

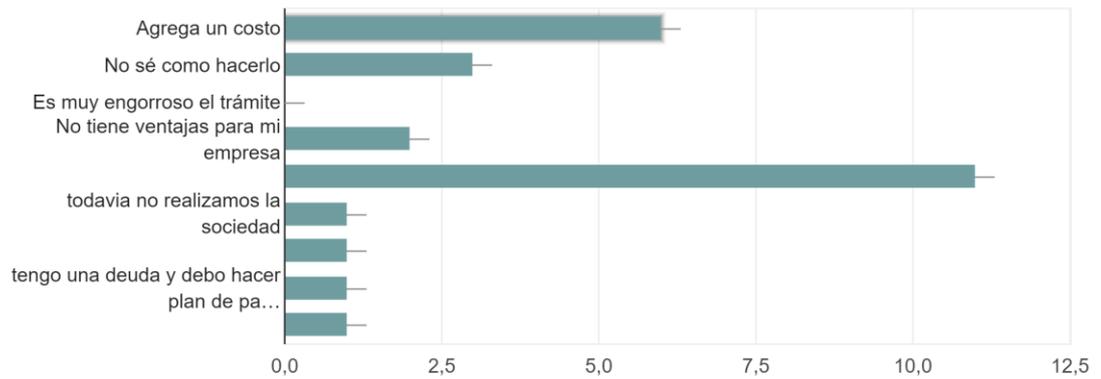


Gráfico 31

50. ¿Cuenta con un taller/espacio/oficina propia para realizar su trabajo de diseño/producción?
83 respuestas

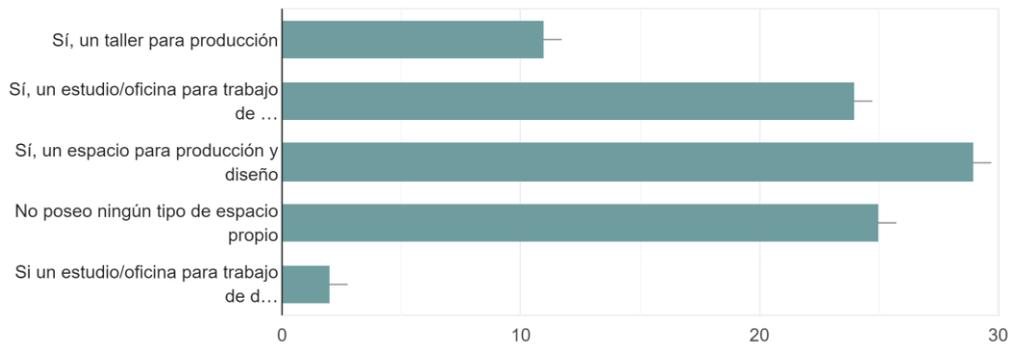


Gráfico 32

51. ¿Es esta actividad de diseño su principal ingreso y sustento de vida?
84 respuestas

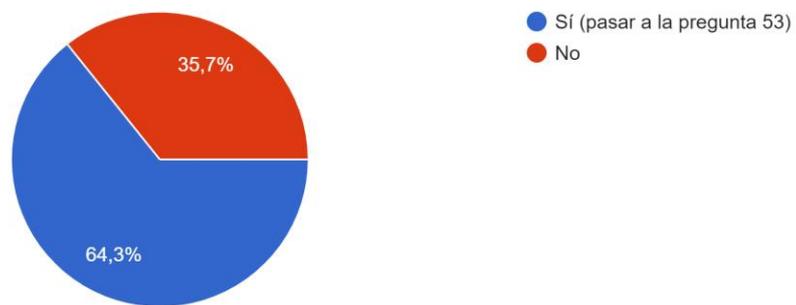


Gráfico 33

53. ¿Qué cantidad de productos produce al año?
64 respuestas

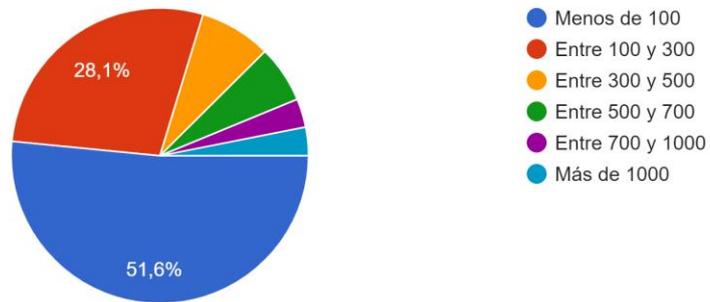


Gráfico 34

54. ¿Trabaja con stock ?
69 respuestas

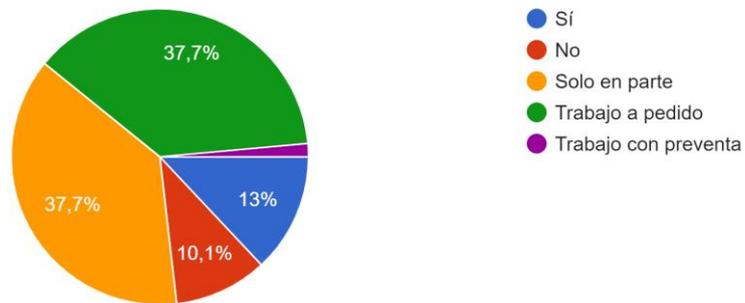


Gráfico 35

55. ¿Qué porcentaje del proceso productivo se realiza en la provincia del Neuquén?
68 respuestas

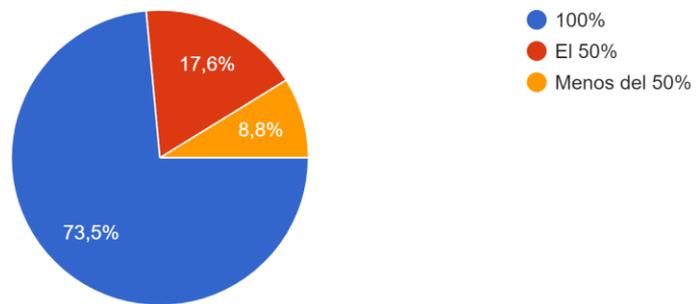


Gráfico 36

57. Respecto a las materias primas ¿Qué porcentaje adquiere en la provincia del Neuquén?
66 respuestas

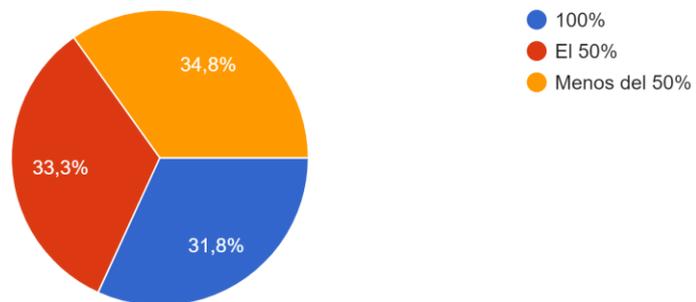


Gráfico 37

42. ¿Cómo financió el comienzo de su actividad profesional?

81 respuestas

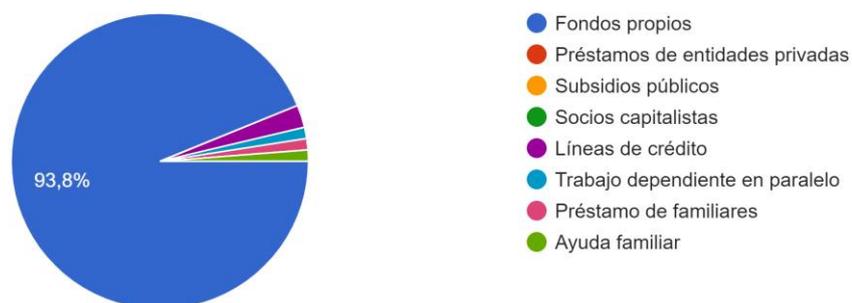


Gráfico 38

43. ¿Recibió apoyo de alguna institución pública o privada?

82 respuestas

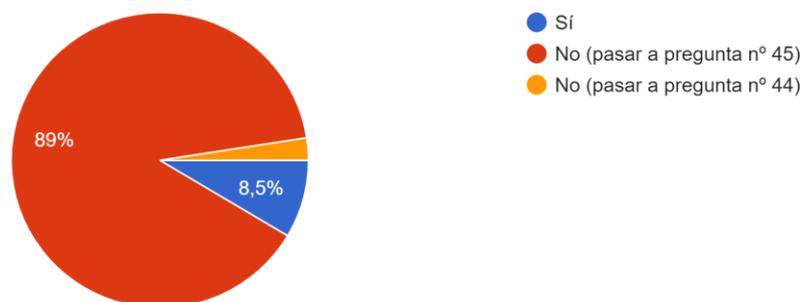


Gráfico 39

48. Indique hasta 5 (no más de 5) objetivos más importantes a corto plazo para su emprendimiento/empresa/estudio

84 respuestas

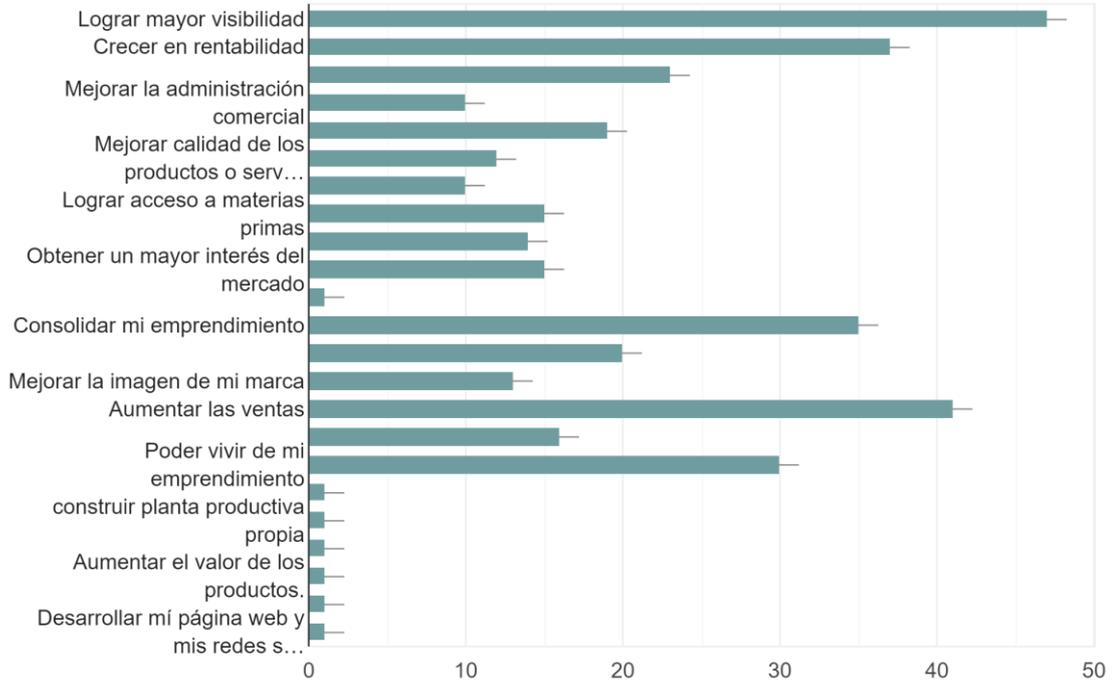


Gráfico 40

58. Nombre los 3 (sólo 3) atributos/valores diferenciales más importantes de su trabajo como diseñador/a:

89 respuestas

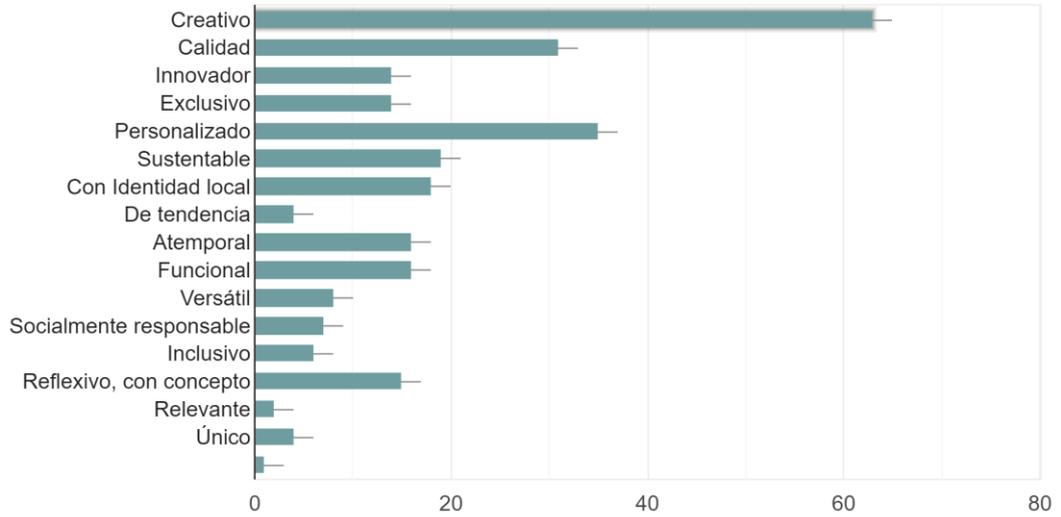


Gráfico 41

59. El rol profesional del diseñador/a en la provincia del Neuquén está valorizado/jerarquizado:

88 respuestas

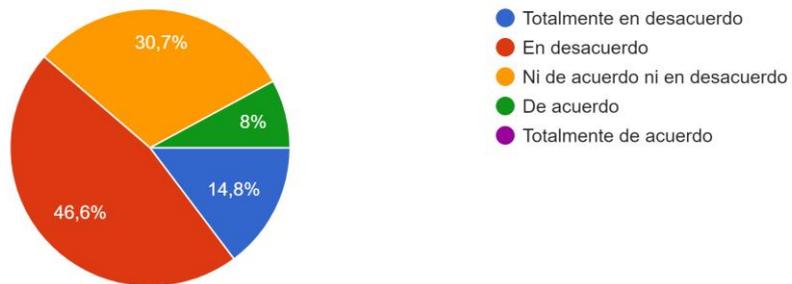


Gráfico 42

60. En la provincia del Neuquén, el mercado del diseño en la última década:

89 respuestas

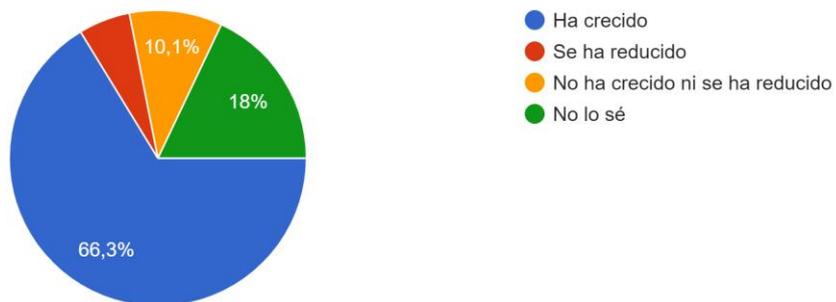


Gráfico 43

2. Edad

178 respuestas

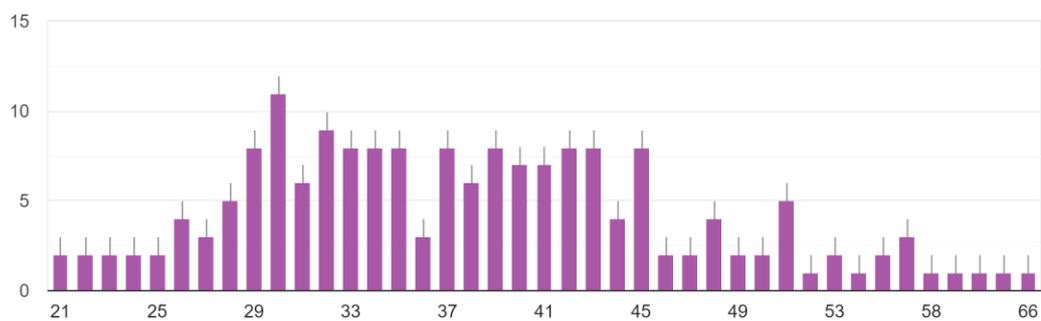


Gráfico 44

3. Género
178 respuestas

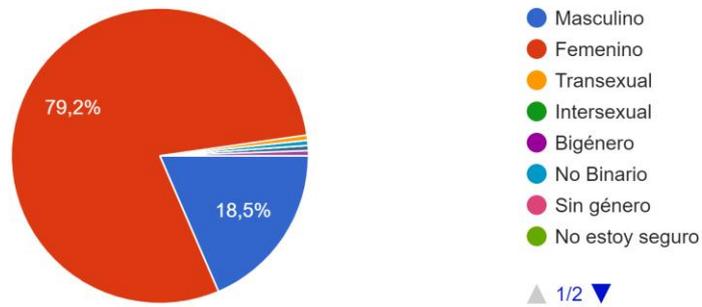


Gráfico 45

4. Localidad
178 respuestas

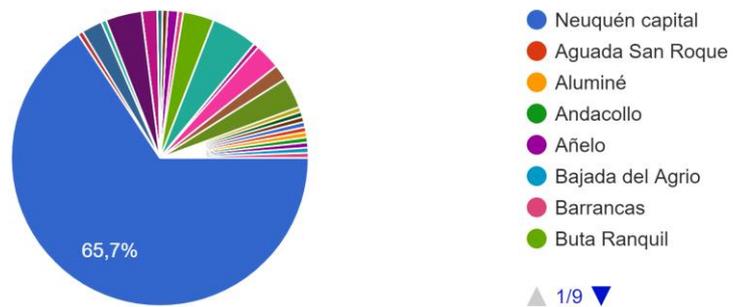


Gráfico 46

5. Ocupación, Profesión, Estudios:

178 respuestas

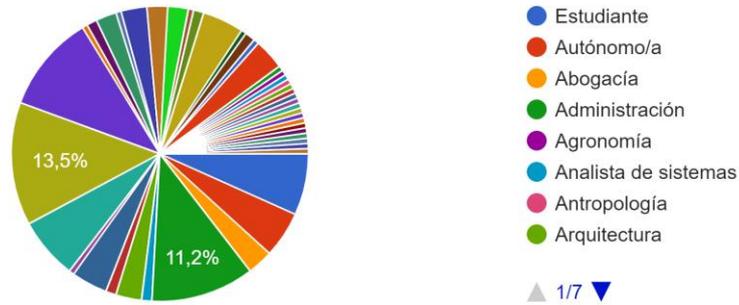


Gráfico 47

6. ¿Compra productos de diseño? (por ejemplo: ropa, calzado, mobiliario luminarias, objetos de decoración, juguetes, otros.), o contrata servicios de diseño (gráfico, de interiores, paisajismo, etc.) ?

177 respuestas

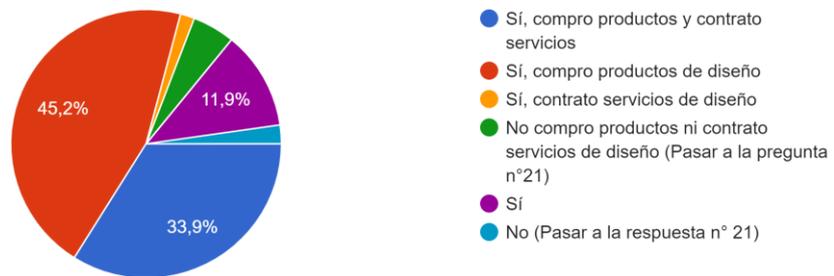


Gráfico 48

7. ¿De dónde provienen los productos y/o servicios de diseño que habitualmente compra?

167 respuestas

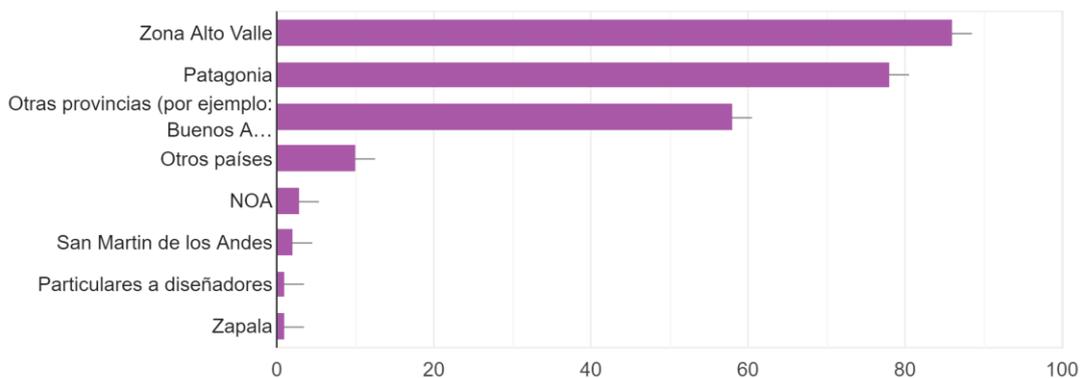


Gráfico 49

8. ¿Conoce y/o compra productos de diseño neuquino como por ejemplo ropa, muebles, lámparas, objetos de decoración, juguetes, etc.?

172 respuestas

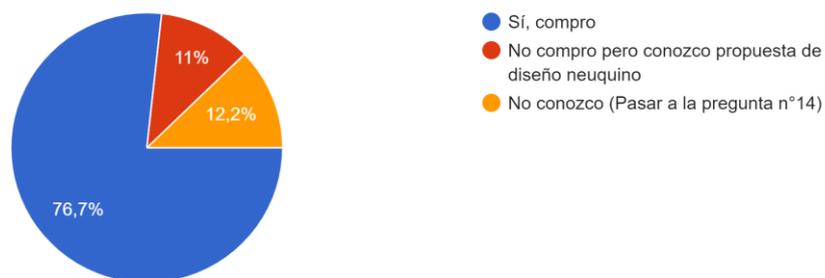


Gráfico 50

9. ¿A través de qué medios conoció marcas/diseñadores/estudios de diseño neuquino?

155 respuestas

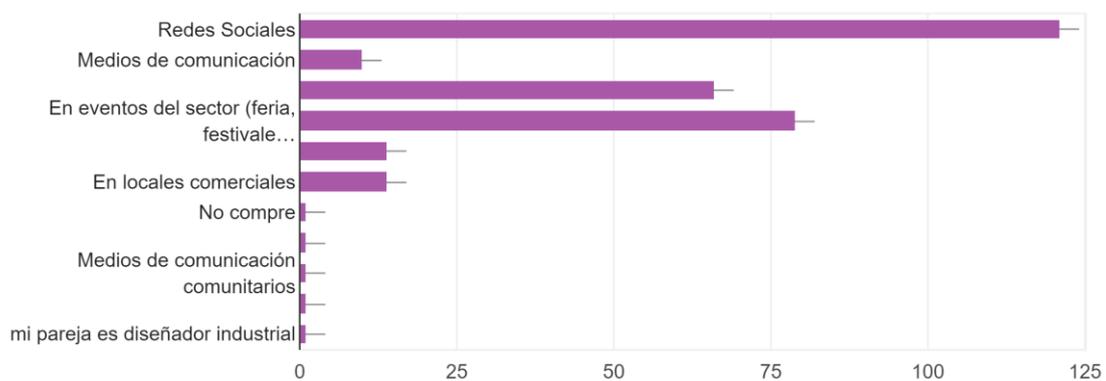


Gráfico 51

Puede nombrar tres marcas, estudio o empresas de diseño

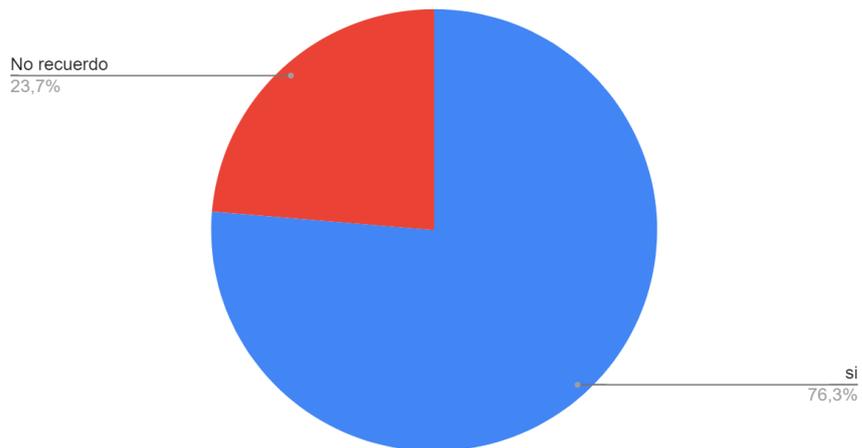


Gráfico 52

¿Podría nombrar 3 marcas - diseñadoras/es -estudios de Neuquén?

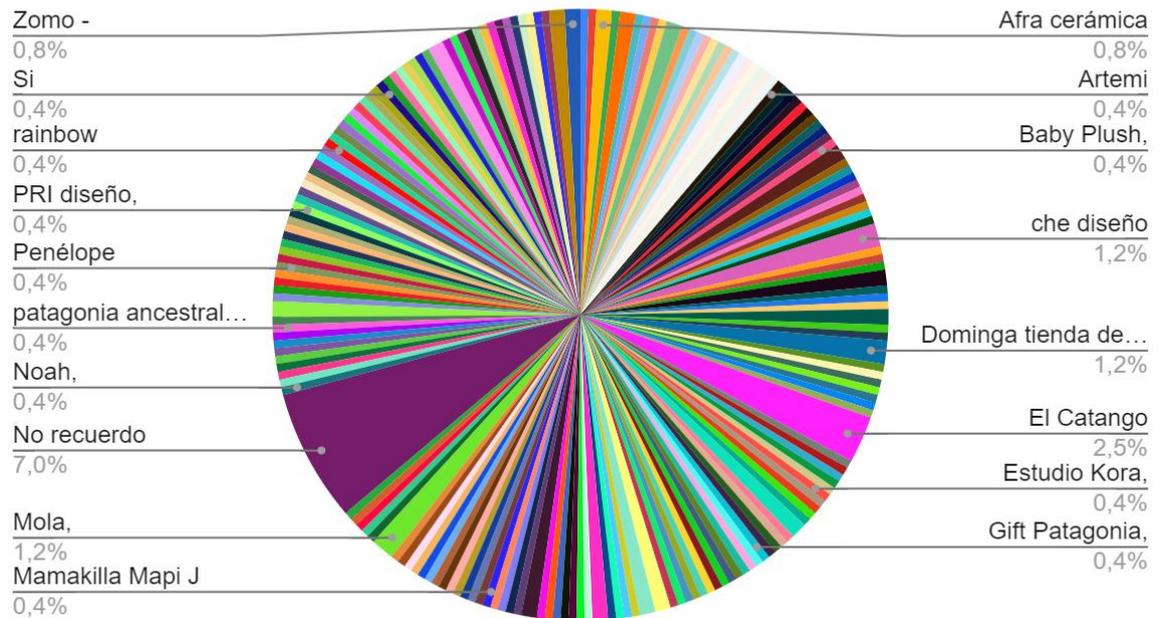


Gráfico 53

11. ¿Qué tipo de productos de diseño neuquino compra principalmente?

146 respuestas

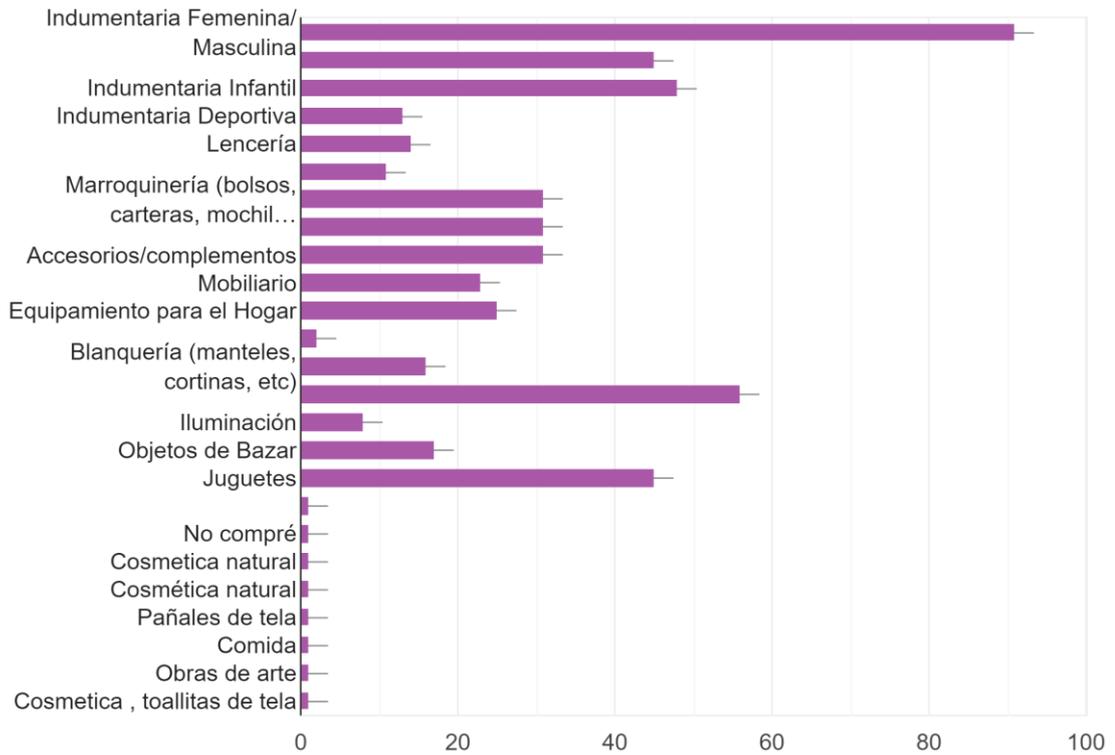


Gráfico 54

12. ¿En dónde compra productos de diseño neuquino?

144 respuestas

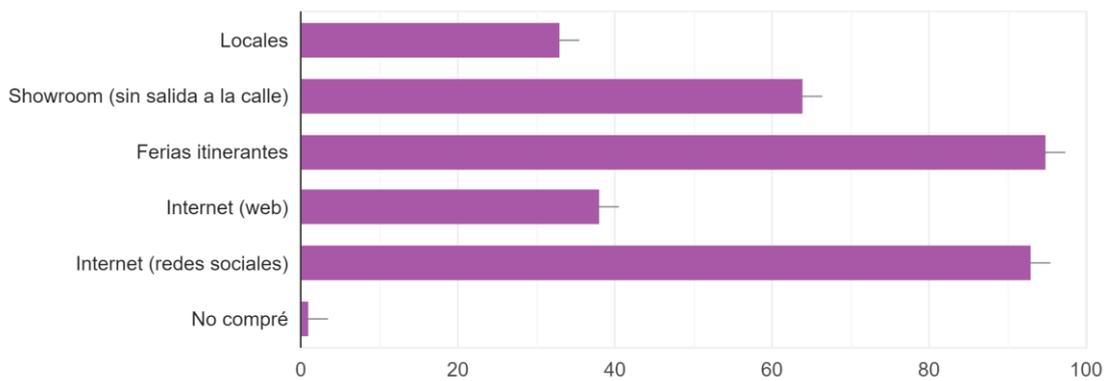


Gráfico 55

13. ¿Con qué frecuencia compra productos de diseño neuquino?

146 respuestas

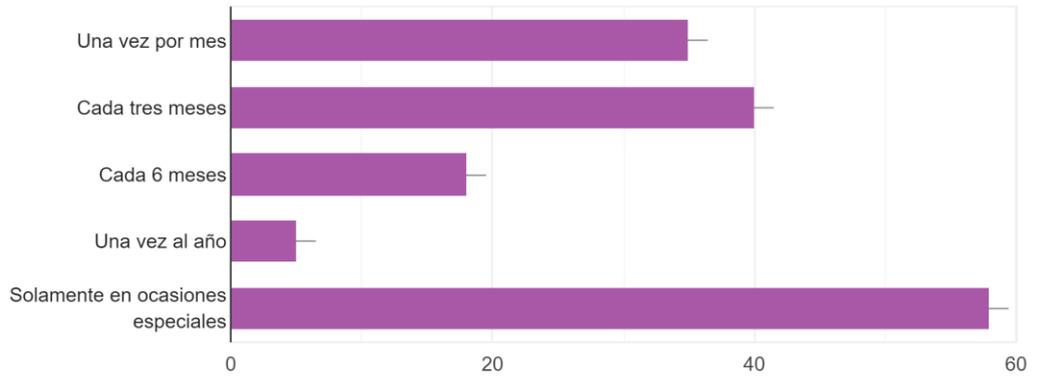


Gráfico 56

14. Respecto a los productos de diseño neuquino ¿Qué aspectos lo/la motivan a comprarlos?

170 respuestas

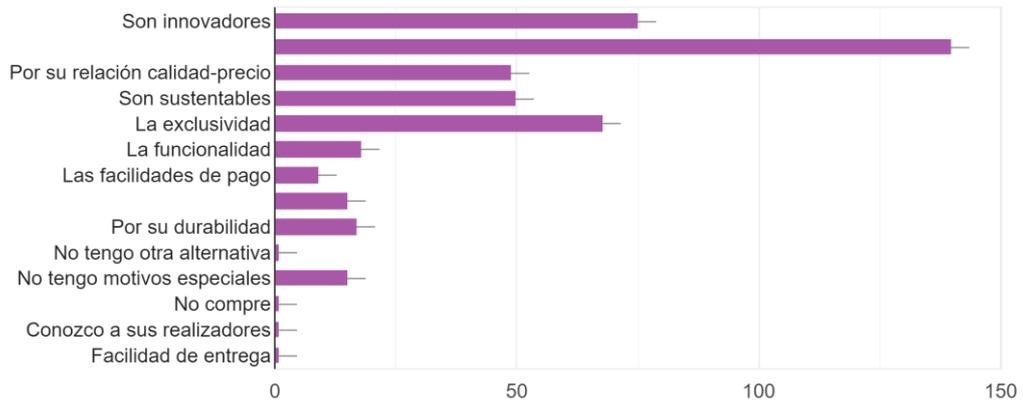


Gráfico 57

15. Respecto a los productos de diseño neuquino ¿Qué aspectos lo/la desalientan a comprarlos?
134 respuestas

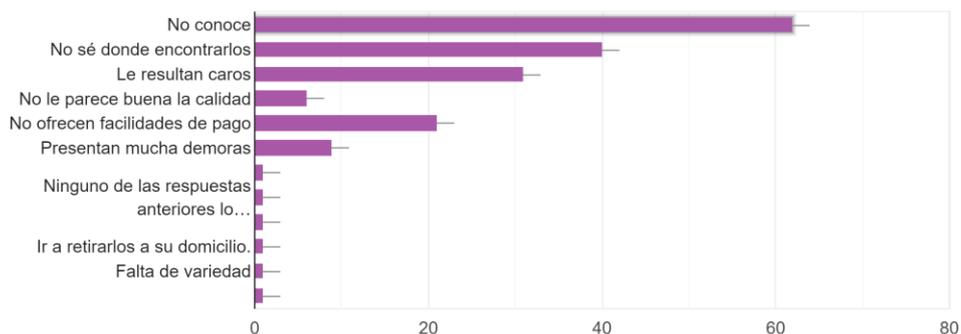


Gráfico 58

16. ¿Contrata servicios de diseñadores/as de Neuquén, como por ejemplo diseñadores gráficos, diseñadores de interiores, diseñadores web, entre otros?
169 respuestas

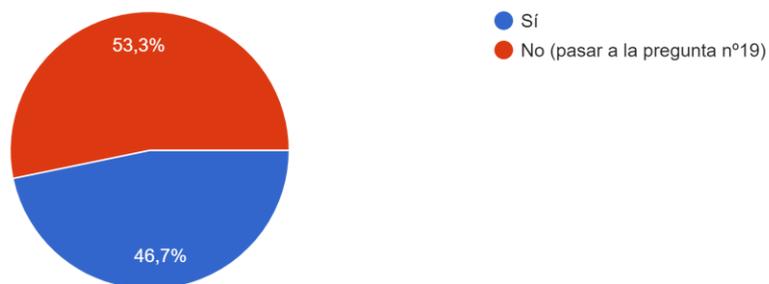


Gráfico 59

17. ¿Qué tipo de servicios de diseño contrata principalmente?

91 respuestas

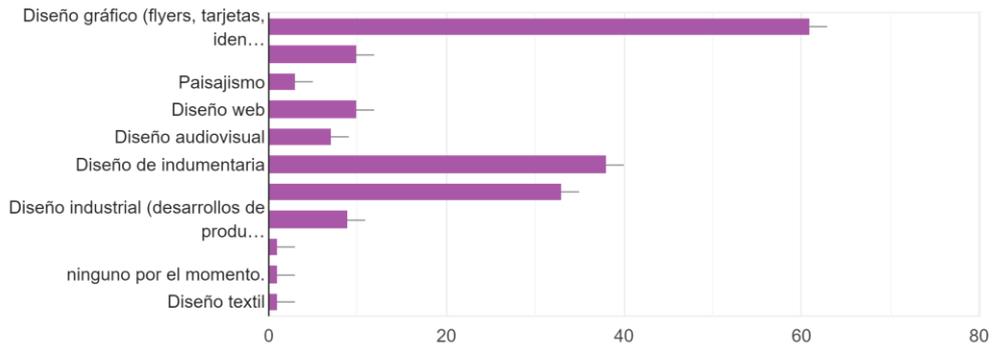


Gráfico 60

18. ¿Con qué frecuencia contrata servicios de diseño neuquino?

90 respuestas

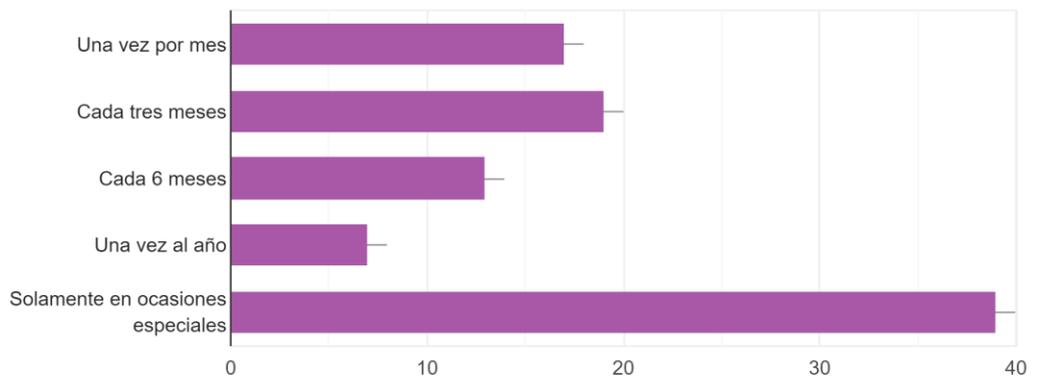


Gráfico 61

19. Respecto a los servicios de diseño neuquino, ¿Cuál considera son los aspectos que alientan su contratación?

156 respuestas

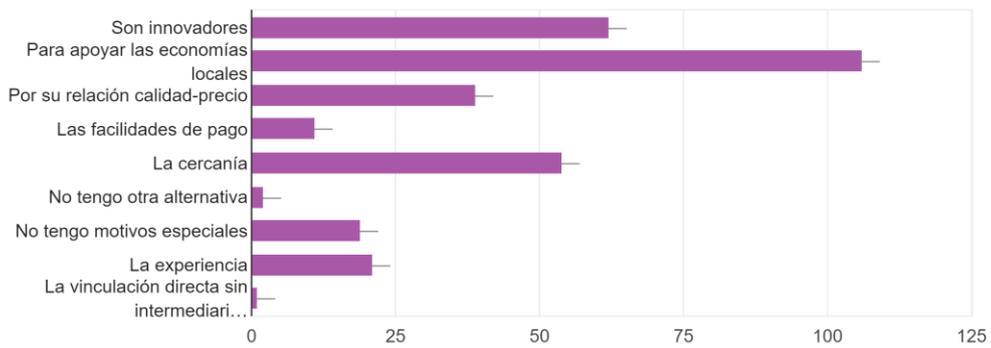


Gráfico 62

20. Respecto a los servicios de diseño neuquino: ¿Cuál considera son los aspectos que impiden su contratación?

142 respuestas

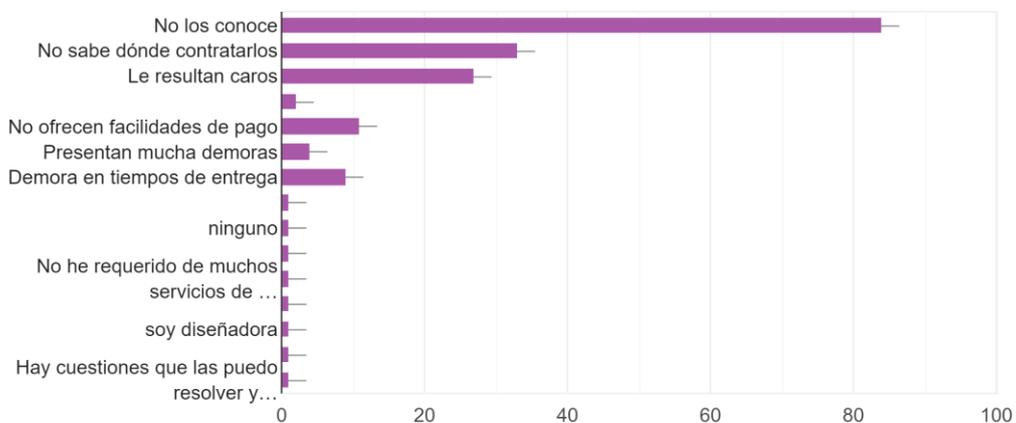


Tabla 1

| 14. Indique en qué disciplina se enmarca su perfil profesional |
|---|
| Consultoría |
| Consultoría |
| Consultoría Diseño Industrial, |
| Consultoría Diseño Industrial, |
| Consultoría Diseño Industrial, |
| Consultoría Investigación Diseño Gráfico, Diseño Web, |
| Consultoría, dirección de empresa |
| Consultoría, Investigación, Diseño de Interiores, Diseño Gráfico, Diseño Audiovisual, Consultoría, Investigación |
| Docencia, Consultoría, Diseño de Indumentaria, |
| Docencia, Investigación, Diseño de Indumentaria, |
| Docencia. Investigación, Diseño de Indumentaria, Diseño de Joyería Mapuche, Diseño de Joyería, Diseño de Piezas de Orfebrería |
| Docencia, diseño de Joyas. |
| Docencia, Diseño de Interiores |
| Docencia Consultoría, Investigación, Diseño de Interiores, |
| Docencia Diseño de Interiores, Diseño Industrial, Arquitectura |
| Docencia Diseño de Interiores, Diseño Industrial, Diseño Gráfico, |
| Docencia Diseño Gráfico |
| Docencia Diseño Gráfico, |
| Docencia Diseño Gráfico, |
| Docencia Diseño Gráfico, Diseño Web, Diseño Audiovisual |
| Docencia, Comunicación |
| Docencia, Diseño Industrial, |
| Docencia, Diseño Industrial, |
| Docencia, Diseño Industrial, |
| Docencia, Diseño Industrial, Diseño de Calzado |
| Docencia, Investigación, Diseño Urbano y Diseño Arquitectónico - Especialidad Edificios para la Salud . |
| Investigación, Diseño Industrial, |

Tabla 2

| | |
|----------------|---|
| Diseño Gráfico | Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Arquigrafía, Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.) |
| Diseño Gráfico | Identidad visual (comunicación, branding, marca), Motion Graphics (diseño de piezas audiovisuales animadas como: branding para canales de televisión, programas de TV, publicidades, entre otros)) |
| Diseño Gráfico | Diseño de Estampados, Afiches, carteles, etiquetas, póster, Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), redes sociales |
| Diseño Gráfico | Equipamiento para Oficinas/Comercio, Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Afiches, carteles, etiquetas, póster |
| Diseño Gráfico | Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques) |
| Diseño Gráfico | Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño Tipográfico (institucional, lectura, lettering) |
| Diseño Gráfico | Diseño de Indumentaria promocional, Diseño Textil, Diseño de Estampados, Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño Tipográfico (institucional, lectura, lettering) |
| Diseño Gráfico | Diseño de Estampados, Diseño web, Aplicaciones móviles, Videojuegos, Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño Tipográfico (institucional, lectura, lettering) |
| Diseño Gráfico | Software, Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño Tipográfico (institucional, lectura, lettering), Fotografía, dirección de arte, animación stop motion |
| Diseño Gráfico | Diseño Textil, Diseño de Estampados, Diseño de Juguetes, Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.) |
| Diseño Gráfico | Diseño web, Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño de espacios interior/exterior |
| Diseño Gráfico | Diseño web, Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.) |
| Diseño Gráfico | Diseño web, Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño Tipográfico (institucional, lectura, lettering) |
| Diseño Gráfico | Diseño de Modelado 3D, Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño Tipográfico (institucional, lectura, lettering) |
| Diseño Gráfico | Diseño de Modelado 3D, Diseño de vehículos (Monociclo, Biciclo, Triciclo, Cuatriciclo), Diseño web, Aplicaciones móviles, Software, Videojuegos, Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño Tipográfico (institucional, lectura, lettering) |
| Diseño Gráfico | Diseño de Estampados, Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Arquigrafía, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño Tipográfico (institucional, lectura, lettering), Diseño de espacios interior/exterior |
| Diseño Gráfico | Diseño de Estampados, Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño Tipográfico (institucional, lectura, lettering) |
| Diseño Gráfico | Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Ilustraciones para emprendimientos |
| Diseño Gráfico | Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición), Identidad visual (comunicación, branding, marca), Afiches, carteles, etiquetas, póster, Papelería (agendas, cuadernos, almanaques), Diseño Editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.), Diseño Tipográfico (institucional, lectura, lettering), Diseño de espacios interior/exterior |

Tabla 3

| | |
|------------------------|--|
| | |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria de trabajo |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Lencería, Diseño de Accesorios/complementos |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Indumentaria Masculina, Diseño de Accesorios/complementos, Diseño Textil |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Estampados |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Calzado Femenina |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Estampados |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria de trabajo, Diseño de Indumentaria promocional, Diseño Textil, Diseño de Estampados |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Indumentaria Masculina, Diseño de Indumentaria Gender Free, Diseño Textil, Diseño de Estampados |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria para Bebé, Diseño de Accesorios/complementos, Diseño de Juguetes |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Indumentaria Masculina, Diseño de Lencería, Diseño Textil |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Indumentaria Masculina, Diseño de Indumentaria Gender Free, Diseño de Indumentaria para Bebé, Diseño de Indumentaria Infantil, Diseño de Lencería, Diseño de Indumentaria Deportiva, Diseño de Accesorios/complementos, Diseño de Estampados |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Indumentaria Masculina, Diseño de Indumentaria para Bebé, Diseño de Indumentaria Infantil, Diseño de Lencería, Diseño de Indumentaria Deportiva, Diseño de Indumentaria de trabajo, Diseño de Indumentaria promocional, Marroquinería, Diseño de Accesorios/complementos, Diseño Textil |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Accesorios/complementos, Diseño Textil, Diseño de Estampados |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Calzado Femenina, Diseño de Calzado Infantil, Marroquinería, Diseño de Accesorios/complementos, Diseño Textil, Diseño de Estampados |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Calzado Femenina |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Indumentaria Gender Free |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Indumentaria Masculina, Diseño Textil, Diseño de Estampados |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina |
| Diseño de Indumentaria | Diseño de Indumentaria Femenina, Diseño de Indumentaria Masculina, Diseño de Lencería, Diseño de Indumentaria Deportiva, Diseño de Indumentaria promocional, Diseño Textil, Diseño de Estampados, Productos industriales, Diseño de Cerámica |
| Diseño de Indumentaria | Joyería Contemporánea, Diseño de Accesorios/complementos, Iluminación |

Tabla 5

| |
|--|
| Indumentaria Femenina |
| Indumentaria Masculina |
| Indumentaria Gender Free |
| Indumentaria Infantil y Bebé |
| Lencería |
| Indumentaria Deportiva |
| Indumentaria de trabajo |
| Calzado Femenina |
| Calzado Masculina |
| Calzado Gender Free |
| Calzado infantil y para Bebé |
| Calzado Deportivo |
| Calzado de trabajo /corporativa |
| Indumentaria promocional Uniformes |
| Marroquinería |
| Joyería Contemporánea |
| Accesorios/complementos |
| Diseño Textil |
| Diseño de Estampados |
| Mobiliario y equipamiento interior y exterior |
| Equipamiento para Oficinas/Comercio |
| Mobiliario y/o Equipamiento para salud, educación. |
| Iluminación interior y exterior |
| Papelería (Agendas, cuadernos, almanaques) |
| Bazar |
| Objetos de decoración |
| Cerámica |
| Juegos, juguetes y equipamientos para niños |
| Máquinas y herramientas de trabajo (para el agro/industria, etc.) |
| Vehículos (Monociclo, Biciclo, Triciclo, Cuatriciclo) |
| Diseño web |
| Diseño de contenidos digitales (campañas , banners, piezas para redes) |
| Aplicaciones móviles |
| Software |
| Videojuegos |
| Packaging (envase,embalaje,sistemas de exhibición) |
| Identidad visual comunicación, branding, marca |
| Afiches, Carteles, Etiquetas, Póster |
| Arquigrafía |
| Diseño Editorial (Impreso / Digital, Diarios, Revistas, Libros, Catálogos, etc.) |
| Diseño Tipográfico (Institucional, Lectura, Lettering, etc.) |
| Material Educativo / Pedagógico (Manuales, Instructivos, Infografías, Juegos) |
| Sistemas De Orientación (Señalética, Mapas) |
| Diseño interiores de vivienda. |
| Diseño interiores de comercios. |
| Diseño interiores institucional (oficinas). |
| Artículos para deporte y recreación |
| Artículos para jardín y mascota |
| Asesoramiento/Investigación |

ANEXO 5 DOCUMENTACIÓN

**Bases y condiciones convocatoria Sello Diseño Neuquino
publicadas en la web de la contraparte**



**Impulsando
la energía creativa
neuquina**

BASES Y CONDICIONES

**PRIMERA CONVOCATORIA
SELLO DE DISEÑO
NEUQUINO 2021**



SELLO DE DISEÑO NEUQUINO

BASES Y CONDICIONES 2021

La Secretaría de Planificación y Acción para el Desarrollo - COPADE del Gobierno de la Provincia del Neuquén, en el marco de las actividades del Centro de Diseño, Creatividad e Innovación del Neuquén, invita a diseñadores/as y creativos/as mayores de 18 años domiciliados/as y/o residentes en la provincia del Neuquén, a participar en la primera Convocatoria del Sello de Diseño Neuquino 2021.

“ Se podría decir que vivimos en un mundo de diseño, estamos rodeados de multitud de productos diseñados y por espacios, servicios, sistemas y experiencias que fueron creadas en respuesta de alguna necesidad física, emocional, social, cultural o económica ”

Rodgers, P. y Milton, A. (2011)



LA IMPORTANCIA DE UN SELLO AL DISEÑO PROVINCIAL

El Gobernador de la Provincia del Neuquén, Sr. Omar Gutiérrez, definió que el impulso de las industrias creativas, mediante la creación y puesta en marcha del Centro de Diseño, Creatividad e Innovación del Neuquén (CDNEU), es un proyecto estratégico para alcanzar el desarrollo provincial deseado, incluido en el Plan Quinquenal 2019-2023.

En este marco, el Centro de Diseño, Creatividad e Innovación del Neuquén (CDNEU), bajo la órbita de la Secretaría del COPADE presenta la primera convocatoria del Sello de Diseño Neuquino 2021.

El objetivo de esta distinción es destacar, legitimar y visibilizar aquellas propuestas de diseño locales que sobresalen en función de su identidad, innovación, aspectos formales, funcionales, tecnológicos y su incidencia social o ambiental, así como por sus abordajes productivos, comerciales y comunicacionales.

La marca Sello de Diseño Neuquino se convertirá en una referencia clave para el público consumidor, el turismo, la industria, el sector público, etc., por la cual ciertos productos y servicios serán distinguidos a partir de los valores que otorga el diseño y su incidencia en el entramado social, cultural y productivo.

Desde el CDNEU entendemos que el diseño es una disciplina central, que contribuye a elevar la competitividad de la economía provincial, y es clave en el desarrollo cultural de la misma, en tanto los productos y servicios de diseño reflejan los valores, identidades y tradiciones, enraizadas en nuestra cultura. El diseño atiende necesidades y deseos, solucionando problemas claves y cotidianos de la sociedad, aporta entre otras cosas a realizar un uso racional de los recursos, a innovar en los procesos productivos, a mejorar la sustentabilidad y generar un proceso de identificación con los productos y servicios.

En tal sentido, estamos seguros, que más allá de los beneficios obtenidos por las y los diseñadores neuquinos, toda la sociedad en su conjunto se verá beneficiada con esta distinción, que generará un crecimiento y desarrollo a través del diseño, en tanto este es *"lo que enlaza la creatividad con la innovación y han sido estos elementos junto con el conocimiento la palanca de desarrollo de la humanidad"*. (Rodgers P. y Milton A.; 2011)

QUIENES PUEDEN PARTICIPAR

Art. 1º:

La convocatoria es abierta y gratuita, pudiendo participar personas físicas o jurídicas de la provincia del Neuquén vinculados al diseño, la creatividad y la innovación.

1.a Podrán ser empresas, estudios, profesionales independientes, profesionales asociados o agrupados, estudiantes, aficionados y/o idóneos/as. (Se considera idóneo/a a toda aquella persona que en función de una experiencia suficiente y constante en la práctica del diseño, la creatividad y la innovación, puede desarrollar a conciencia su actividad profesional).

1.b En el caso de las personas jurídicas, a los efectos de la convocatoria, será considerada titular la persona física que hubiese participado mediante el envío del formulario de participación.

1.c Los y las participantes deberán contar con domicilio/residencia actual en la provincia del Neuquén y acreditar el mismo a través de DNI, servicios a su nombre u otro recurso.

1.d En todos los casos quienes apliquen a la convocatoria deberán ser mayores de 18 años.

1.e No podrán participar personas afectadas a la organización de la convocatoria o comité evaluador de la misma, ni sus familiares directos.

1.f En caso de existir inconsistencias respecto de los datos personales tales como domicilio/residencia, edad y cualquier otro que condicione la participación de los/as postulantes, la organización tendrá la facultad absoluta de decidir sobre la autorización y acceso a la convocatoria, pudiendo además, solicitar a los/las participantes rectificaciones y/o aclaraciones que consideren necesarias.

Art. 2º:

Podrán participar en la convocatoria propuestas de la provincia del Neuquén que se inserten dentro de las siguientes dos categorías:

1. DISEÑO DE PRODUCTOS:

Se incluyen en esta categoría especialidades tales como iluminación, mobiliario, indumentaria, calzado, objetos de decoración, bazar, entre otros.

Productos que enriquecen la calidad de vida en el hogar, el trabajo, el espacio público, etc. Objetos materiales que integran en su creación aspectos formales, funcionales, estéticos, pudiendo ofrecer respuestas a necesidades no satisfechas.

En algunos casos se tratará de productos obtenidos de una producción seriada, mediada por la tecnología y la maquinaria, pero también se incluyen en esta categoría aquellos productos que resultan de series limitadas e incluso piezas únicas, fabricadas a través de técnicas de producción manuales.

2. SERVICIOS DE DISEÑO:

En esta categoría se integran todas aquellas tareas, actividades y puesta en práctica de conocimientos vinculados al diseño con el fin de resolver un problema, satisfacer una necesidad, mejorar un proceso, un espacio, comunicar una idea, entre otros.

Cuando hablamos de servicios estaremos haciendo referencia a aquellas propuestas de diseño que generan principalmente intangibles, es decir, en las cuales los aspectos materiales externos que lo singularizan no son predominantes y la tarea del diseñador o diseñadora se percibe principalmente por los efectos (comunicativos, de confort, etc.) que genera el diseño, como por ejemplo, el diseño de identidades visuales y el diseño de interiores, entre otras prácticas.

2.a Con el fin de obtener la distinción Sello de Diseño Neuquino los/as postulantes deberán presentar diseños (ya sean productos o servicios) realizados dentro de los últimos 5 años, que se inserten en alguna de las siguientes subcategorías:

- Afiches, carteles, etiquetas, póster
- Alfombras
- Arquigrafía
- Artículos para deporte y recreación
- Artículos para jardín y mascotas
- Bazar
- Cerámica
- Calzado de trabajo /corporativo
- Calzado deportivo
- Calzado femenino
- Calzado sin género
- Calzado infantil y para bebé
- Calzado masculino
- Diseño de estampados
- Diseño de textiles
- Diseño de contenidos digitales (campañas, banners, piezas para redes)
- Diseño de piezas audiovisuales
- Diseño editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.)
- Diseño tipográfico (institucional, lectura, lettering, etc.)
- Diseño web
- Diseño interiores de locales comerciales
- Diseño interiores de vivienda
- Diseño de espacios institucionales
- Equipamiento para oficinas/comercio
- Iluminación interior y exterior
- Identidad visual, comunicación, branding, marca
- Indumentaria de trabajo
- Indumentaria deportiva
- Indumentaria femenina
- Indumentaria sin género
- Indumentaria infantil y bebé
- Indumentaria masculina
- Indumentaria promocional - uniformes
- Joyería contemporánea
- Juegos, juguetes y equipamientos para niños y niñas
- Lencería, corsetería
- Marroquinería
- Material educativo/pedagógico (manuales, instructivos, infografías, juegos)
- Máquinas y/o herramientas de trabajo (para el agro/industria, etc.)
- Mobiliario y/o equipamiento interior/exterior
- Mobiliario y/o equipamiento para salud
- Mobiliario y/o equipamiento para educación
- Objetos de decoración
- Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición)
- Papelería (agendas, cuadernos, almanques)
- Sistemas de orientación (señalética, mapas)
- Telar (tradicional, mapuche, maria, entre otros)
- Trajes de baño
- Vehículos (monociclo, bicicleta, triciclo, cuatriciclo)

2.b Las subcategorías anteriormente nombradas deben ser tomadas como referencia, pero no como un listado culminante, pudiendo incluirse en la distinción algunas subcategorías que no hayan sido aquí contempladas.

2.c En el caso de la categoría **Diseño de Productos** independiente de la subcategoría en la que se inserten, los y las postulantes deberán indicar en cuál de los siguientes formatos se incluye su propuesta:

- **Línea de productos:** grupo de productos estrechamente relacionados, ya sea porque satisfacen una misma necesidad o porque se usan conjuntamente. Una línea puede comprender productos de varios tamaños, tipos, materiales, colores, etc.
- **Colección de productos:** conjunto de productos creados con una coherencia interna. La misma puede estar conformada por diversas líneas pero siempre bajo el mismo criterio.
- **Producto/Propuesta única:** desarrollo de un producto/propuesta única, cuyas especificidades de diseño, requisitos técnicos o productivos, suponen un alto nivel de complejidad.

2.d En el caso de la categoría **Diseño de Productos**, se aceptarán productos insertados en el mercado, ya sea en locales propios, showroom, locales de terceros, sitios web; dentro de los últimos cinco años. Se aceptarán propuestas de diseño materializadas (no proyectos, ni prototipos).

2.e En el caso de la categoría **Servicios de Diseño** se aceptarán trabajos efectivamente realizados para algún cliente (no proyectos, tesis, ensayos) dentro de los últimos cinco años.

¿CÓMO PARTICIPAR?

Art. 3º

La presentación deberá realizarse completando el siguiente formulario ¹.

En el mismo se deberán cargar los archivos digitales solicitados en el presente documento. Para ello, se recomienda armar la carpeta de presentación antes de completar la información en el formulario:

<https://forms.gle/m7LFb3mkVLvbD7Vd8>

¹ Para la inscripción será necesario contar con una cuenta de Gmail.

En el formulario se deberá informar los siguientes datos:

- Datos personales tales como nombre, apellido, género, ciudad de residencia/ domicilio y número de DNI.
- Foto del DNI frente y dorso.
- Documentación que demuestre residencia/domicilio en la provincia del Neuquén. Podrá acreditarse a través de foto DNI, impuesto o servicio a nombre del titular.
- Datos de contacto a fin de poder mantener una comunicación fluida con el o la postulante.
- Nombre del emprendimiento, estudio o empresa y nombre de la propuesta que se desea presentar.
- En qué calidad se presenta: estudiante, profesional independiente, representante de una empresa/ estudio, aficionada/o, idónea/a en diseño, etc.
- Categoría en que se inserta la propuesta que desea aplicar (productos o servicios) y la subcategoría.
- En el caso de la categoría diseño de productos se debe señalar en qué formato

se incluye la propuesta: línea, colección o propuesta única.

- Por último se solicita cargar la **presentación de la propuesta**, síntesis conceptual y visual del producto o servicio que se desea presentar. El nombre del archivo deberá ser idéntico al nombre de la propuesta inscrita en el formulario.

La propuesta se presentará a través de un archivo en formato PDF tamaño A4, formato vertical/horizontal, imágenes en 150 Dpi. El PDF deberá ser de 10MB máximo, en caso de superar el peso podrá compartirse un link de descarga. El mismo deberá incluir los siguientes ítems:

Para la categoría DISEÑO DE PRODUCTOS

- **Nombre del producto:** título que exprese lo más claramente posible las características de su producto.
- **Categoría:** diseño de producto.
- **Subcategoría** (ver listado de referencia en las presentes bases y condiciones).
- Indicar si presenta una Línea, Colección o Producto Único.
- **Conceptualización:** descripción de la línea, colección o producto, sus características, aspectos destacados, su valor diferencial. Debe incluir información sobre el proceso de diseño, síntesis del proceso creativo, los beneficios y la relevancia de la propuesta, indicar el valor que genera o aporta (máx. 300 palabras).
- **Información Técnica - Memoria descriptiva:** todos los datos que permitirán al comité evaluador comprender las dimensiones técnicas, tecnológicas y productivas de la línea, colección o producto que desea presentar. Fichas técnicas, especificaciones de materialidad, etc.
- **Información Comercial:** información sobre su inserción o su impacto en el mercado. Desde cuando se comercializa, dónde se comercializa, cliente al que está orientado el producto/servicio, etc.

- **Acciones de difusión y comunicación:** web, redes sociales, etiquetas, packaging y otros.
- **Presentación visual del proyecto:** bocetos, croquis, renders, fotografías, ilustraciones, paneles, y cualquier otro tipo de representación que permitan apreciar en su totalidad la línea, colección o producto.
- **Información complementaria:** toda otra información que considere pertinente argumentar sobre el proyecto y no esté descripta en los puntos anteriores.

Para la categoría SERVICIOS DE DISEÑO

- **Nombre de la propuesta:** título que exprese lo más claramente posible las características del servicio.
- **Categoría:** servicios de diseño.
- **Subcategoría** (ver listado de referencia en las presentes bases y condiciones).
- **Conceptualización:** descripción de la propuesta, sus características, aspectos destacados, su valor diferencial. Puede incluir información sobre el proceso de diseño, síntesis del proceso creativo, los beneficios y la relevancia de la propuesta, indicar el valor que genera o aporta (máx. 300 palabras).
- **Información técnica:** todos los datos que permitirán al comité evaluador comprender las dimensiones técnicas de la propuesta. Planos, especificaciones de materialidad, etc., en caso que corresponda.
- **Información comercial:** perfil del/la cliente objetivo, actividad, valores distintivos, brief, síntesis de la necesidad planteada, etc. Aplicación del proyecto, resultados, etc. Los motivos que provocaron la incorporación de diseño y los objetivos que se plantearon cumplir con el mismo.
- **Presentación visual del proyecto:** láminas, bocetos, croquis, renders, fotografías, ilustraciones, paneles, y cualquier otro tipo de representación que permitan apreciar en su totalidad la propuesta.

- **Información complementaria:** toda otra información que considere pertinente argumentar sobre el proyecto y no esté descripta en los puntos anteriores.

En el Anexo I podrá acceder a información ampliada que guíe la diagramación de su carpeta de presentación.

SOBRE LA EVALUACIÓN

Art 4.º:

El proceso de evaluación y selección de las propuestas será realizado por un comité interdisciplinario que evaluará todas las propuestas más allá de su categoría o subcategoría. El comité evaluador será informado 10 días antes del cierre de la convocatoria por las vías de comunicación oficiales de la Secretaría del COPADE.

Art. 5º:

El comité evaluador tomará como referencia para evaluar los proyectos recibidos los siguientes criterios de evaluación:

5. a.1. Conceptualización

Fundamento conceptual claro y definido. Coherencia de la propuesta, en relación al contexto sociocultural de inserción, la propuesta formal, productiva, etc. Evidencia de una estrategia proyectual de diseño.

5. a.2. Aspectos formales y funcionales

Exploración de posibilidades tipológicas, morfológicas, comunicacionales, etc. Evidenciar búsquedas estéticas diferenciadas. Incorporar nuevos lenguajes expresivos como valor agregado. Lógica formal que da sentido y valor estético al diseño. Generación de recursos morfológicos originales en cuanto a variables geométricas,

cromáticas, etc. Adecuación del diseño a la función específica declarada. Apropia relación entre la propuesta y el/la usuario/a o destinatario/a.

5. a.3 Recursos, tecnología, y materiales

Búsqueda de recursos, materiales y procesos. Uso, aplicación y selección novedosa y original. Factibilidad constructiva y funcional. Perfección técnica y excelencia en la calidad final. Adecuación de la propuesta a los recursos técnicos locales disponibles. Exploración de recursos técnicos y materiales artesanales.

5. a.4. Identidad

Inclusión de lenguajes que dialoguen con el entorno cultural local. Búsqueda, recuperación y aplicación de recursos formales, comunicacionales productivos y técnicos, que caracterizan y diferencian a la identidad neuquina.

5. a.5 Creatividad e innovación

Reflejar ideas creativas y originales que aporten soluciones de manera única y diferenciada. Aporte o mejora significativa respecto a propuestas correlativas existentes en el mercado.

5. a.6 Sustentabilidad e impacto social

Mostrar compromiso con el ambiente en el uso racional, pertinente y responsable de insumos, materias primas y procesos productivos. Demostrar alcance, efectos e impacto de la propuesta a nivel socio comunitario. Realizar un aporte cualitativo en términos de calidad de vida, beneficios para el usuario y la sociedad.

5. a.7 Mercado y comunicación

Adecuación de la propuesta a los parámetros establecidos en el mercado. Factibilidad comercial. Comprensión del contexto sociocultural de inserción y trabajo coherente

con el mismo. Correcta difusión de la propuesta a través de los diversos recursos disponibles.

5.a.8. Normativas

Respeto por los derechos de autor y registros de productos. Registro de productos y marcas, adecuación del producto a normativas vigentes. Originalidad y respeto por los derechos de autor y registros de productos.

En el marco de las normativas vigentes que protegen los derechos de autor, el registro de productos y marcas y la originalidad, las propuestas que sean presentadas por los/las participantes serán consideradas de su propia autoría, por lo que en caso de existir copia, imitación, réplica, reproducción y/o falsificación de un producto y/o servicio ya existente, los/las participantes serán totalmente responsables de cualquier reclamo y/o acción que se origine como consecuencia de derechos de autoría, propiedad intelectual o registros de patentes, liberando a la organización, a la Secretaría del COPADE y al Gobierno de la Provincia del Neuquén de todo tipo de responsabilidades o daños que surjan como consecuencia de ello.

5.b. En relación a la metodología para analizar las propuestas, la evaluación se realizará a través de una planilla virtual donde cada miembro del comité evaluador otorgará un puntaje del 1 al 5 en cada una de los criterios de evaluación mencionados indicando:

- 1 = no se cumple el criterio.
- 2 = se cumple el criterio insuficientemente.
- 3 = se cumple el criterio.
- 4 = los criterios se cumplen satisfactoriamente.
- 5 = los criterios se cumplen de manera excelente.

5.c. Cada criterio de evaluación posee un puntaje de ponderación, es decir un peso específico en la nota final distinto, en función del perfil de la convocatoria y el tipo de proyectos que busca potenciar.

Será necesario para obtener la distinción alcanzar un 60 por ciento del puntaje máximo.

5.d. Durante el periodo de control de admisibilidad, el ente organizador podrá reubicar una propuesta si considera que la misma debe encuadrarse en otra subcategoría, notificando a la persona responsable de la propuesta dicha modificación.

5.e. Culminada la evaluación, el comité determinará las propuestas seleccionadas, exponiéndose en un acta. La misma estará debidamente fundamentada y será publicada en el portal institucional del ente organizador.

5.f. Finalizada la instancia de evaluación se enviará una notificación a todas las propuestas participantes que no fueran seleccionadas, donde se fundamentará por qué no alcanzaron los puntajes necesarios. Esta será enviada a cada postulante, al mail informado en la inscripción, junto con la planilla donde consta el puntaje que obtuvo en la evaluación.

5.g. El comité evaluador puede otorgar otras menciones especiales (sin adjudicación del Sello).

5.h. El fallo del comité evaluador es inapelable.

5.i. El comité evaluador distinguirá a todas las propuestas que alcancen los requisitos establecidos, sin quedar estipulado un número mínimo ni máximo de propuestas que obtengan el Sello de Diseño Neuquino.

5.j. En caso de que alguno de los miembros del comité evaluador estuviese imposibilitado de cumplir con su rol por razones fundadas se designará un nuevo miembro en su reemplazo.

SOBRE LOS BENEFICIOS DE CONTAR CON EL SELLO DE DISEÑO NEUQUINO

Art.6°:

Las personas representantes de las propuestas de diseño, que resulten adjudicatarios del sello, accederán a una serie de beneficios, cuyo principal objetivo es potenciar el sector de diseño local, aportando a su visibilidad y reconocimiento. A saber:

- Formar parte de un catálogo de productos y servicios distinguidos que será publicado por el ente organizador;
- Participar en las diversas oportunidades de difusión, visibilidad, comercialización etc., que desde el ente organizador se generen;
- Contar con un espacio asegurado en los eventos sectoriales organizados por el ente organizador o en los cuales el mismo sea invitado;
- Obtendrá aval para participar en ferias, desfiles y exposiciones a nivel nacional e internacional;
- Acceder a capacitaciones;
- Obtener asesoramiento financiero personalizado;
- Otros que se generen a posterior que serán publicadas en la web de la Secretaría del COPADE.

6.a La distinción del Sello de Diseño Neuquino no contempla ninguna retribución económica por parte de la Secretaría del COPADE ni de ningún otro organismo del Gobierno de la Provincia del Neuquén.

Art.7°:

Los productos y servicios que hayan sido reconocidos con la distinción contarán con el material de comunicación que se les otorgue desde el ente organizador que da cuenta de dicha distinción.

Art. 8°:

La distinción se otorga sobre los productos o servicios, no sobre las personas, empresas y estudios. Por lo cual una vez obtenida, la misma tendrá validez para ese producto y servicio de por vida, no siendo necesario ser renovada, salvo sufra modificaciones significativas. Podrán presentarse en cada llamado más de una propuesta y cada año nuevas propuestas para aplicar.

Art. 9°:

La participación en el Sello de Diseño Neuquino se registrará por el siguiente cronograma:

9.a Desde el 1 de marzo al 15 de abril a las 15hs se recibirán las postulaciones que aspiren a participar de la presente convocatoria.

9.b Entre el 19 de abril y el 23 de abril se realizará el control de admisibilidad de las postulaciones. Se revisará que las propuestas cumplan con los requisitos previstos, notificando en ese lapso a quienes hayan sido aceptados como participantes o en el caso de existir vicios subsanables.

9.c Entre el 26 de abril y el 11 de mayo el comité evaluará las propuestas presentadas, informándose el dictamen a través de un acta el día 17 de mayo.

9.d Instancias de consulta virtual: 12, 19, 26 de marzo y 9 de abril. Se publicará información sobre la plataforma y horario en las redes del ente organizador.

9.e Toda la información se dará a conocer en el portal institucional del ente organizador, en sus redes sociales y a través del mail institucional.

SOBRE LAS RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES

Art. 10°:

Todo participante se compromete a respetar:

- a) A la organización emisora del Sello de Diseño Neuquino;
- b) A las personas miembro del comité evaluador;
- c) A las decisiones que el comité evaluador tome;
- d) A las y los demás participantes.

10.a Los y las participantes no podrán utilizar recursos - de cualquier tipo- que desprestigian a los actores nombrados, al fallo del comité evaluador y a las decisiones que la organización disponga.

10.b Los y las postulantes, para aplicar a la convocatoria del Sello de Diseño Neuquino, no podrán establecer contacto con los miembros del jurado antes, durante y posterior a la evaluación, en temas relacionados con el certamen. Cualquier anomalía será causa de descalificación del/la participante.

Art. 11°:

Las y los participantes deberán ser autores intelectuales de las propuestas presentadas y deberán contar con los derechos necesarios sobre los mismos para participar en la convocatoria.

11.a La presentación del formulario implica que el contenido proporcionado no viola los derechos de propiedad intelectual de terceros.

11.b La Secretaría del COPADE del Gobierno de la Provincia del Neuquén, no se hace responsable por cualquier problema en relación a derechos de autor y autoría del/los producto/s y servicio/s.

Art. 12°:

Los datos personales e imágenes suministradas para la convocatoria podrán ser utilizados por la Secretaría del COPADE con fines de promoción, divulgación y publicidad con duración indefinida y en cualquier medio de comunicación que sea necesario. Los y las participantes prestan expreso consentimiento a la Secretaría para el tratamiento y uso de la información suministrada con motivo de la convocatoria. (Ley de Protección de Datos Personales 25.326)

Art. 13°:

Cualquier situación no prevista durante el desarrollo o como resultado de la convocatoria que no esté contemplada en el presente reglamento será resuelta por los miembros del comité evaluador y/o por el ente organizador de la convocatoria, según sea su índole. Las decisiones que se adopten serán definitivas e inapelables.

Art. 14°:

La participación en la convocatoria del Sello de Diseño Neuquino implica la aceptación de las presentes bases y condiciones. La presentación del formulario y la carpeta tendrán efectos de declaración jurada en relación a todos los datos allí presentados.

Por dudas o comentarios se podrán contactar escribiendo a: cdneu@neuquen.gov.ar

ANEXO I

GUÍA PARA LA PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

A continuación se sugiere una guía con información importante para el armado de la presentación de la propuesta. La misma deberá contar con imágenes, láminas gráficas e informativas que permitan al comité evaluar la propuesta en su totalidad.

En la presentación visual puede incluir información de la propuesta tales como bocetos, croquis, renders, fotografías, ilustraciones, paneles y cualquier otro tipo de representación que permitan apreciar en su totalidad la línea, colección o producto que desea presentar. Incluir al menos una imagen de la propuesta con fondo blanco en 150 Dpi.

Información complementaria: se podrá agregar toda otra información que considere pertinente para argumentar el proyecto y no esté descrita en los puntos anteriores.

1. Para la categoría DISEÑO DE PRODUCTOS:

- Nombre del producto: título que exprese lo más claramente posible las características de su producto.
- Año de creación del producto.
- Categoría: diseño de producto.
- Subcategoría: (ver listado de referencia en las presentes bases y condiciones)
- Indicar si presenta una Línea, Colección o Producto Único.
- Equipo: personas que intervienen en el proceso de creación y fabricación del producto y los distintos roles que ocupan (apellido y nombre, edad, género, domicilio/residencia, etc.).

1.a. Propuesta conceptual:

- Descripción de la propuesta de valor del producto, colección o línea. Es importante destacar qué diferencia al producto dentro del mercado en el que se inserta (máx. 300 palabras).

- Necesidad/problemática que satisface y resuelve.
- Proceso creativo: cómo se desarrolla la creación del producto. Por ejemplo: inspiración, bajada conceptual de dicha inspiración, definición del producto o línea de producto, desarrollo de matriceria/molderia, selección de materiales, pruebas o muestras hasta llegar al producto definitivo, fabricación (máx. 300 palabras).
- Impacto social: mencionar si el producto resuelve alguna problemática social, como por ejemplo perspectiva de género, educación, salud, entre otras (máx. 300 palabras).
- Impacto ambiental: describir si el producto resuelve problemáticas ambientales que impliquen por ejemplo el reciclado/reutilización de materiales, materia prima procedente de recursos renovables/sustentables, reducción de energía, agua y materiales (máx. 300 palabras).

1.b Información técnica: características técnicas del producto:

- Materialidad: principales materias primas utilizadas y su procedencia (local, nacional, importado).
- Dibujo técnico/geometral con dimensiones aproximadas (alto, ancho, peso).
- Funcionalidad.
- Fabricación: etapas del proceso de fabricación del producto/s y técnicas/tecnologías que se implementan en tal proceso.
- Equipamiento utilizado: maquinaria y/o herramientas utilizadas en el proceso de fabricación.

1.c Mercado - comercialización:

- Cliente: descripción del segmento o nicho de mercado que consume el producto o línea de productos. Edad, género, ubicación geográfica (local, regional, nacional y/o internacional) y aquella información que haya detectado en sus clientes como

- por ejemplo, profesión u ocupación, nivel socio-cultural, nivel económico, etc.
- Canales de comercialización: mencionar los principales canales de venta del producto.
- Acciones de difusión de sus productos: links de las principales redes sociales de difusión de sus productos, packaging, etiquetas, entre otros.
- Tiempo de presencia en el mercado: desde cuando comercializa sus productos.

2. Para la categoría SERVICIOS DE DISEÑO:

- Nombre del servicio: título que exprese lo más claramente posible las características de su servicio.
- Año de creación del servicio.
- Categoría: servicios de diseño.
- Subcategoría: (ver listado de referencia en las presentes bases y condiciones)
- Equipo: personas que intervienen en el proceso de creación y fabricación del producto; y los distintos roles que ocupan (apellido y nombre, edad, género, domicilio/residencia, etc.).

2.a Propuesta conceptual: describir de forma detallada las características del servicio:

- Descripción de la propuesta del servicio: de qué se trata el servicio de diseño ofrecido o solicitado (máx. 300 palabras).
- Necesidad/problemática que satisface y resuelve.
- Proceso creativo: cómo se desarrolla la prestación del servicio. Por ejemplo: inspiración, bajada conceptual de dicha inspiración, definición de las características visuales del servicio, toma de partido (máx. 300 palabras).
- Impacto social: mencionar si el servicio resuelve alguna problemática social, cómo por ejemplo perspectiva de género, educación, salud, entre otras (máx. 300 palabras).
- Impacto ambiental: mencionar si el servicio resuelve problemáticas ambientales que impliquen por ejemplo el reciclado/reutilización de materiales, materia prima

procedente de recursos renovables/sustentables, reducción de energía, agua y materiales (máx. 300 palabras).

2.b Información técnica: características técnicas del servicio de diseño:

- Materialidad: principales materias primas e insumos utilizados y su procedencia (local, nacional, importado).
- Dimensiones aproximadas.
- Funcionalidad.
- Desarrollo de la prestación del servicio: etapas del proceso de trabajo con el cliente, si requiera fabricación de algún componente, impresión, montaje, edición, entre otros.
- Equipamiento utilizado: maquinaria y/o herramientas utilizadas en la prestación del servicio.

2.c Mercado - Comercialización:

- Cliente/comitente: descripción del/la cliente que solicitó el servicio de diseño (edad, género, ubicación geográfica) y aquella información que haya detectado en su cliente como por ejemplo, profesión u ocupación, nivel socio-cultural, nivel económico, etc.
- Canales de comercialización: principales canales de venta del servicio.
- Links de principales redes de difusión de sus servicios.
- Tiempo de presencia en el mercado: desde cuando ofrece sus servicios de diseño.

Por dudas o comentarios se podrán contactar escribiendo a:
cdneu@neuquen.gov.ar



Neuquino



Formulario de Inscripción - Convocatoria del Sello Diseño Neuquino 2021

La Secretaría de Planificación y Acción para el Desarrollo - COPADE del Gobierno de la Provincia del Neuquén, en el marco de las actividades del Centro de Diseño, Creatividad e Innovación del Neuquén, invita a diseñadores/as y creativos/as mayores de 18 años domiciliados/as y/o residentes en la provincia del Neuquén, a participar en la primera Convocatoria del Sello Diseño Neuquino 2021. El objetivo el Sello de Diseño Neuquino es destacar, legitimar y visibilizar aquellas propuestas de diseño locales que sobresalen en función de su identidad, innovación, aspectos formales, funcionales, tecnológicos, su incidencia social y ambiental así como por sus abordajes productivos, comerciales y comunicacionales.

Importante: antes de completar el presente formulario, asegúrese de tener la documentación requerida y detallada en las bases y condiciones:

- DNI digitalizado
- Servicio o factura a su nombre que acredite residencia/domicilio en la provincia del Neuquén
- Carpeta de presentación (según especificaciones del Artículo nº3 y Anexo I

de las Bases y Condiciones)

Link Bases y Condiciones

<https://www.copade.gob.ar/convocatoria-sello-de-diseno-2021/>

Cronograma:

- Convocatoria abierta desde el 01/03/2021 al 15/4/2021
- Control de admisibilidad: 19/4/2021 al 23/4/2021
- Evaluación de las propuestas entre el 27/4/2021 y el 11/5/2021
- Anuncio de propuestas distinguidas: 17/5/2021

Instancias de consulta virtual, viernes 12, 19, 26 de marzo y 9 de abril.
Al completar el presente formulario se deja constancia que se aceptan las bases y condiciones de la presente convocatoria. Para más información, ingresar www.copade.gob.ar
Contacto por dudas y consultas: cdneu@neuquen.gov.ar

He leído las Bases y Condiciones de la Convocatoria.
Para acceder a las bases y condiciones ingresar en <https://www.copade.gob.ar/convocatoria-sello-de-diseno-2021/>

Datos Personales

Apellido de la persona representante/responsable de la propuesta:

Nombre de la persona representante/responsable de la propuesta:

Género

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no responder
- Otra

Número de DNI

DNI frente y dorso (formato JPG o PDF)

- Añadir archivo

Documento que acredite residencia en la provincia - DNI, impuesto o servicio

a su nombre, u otro (Formato JPG o PDF)

- Añadir archivo

Mail de contacto

Teléfono de contacto

Localidad

| | |
|------------------|--------------------|
| Neuquén capital | Copahue |
| Aguada San Roque | Covunco Abajo |
| Aluminé | Coyuco |
| Andacollo | Cutral Co |
| Añelo | El Cholar |
| Bajada del Agrio | El Huecú |
| Barrancas | El Sauce |
| Buta Ranquil | Guañacos |
| Caviahue | Huinganco |
| Centenario | Junín de los Andes |
| Chorriaca | Las Coloradas |
| Chos Malal | Las Lajas |
| Cochico | Las Ovejas |

Loncopué
Los Catutos
Los Chihuidos
Los Miches
Manzano Amargo
Mariano Moreno
Octavio Pico
Paso Aguerre
Picún Leufú
Piedra del Aguila
Pilo Lil
Plaza Huincul
Plottier
Quili Malal
Ramón castro
Rincón de los
Sauces
San Martín de los
Andes

San Patricio del
Chañar
Santo Tomás
Sauzal Bonito
Senillosa
Taquimilán
Tricao Malal
Varvarco
Villa del Curí Leuvú
Villa del Nahueve
Villa del Puente
Villa El Chocón
Villa La Angostura
Villa Pehuenia
Villa Trafal
Vista Alegre
Zapala
Otra...

Se presenta en calidad de

- Representante de una empresa/ estudio
- Profesional independiente
- Estudiante
- Aficionada/o - idóneo/a en diseño

Sobre la propuesta

Indicar en qué categoría se inserta la propuesta que desea postular:

- Diseño de producto
- Servicios de diseño

Indicar en que subcategoría se inserta la propuesta que desea postular:

| | | |
|---|-----------------------------------|----|
| Accesorios y complementos | Calzado | de |
| Afiches, carteles, etiquetas, póster | trabajo/corporativo | |
| Alfombras | Calzado deportivo | |
| Arquigrafía | Calzado femenino | |
| Artículos para deporte y recreación | Calzado sin género | |
| Artículos para jardín y mascotas | Calzado infantil y para bebé | |
| Bazar | Calzado masculino | |
| Cerámica | Diseño de estampados | |
| | Diseño de textiles | |
| | Diseño de contenidos digitales | |

| | |
|--|---|
| (campañas, banners, piezas para redes) | Lencería, corsetería |
| Diseño de piezas audiovisuales | Marroquinería |
| Diseño editorial (impreso/digital, diarios, revistas, libros, catálogos, etc.) | Material educativo/pedagógico (manuales, instructivos, infografías, juegos) |
| Diseño tipográfico (institucional, lectura, lettering, etc.) | Máquinas y/o herramientas de trabajo (para el agro/industria, etc.) |
| Diseño web | Mobiliario y/o equipamiento interior/exterior |
| Diseño interiores de locales comerciales | Mobiliario y/o equipamiento para la salud |
| Diseño interiores de vivienda | Mobiliario y/o equipamiento para la educación |
| Diseño de espacios institucionales | Objetos de decoración |
| Equipamiento para oficinas/comercio | Packaging (envase, embalaje, sistemas de exhibición) |
| Iluminación interior y exterior | Papelería (agendas, cuadernos, almanaques) |
| Identidad visual, comunicación, branding, marca | Sistemas de orientación (señalética, mapas) |
| Indumentaria de trabajo | Telar (tradicional, mapuche, maría, entre otros) |
| Indumentaria deportiva | Trajes de baño |
| Indumentaria femenina | Vehículos (monociclo, biciclo, triciclo, cuatriciclo) |
| Indumentaria sin género | |
| Indumentaria infantil y bebé | |
| Indumentaria masculina | |
| Indumentaria promocional/uniformes | |
| Joyería contemporánea | |
| Juegos, juguetes y equipamientos para niños/as | |

Nombre de su empresa/estudio/emprendimiento:

Redes sociales del emprendimiento/propuesta:

Nombre de la propuesta que desea postular:

En el caso de la categoría "Diseño de Productos" indicar en cuál de los siguientes formatos se incluye su propuesta

- Línea de productos
- Colección
- Producto o propuesta única

Cargar la presentación de su propuesta (ver características en las bases y condiciones)

- Añadir archivo

En caso de no poder cargar su propuesta en el punto anterior puede consignar un link a una carpeta de drive, donde esté cargada la presentación

de su propuesta . Recuerde consignar permisos para cualquiera que recepcione el link y no bajar el archivo hasta anunciado los resultados. *

Aceptación Bases y Condiciones Descripción (opcional)

:

He leído y acepto las "Bases y Condiciones" de la presente convocatoria.

Por medio de la presente, dejo constancia que he leído y acepto las bases y

condiciones de la presente convocatoria

ANEXO 6 CONVOCATORIA ABIERTA

Gestión de prensa realizada por la contraparte

En relación a la difusión en los medios masivos de comunicación se gestionaron 6 notas durante la etapa de convocatoria, y una nota una vez conocidos los proyectos beneficiados con el sello.

- <https://www.neuqueninforma.gob.ar/tag/sello-de-diseno-neuquino/>

- <https://www.zapala.gob.ar/ultimas-horas-para-participar-por-el-sello-de-diseno-neuquino/>
- <https://sanmartininforma.gob.ar/2021/03/25/convocatoria-publica-y-gratuita-del-sello-de-diseno-neuquino/>
- <https://noticiasnqn.com.ar/actualidad/copade-lanza-la-convocatoria-para-el-sello-de-diseno-neuquino.htm>
- <https://www.diarioneuquino.com.ar/2021/04/12/ultimos-dias-para-sumarse-a-la-convocatoria-por-el-sello-de-diseno-neuquino/>
- <https://www.mejorinformado.com/suplemento-vivo/2021/4/8/un-sello-que-diga-hecho-en-neuquen-76097.html>
- <https://www.rionegro.com.ar/la-lista-de-los-creativos-que-recibiran-la-distincion-del-sello-de-diseno-neuquino-2021-1824925/>

Documento para Difusión: Preguntas Frecuentes

Link a la web de contraparte donde ver el documento

<https://www.copade.gob.ar/convocatoria-sello-de-diseno-2021/>

PREGUNTAS FRECUENTES - SELLO DE DISEÑO NEUQUINO

1) ¿Qué es el Sello Diseño Neuquino?

Una distinción a productos y servicios de diseño locales que otorga el Centro de Diseño, Creatividad e Innovación del Neuquén (CDNEU), perteneciente a la Secretaría de Planificación y Acción para el Desarrollo – COPADE del Gobierno de la Provincia del Neuquén.

2) ¿Cuál es el objetivo del Sello de Diseño Neuquino?

El Sello de Diseño Neuquino destaca, legitima y visibiliza aquellas propuestas de diseño local que sobresalen en función de su identidad, innovación, aspectos formales, funcionales, tecnológicos y su incidencia social o ambiental, así como por sus abordajes productivos, comerciales y comunicacionales.

3) ¿Quiénes pueden participar?

Pueden participar personas físicas (mayores de 18 años) o jurídicas con domicilio y/o residencia en la provincia del Neuquén vinculados al diseño, la creatividad y la innovación.

4) ¿Soy parte de un colectivo de diseñadores/as? ¿Puedo participar?

Sí, podrán participar profesionales independientes o profesionales asociados,

empresas o estudios. A los fines prácticos de la convocatoria, será
38

considerada titular la persona física que complete el formulario de participación pero será necesario detallar quiénes forman parte de la propuesta.

5) No tengo título profesional ¿Puedo participar?

Sí, podrán participar estudiantes, aficionados/as y/o idóneos/as vinculados al diseño y artesanías.

6) Soy extranjero/a pero resido en Neuquén, ¿Puedo participar?

Sí, pero deberás acreditar residencia dentro de la provincia del Neuquén. La documentación que deberás presentar podrá ser DNI o un servicio a tu nombre.

7) ¿Qué propuestas de diseño pueden postularse?

Podrán aplicar por la distinción Sello Diseño Neuquino propuestas que se inserten en las categorías DISEÑO DE PRODUCTOS o SERVICIOS DE DISEÑO. Los diseños (ya sean productos o servicios) deberán insertarse en alguna de las subcategorías detalladas en las bases y condiciones.

8) ¿Qué incluye la categoría Diseño de Productos?

Se incluyen en esta categoría productos que enriquecen la calidad de vida en el hogar, el trabajo, el espacio público, etc. Objetos materiales que integran en

su creación aspectos formales, funcionales, estéticos, pudiendo ofrecer respuestas a necesidades no satisfechas.

Se incluyen especialidades tales como iluminación, mobiliario, indumentaria, calzado, objetos de decoración, bazar, entre otras.

9) ¿De qué manera pueden presentarse las propuestas en la categoría Diseño de Productos?

Deberá indicarse si la propuesta corresponde a una Línea de productos, una Colección de productos o a un Producto/Propuesta única.

10) ¿Qué incluye la categoría Servicios de Diseño?

Se incluyen todas aquellas tareas, actividades y puesta en práctica de conocimientos vinculados al diseño con el fin de resolver un problema, satisfacer una necesidad, mejorar un proceso, un espacio, comunicar una idea, entre otras.

Se incluyen en esta categoría el diseño de identidades visuales, diseño de interiores, entre otras prácticas.

11) ¿Qué pasa si mi propuesta no se ajusta a una única subcategoría?

En el formulario de inscripción deberás mencionar todas las sub categorías, especificando la que prevalece.

12) ¿Qué propuestas quedan excluidas de la convocatoria?

No podrán participar propuestas que no hayan sido materializadas, prototipos,

tesis ni ensayos.

13) ¿Cómo hago para participar? ¿Dónde se realiza la inscripción?

Para postularse a la distinción Sello Diseño Neuquino se deberán seguir los siguientes pasos

39

a. Preparar la presentación en formato digital PDF que describa y muestre el producto o servicio que se desea postular (ver detalles en bases y condiciones).

b. Tener en formato digital foto DNI (frente y dorso).

c. Tener en formato digital documento o servicio que acredite lugar de residencia/domicilio dentro de la provincia del Neuquén.

d. Completar el formulario, cargar la documentación y la propuesta.

Importante: para completar el formulario deberás contar con una cuenta de Gmail.

14) ¿Con cuántas propuestas puedo participar?

Podrás presentar la cantidad de propuestas que quieras. Deberán ser propuestas realizadas dentro de los últimos 5 años. Por cada propuesta se deberá realizar una postulación independiente, completando la documentación de la persona representante y la carpeta digital.

15) ¿Cómo puedo consultar si tengo dudas en el armado de mi presentación?

Los días 12, 19, 26 de marzo y 9 de abril se realizarán consultas virtuales para todas aquellas personas que necesiten asesoramiento para participar.

La

plataforma y horarios serán comunicados por la web y redes sociales de la Secretaría. Puedes inscribirte a los encuentros enviando un mail a cdneu@neuquen.gov.ar

16) ¿Qué se recomienda para armar la presentación?

Postular tus propuestas de diseño más destacadas, aquellas que más representen tu identidad como creador/a.

Elegir imágenes variadas, de buena calidad, que muestren los diversos aspectos de tu producto o servicio. No existe un límite máximo ni mínimo de imágenes para insertar en tu presentación pero sí deberás tener en cuenta no excederte del peso del archivo (10MB) y seleccionar aquellas imágenes que le permitan al comité evaluador analizar tu propuesta de la mejor manera y en detalle posible.

Incluir información relevante sobre tu propuesta: procesos, materiales, técnicas, detalles, aspectos diferenciadores, entre otros.

Diagramar de manera ordenada toda la información. Para ello puedes seguir la guía presentada en el Anexo I de las bases y condiciones de la convocatoria.

No utilizar recursos decorativos innecesarios

17) ¿La presentación debe ser digital?

Sí, la presentación debe enviarse a través de un formato digital en archivo PDF. Podrás subirla en el formulario de inscripción o bien compartir, en el formulario, el link de la carpeta drive. La misma deberá contar con los permisos necesarios para acceder a toda la información.

18) ¿En qué programas puedo armar la presentación?

40

Podrás utilizar programas como Illustrator, Corel, Indesign, Word, presentaciones de Google, Canvas, entre otros.

19) ¿Qué pasa si envío mal mi presentación? ¿Qué pasa si no adjunté toda la documentación?

Entre el 19 de abril y el 23 de abril se realizará el control de admisibilidad de las propuestas postuladas. Se revisará que las mismas cumplan con los requisitos establecidos en las bases y condiciones. En el caso de que haya errores subsanables o falta de documentación, se notificará al titular de la inscripción vía correo electrónico para remediar la situación.

20) ¿Cuándo puede ser rechazada mi postulación?

Algunos de los motivos por los cuales una postulación podrá ser rechazada durante, la instancia de admisibilidad pueden ser: que la propuesta no se inserte en ninguna de las categorías previstas, no cumplir con los requisitos de edad/residencia/domicilio establecidos, que la presentación esté incompleta, instancias en las que no se respeten los derechos de autor, entre otros. En cualquier caso, se notificará a la persona responsable de la postulación vía correo electrónico.

21) ¿Quiénes evaluarán las propuestas?

El proceso de evaluación y selección de las propuestas será realizado por un comité interdisciplinario que evaluará todas las propuestas más allá de su categoría o subcategoría. El mismo será informado 10 días antes del cierre de

la convocatoria, en las redes y página institucional de la Secretaría.

22) ¿Cuáles son los criterios de evaluación?

Conceptualización

Aspectos formales y funcionales

Recursos, tecnología, y materiales

Identidad

Creatividad e innovación

Sustentabilidad e impacto social

Mercado y comunicación

Normativas: respeto por los derechos de autor y registros de productos

Cada criterio de evaluación posee un puntaje de ponderación, es decir un peso específico en la nota final distinto.

23) ¿Cómo será el proceso de evaluación?

Cada miembro del comité evaluador, otorgará un puntaje del 1 al 5 en cada

una de los criterios de evaluación mencionados indicando:

1 = no se cumple el criterio

2 = se cumple el criterio insuficientemente

3 = se cumple el criterio

4 = los criterios se cumplen satisfactoriamente

5 = los criterios se cumplen de manera excelente

41

Será necesario para obtener la distinción alcanzar un 60 por ciento del puntaje máximo posible.

24) ¿Cuántas propuestas serán seleccionadas?

El comité evaluador distinguirá a todas las propuestas que alcancen los requisitos establecidos, sin quedar estipulado un número mínimo ni máximo de propuestas que obtengan el Sello de Diseño Neuquino.

25) Si mi propuesta ya participó de un festival, muestras, concursos: ¿puede participar?

Sí, puede participar. Podes mencionar dicha participación en la información que acompañe la propuesta.

26) ¿Hasta cuándo tengo tiempo para enviar mi propuesta?

Se recibirán las propuestas desde el 1 de marzo al 15 de abril a las 15hs de 2021.

27) ¿Cuándo se anuncian los resultados?

Entre el 26 de abril y el 11 de mayo el comité evaluará las propuestas presentadas. Se darán a conocer las propuestas distinguidas a través de un acta que se publicará el 17 de mayo en la web de la Secretaría del COPADE.

28) ¿Cómo me informan si estoy inscripto y si obtuve el Sello de Diseño Neuquino?

A través del correo electrónico con el cual se realiza la postulación, se notificará la correcta o no, inscripción/participación. La nómina de propuestas distinguidas se dará a conocer en el portal institucional de la Secretaría, en sus redes sociales y a través del mail institucional.

29) ¿Qué beneficios otorga recibir la distinción Sello Diseño Neuquino?

Formar parte de un catálogo de productos y servicios distinguidos que será publicado por el ente organizador;

Los productos y servicios que sean reconocidos con la distinción recibirán material de comunicación que da cuenta de dicha distinción.

Participar en las diversas oportunidades de difusión, visibilidad, comercialización que desde el ente organizador se generen;

Contar con un espacio asegurado en los eventos sectoriales organizados por el ente organizador o en los cuales el mismo sea invitado;

Aval para participar en ferias, desfiles y exposiciones a nivel nacional e internacional;

Acceso a capacitaciones;

Acceso a asesoramiento financiero personalizado.

IMPORTANTE: La distinción del Sello de Diseño Neuquino no contempla ninguna retribución económica por parte de la Secretaría del COPADE ni de ningún otro organismo del Gobierno de la Provincia del Neuquén.

30) ¿Dónde puedo obtener mayor información?

Podes contactarte:

Correo electrónico: cdneu@neuquen.gov.ar

42

Telefónicamente, de lunes a viernes en el horario de 8 am a 15 hs.

Teléfono 449-5661 Interno: 6673 ó 1909

Página institucional de la Secretaría del COPADE www.copade.gob.ar

Ejemplos para guiar el armado de presentaciones

Ejemplo de Presentación para la convocatoria Sello Diseño Neuquino

- El siguiente documento ha sido realizado a fines explicativos, como ejemplo y guía para quienes deseen postularse en la convocatoria del SELLO DE DISEÑO NEUQUINO
- Los datos aquí consignados no son reales, ni corresponden a productos ni marcas existentes.
- Las imágenes de esta presentación son sólo ilustrativas. Han sido obtenidas a través de Pinterest, teniendo las mismas autorización para su uso.

Sello Diseño Neuquino



Datos de la Propuesta

Nombre del producto: Porta NoteBook EcoFeltro
Categoría: Diseño de productos
Formato: Producto único
Sub- Categoría: Accesorios y complementos

Conceptualización. Proceso Creativo

Las fundas para notebook de Eco Fieltro son un objeto modular 3D, fabricadas en fieltro de lana natural con detalles en ecocuero.

Se trabajó en el diseño de un objeto de uso cotidiano, que día a día crece en demanda e impone una serie de requisitos funcionales y técnicos específicos que pueden ser resueltos a través de este material debido a las múltiples propiedades que este ofrece.

En esta línea se logró explorar y realizar productos volumétricos de fieltro con costuras aplicando técnicas amigables con el medio ambiente.



El diseño del porta Notebook está pensado para facilitar el traslado de una computadora portátil, asegurando su cuidado y protección, además de permitir organizar el contenido de los distintos objetos de uso cotidiano, facilitando acceso rápido y fácil a los mismos.



Información Técnica

Materiales

ECO FIELTRO - Propiedades

ANTIESTÁTICO

Por su grado de higroscopicidad evita daños por cargas estáticas y brinda protección ante posible caídas.

AISLANTE TÉRMICO

El fieltro es un aislante térmico (frío/calor), de sonidos y vibraciones.

LIVIANO

Es un material de bajo peso ideal para desarrollar productos livianos y de fácil transporte.

SEGURO

El fieltro es un material que no se quema con facilidad cuando se pone en contacto con el fuego y tiende a apagarse por sí mismo. No desprende humo tóxico.

AHORRO DE ENERGÍA

El proceso de fabricación del fieltro de lana natural genera un bajo consumo de energía.

AMORTIGUANTE

Protege ante eventuales golpes y posibles caídas.



Dimensiones



Sello Diseño Neuquino

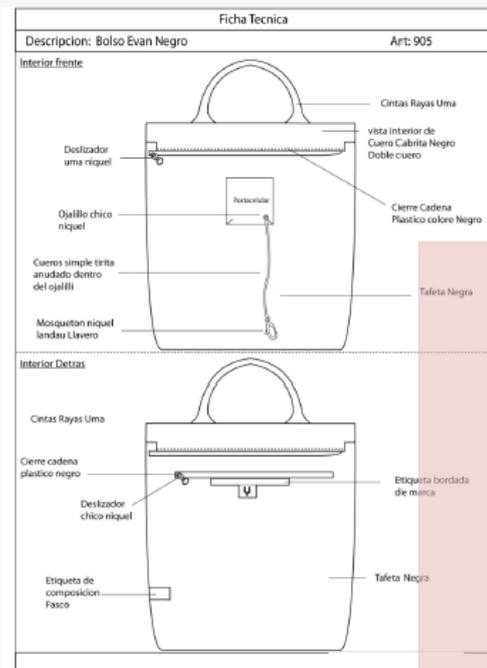
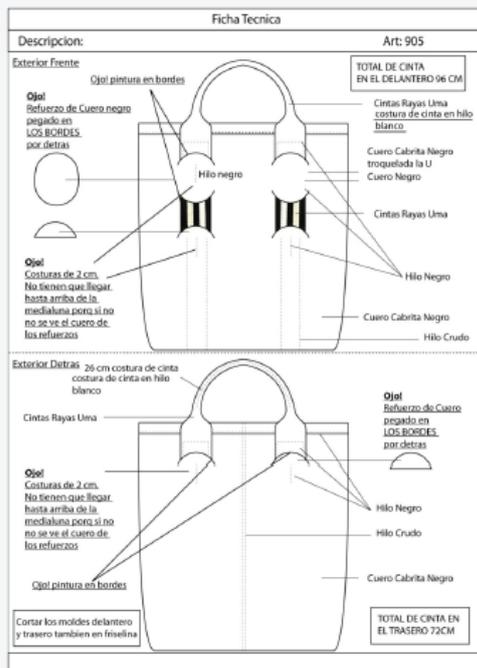
Proceso de fabricación



Cada producto refleja un trabajo que equilibra diseño y artesanía de calidad. Nuestro equipo de diseñadores/as y artesanos/as trabaja continuamente en nuevos modelos que responde a las tendencias mundiales así como a las demandas en cuanto a funcionalidad.

Sello Diseño Neuquino

Fichas técnicas

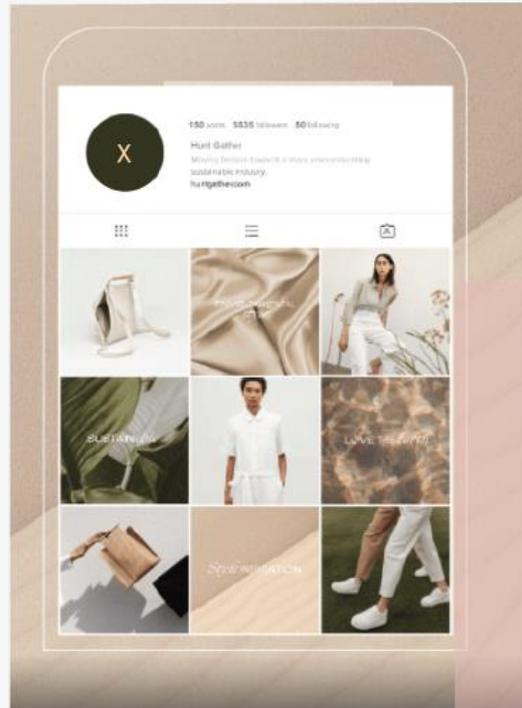


Información comercial

Nuestros productos se comercializan desde hace 5 años de manera online a través de:
Plataforma online: www.bgggrgh.com.ar
Locales de terceros: Tienda xxxxx
Showroom: Trafal 1

Comprendemos que cada cliente tiene necesidades diferentes, por lo que ofrecemos una amplia gama de opciones en cuanto a color, estilo, tamaño, entre otros.

Nuestros productos compiten en un mercado con gran oferta de productos sustentables. Por ello hemos creado una identidad distintiva y lanzamos nuevos productos en intervalos regulares.



Packaging

El packaging de nuestros productos es amigable con el medio ambiente. La etiquetas colgantes son plantables realizadas en papel reciclado y con semillas de estación para estimular el sembrado en casa. Nuestro productos se entregan en bolsas compostables y en otros casos en bolsas de lienzo de algodón que permiten su reutilización como contenedores de otros objetos de uso cotidiano.



Etiquetas plantables



Bolsas de lienzo 100% algodón reutilizables



Bolsas compostables

Ejemplo de Presentación para la convocatoria Sello Diseño Neuquino

- El siguiente documento ha sido realizado a fines explicativos, como ejemplo y guía para quienes deseen postularse en la convocatoria del SELLO DE DISEÑO NEUQUINO
- Los datos aquí consignados no son reales, ni corresponden a productos ni marcas existentes.
- Las imágenes de esta presentación son sólo ilustrativas. Han sido obtenidas a través de Pinterest, teniendo las mismas autorización para su uso.

Datos de la Propuesta

Nombre del proyecto:
Identidad visual para restaurante de comida texana
Cliente: Texas Meet

Categoría:
Servicios de Diseño
Subcategoría:
Identidad visual, comunicación, branding, marca.



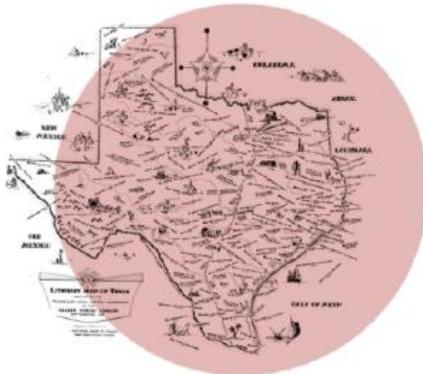


Texas Meates una cadena de restaurantes de comida TexMex que buscaba una identidad de marca conservadora, con una fuerte apuesta a la identidad y la historia de su origen.

Su nombre hace referencia a la zona fronteriza entre México y Estados Unidos, en particular a la zona del estado de Texas.

La propuesta está dirigida a un segmento medio y medio alto. Ofrece una comida tradicional, casera y bien elaborada con productos de alta calidad. El 80% de la mercadería que usan es de origen local.

El requisito principal del cliente para la elaboración de la propuesta gráfica fue coherencia, identidad, concepto único y diferencial que invite al comensal a vivir una experiencia integral.

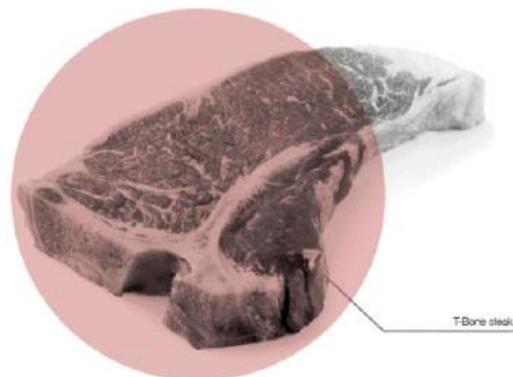


Para el desarrollo de la marca se realizó un proceso de investigación sobre la identidad de este tipo de comida y la asociación a diversas costumbres, formas de vida y elementos culturales más destacados.

Asimismo se realizó un relevamiento de aquellos elementos visuales más reconocidos.

La gastronomía Tex-Mex, corresponde a las costumbres culinarias y a los platos de la población mexicana que reside en Texas.

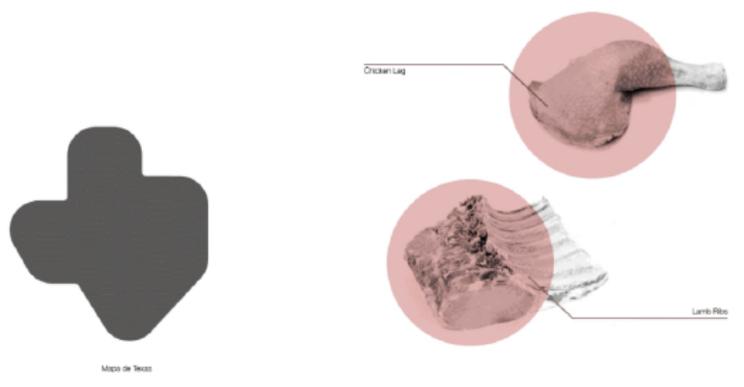
A partir de este trabajo se decidió utilizar imágenes de los cortes de carne más característicos de este tipo de comida, mapas antiguos, fotos en blanco y negro, que remiten a la historia de lugar y a los momentos en los cuales se configuró la identidad culinaria.



De esta manera se intentó trabajar en la creación de vínculos emocionales ya que los aspectos más cuantificables de un producto atraen por primera vez a un cliente y quizá lo mantengan durante un tiempo, pero solo un aspecto como memoria, la historia, etc., puede crear emociones extraordinarias que involucren.

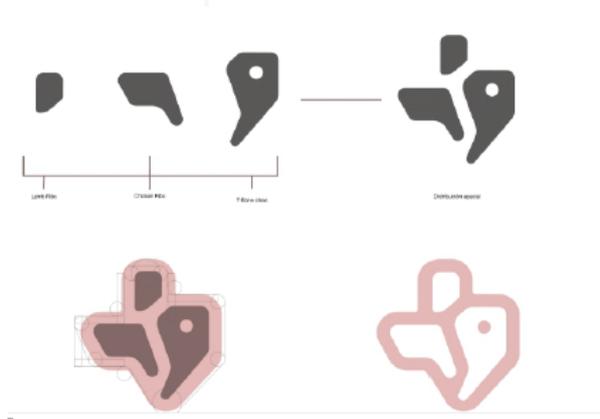
El desarrollo de la marca estuvo centrado en lograr los siguientes objetivos:

- Funcionalidad
- Asociación de ideas
- Flexibilidad



Logo

La comida TexMex se trata de una fusión de dos estilos y dos formas de entender la cocina aunque no muy distintos en lo que a ingredientes se refiere. Siguiendo este concepto la marca está construida a partir de la identificación de diversos elementos que remiten a la identidad del cliente, además de un juego de simplificación, deconstrucción y fusión de las formas. El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco y negro, en función de la luminosidad del fondo.



Desarrollo Tipográfico

La tipografía principal es la familia Pirenaica en sus versiones Light, Regular, Bold y Small Caps. Esta será la utilizada en las piezas centrales de difusión de la marca. Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo en la página Web, o los textos editados por la empresa se utilizará la tipografía Calibri.



Aa
 ABCDEFGHIJKLMNOP
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñop
 qrstuvwxyz
 0123456789 (@€//%#...)

Fuente principal
 Familia Libre Baskerville

Aa
 ABCDEFGHIJKLMNOP
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñop
 qrstuvwxyz
 0123456789 (@€//%#...)

Fuente complementaria
 Familia Open sans

Propuesta cromática, texturas y otros recursos visuales

Las referencias de color de son los Pantones aquí especificados
 Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro. Se definieron dos colores principales y tres complementarios.
 Se trabajó en la "consistencia" de la marca, a fin de que cada elemento se integre con su contexto.
 Luz suave, madera oscura, tapizados de cuero, ilustraciones y fotografías vintage. La identidad visual se traslada a la perfección desde los platos hasta la arquitectura y la gráfica



Aplicaciones

Plasmamos el diseño de marca en el menú, cartelera, piezas para redes y papelería institucional, asegurándonos los conceptos claves: fusión, tradición, historia, etc., que se querían transmitir estuvieran presentes y que se evocara la identidad culinaria.

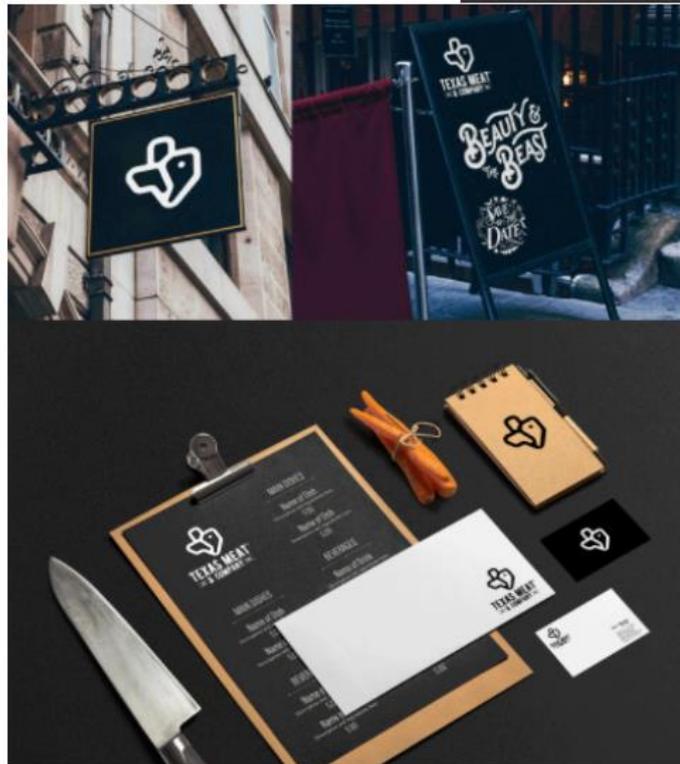
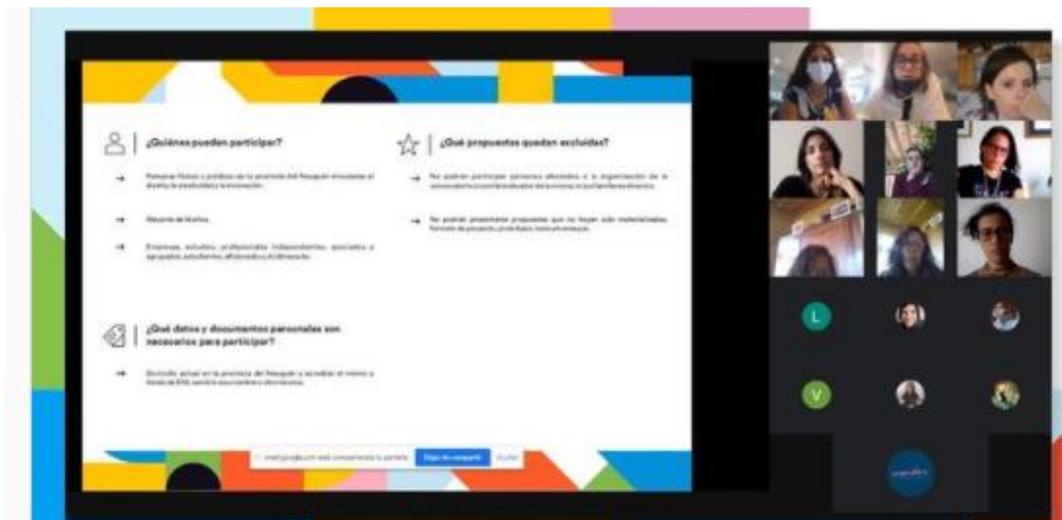




Imagen de una de las charlas realizadas mediante videoconferencia para resolver dudas de los interesados



Resumen visual de las postulaciones al Sello Diseño Neuquino

PERÍODO DE POSTULACIONES 01/03 AL 15/04

55 PROPUESTAS EN DOS CATEGORÍAS

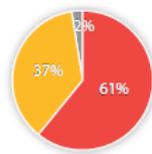


★ 55 propuestas pasaron a control de admisibilidad. 34 se encuentran en condiciones de ser evaluadas, 21 fueron notificadas de la información faltante o pedido de rectificación de la presentación, para que puedan ser evaluadas en igualdad de condiciones.

PRINCIPALES SUBCATEGORÍAS

- Accesorios y complementos
- Joyería contemporánea
- Diseño gráfico
- Diseño de contenidos digitales
- Objetos de decoración
- Calzado femenino
- Indumentaria sin género
- Mobiliario y/o equipamiento de interior/exterior
- Papelería
- Diseño interiores de vivienda
- Diseño de espacios institucionales
- Diseño web
- Diseño de textiles
- Telar
- Objetos de iluminación
- Juegos, juguetes y equipamiento para niños/as

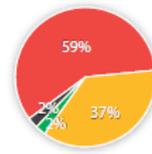
PARTICIPACIÓN GÉNERO



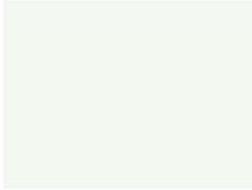
- Femenino (25)
- Masculino (15)
- No binario (1)

55 Propuestas postuladas correspondientes a 41 personas.

PARTICIPACIÓN MICROREGIÓN



- Confluencia (24)
- Sur (15)
- Centro (1)
- Este (1)



01

PROPUESTA:
Juegos en Serio

SUB- CATEGORÍA:
Juegos, juguetes y equipamientos

FORMATO:
Linea de productos

CREATIVOS/AS:
Juan Martino / M3Studio
Estudio dedicado al diseño, fabricación y comercialización de juguetes.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



02

PROPUESTA:
El tiempo de Isidro

SUB- CATEGORÍA:
Diseño de Editorial

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Mendoza, Joaquín Nicolás
Ilustrador, creador de historietas, con fuerte impronta del mensaje, resaltando la fortaleza y los buenos valores, sustentabilidad, valor animal con un toque de ironía en lo cotidiano.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



04

PROPUESTA:
Insumos al Peso

SUB- CATEGORÍA:
Accesorios, Bazar

FORMATO:
Linea de productos

CREATIVOS/AS:
Chevez, Ana, Insumos al Peso
Eco tienda de productos a granel e insumos de origen sustentables.

LOCALIDAD:
San Martín de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



05

PROPUESTA:
Horno Solar

SUB- CATEGORÍA:
Bazar

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Eugenio Pedro Zanotto
Accionado, creador del horno solar pegable para usos en actividades al aire libre.

LOCALIDAD:
Plottier

MICRO REGIÓN:
Confluencia



06 - 24 - 25 - 29

PROPUESTAS:
Kimono Ciruelos - Cali Prendas -
Panoelo Árbol - Gargantilla Arrayán
SUB- CATEGORÍA:
Diseño de textiles

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Caligaris, Claudia
Accionada y Creadora de prendas realizadas en algodón y seda, estampadas con tintes e insumos naturales y confeccionadas a mano.

LOCALIDAD:
Villa La Angostura

MICRO REGIÓN:
Sur



07

PROPUESTA:
Brazaletes Vintage

SUB- CATEGORÍA:
Joyería contemporánea

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Jara Cristina, Jara Joyas
Accionada, emprendora y creadora de la marca Jara Joyas, de joyería de autor.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



08 - 09

PROPUESTAS:
El huirtral - Alpataco

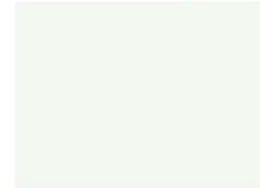
SUB- CATEGORÍA:
Diseño de productos

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Albornoz, Elvia / Artelvia
Artesana, emprendedora de productos realizados en telar.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



11

PROPUESTA:
Asador Portátil

SUB- CATEGORÍA:
Bazar

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Pereyra, Héctor Rubén
Accionado, cocinero, creador de un asador portátil para uso exterior.

LOCALIDAD:
Plottier

MICRO REGIÓN:
Confluencia



12

PROPUESTA:
Brazalete Margaritola

SUB- CATEGORÍA:
Joyería contemporánea

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Vivanco, Daniela
Aficionada, creadora de la marca de joyería de vanguardia Vivancool, realiza piezas en distintos materiales como: alpaca, cobre, plata y bronce.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



13

PROPUESTA:
Car Lipari

SUB- CATEGORÍA:
Objetos de decoración

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Borella, Maria del Carmen
Fotógrafa y fundadora de Car Lipari, realiza fotografías artísticas para decoración de interiores

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



14 - 16 - 28 - 41

PROPUESTAS:
Rotazos tintas naturales - Telas con Shibori - Eco Print - Estamp. Botánico

SUB- CATEGORÍA:
Diseño de textiles

FORMATO:
Línea de productos

CREATIVOS/AS:
Nieva, Ain
Diseñadora Textil, fundadora del emprendimiento Ain Diseño Textil, realiza diseños y estampados con técnicas e insumos naturales, basados en el cuidado del medio ambiente.

LOCALIDAD:
Aluminé

MICRO REGIÓN:
Sur



18 - 19

PROPUESTAS:
Lámpara Shock - Mesa Ski

SUB- CATEGORÍA:
Iluminación interior y exterior - Mobiliario y/o equipamiento int./ext.

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Lorefice, Matias
Aficionado y creador de productos reciclados a partir del descarte de esquís y accesorios para la nieve.

LOCALIDAD:
San Martín de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



22

PROPUESTA:
Manta Infantil

SUB- CATEGORÍA:
Accesorios y complementos, Diseño de textiles

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Naim, Yamila Solange
Emprendedora, creadora de la marca de productos y accesorios infantiles Cachorritos.

LOCALIDAD:
Senillosa

MICRO REGIÓN:
Confluencia



23

PROPUESTA:
Papelería Patagonia

SUB- CATEGORÍA:
Diseño de estampados, (agendas, cuadernos, almanaques)

FORMATO:
Línea de productos

CREATIVOS/AS:
Altaparro, Nadia
Crea una línea de diseños de papel a partir de pinturas realizadas en acuarela inspirada en la flora y fauna patagónica.

LOCALIDAD:
San Martín de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



27 - 39 - 47

PROPUESTA:
Cestería en papel

SUB- CATEGORÍA:
Objetos de decoración

FORMATO:
Colección

CREATIVOS/AS:
Hidalgo, Zusana Noemi
Artesana, creadora de Zu Arte Patagónico, realiza productos de cestería a partir de tiras de papel reciclado.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



30 - 32

PROPUESTAS:
Mate Nativo - Cultivo Urbano

SUB- CATEGORÍA:
Bazar, Cerámica, Artículos para jardín y mascotas

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Farias, Santiago, Estudio 618
Estudio dedicado al diseño y fabricación de productos de uso cotidiano a partir de la combinación de técnicas y tecnología de vanguardia.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



31

PROPUESTA:
Mameluco Bebé

SUB- CATEGORÍA:
Indumentaria infantil y bebé

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Riego, Elisa Margarita
Afiionada, Fundadora de Diseños
Creativos MARGARITA RIEGO.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



34

PROPUESTA:
La Chamana Arte

SUB- CATEGORÍA:
Diseño de estampados, Diseño de
textiles, Indumentaria femenina
FORMATO:
Colección

CREATIVOS/AS:
Diez Ogando, Maria Esperanza
Diseñadora, creadora de la marca
La Chamana, realiza prendas con
estampados a partir de obras de
artistas patagónicas para que el arte
pase a ser parte de la vida cotidiana a
través de la ropa y accesorios.

LOCALIDAD:
San Martin de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



36

PROPUESTA:
Antonia indumentaria

SUB- CATEGORÍA:
Indumentaria, Accesorios y
complementos
FORMATO:
Colección

CREATIVOS/AS:
Troncoso, Araceli Elaine / Antonia
Marca dedicada al diseño, fabricación
y comercialización de mochilas, bolsos
y accesorios atemporal.

LOCALIDAD:
San Martin de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



37 - 38

PROPUESTAS:
Guerreros Templanza -
Platos con Historia

SUB- CATEGORÍA:
Objetos de decoración , Bazar

FORMATO:
Colección

CREATIVOS/AS:
Cid, Irina
Afiionada, artesana del vidrio, realiza
piezas de arte en vidrio a partir del
reciclado de materiales que provienen
de obras de construcción.

LOCALIDAD:
San Martin de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



42

PROPUESTA:
Sillón GLIF

SUB- CATEGORÍA:
Mobiliario y/o equipamiento interior/
exterior
FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Barceló, Angel
Arquitecto, creador del sillón Glif,
objeto inspirado en el emblemático
sillón BKF y la silla tripolins, con la
posibilidad de ser liviano y plegable
para su uso en espacios exteriores.

LOCALIDAD:
San Martin de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



44

PROPUESTA:
Universa Queer

SUB- CATEGORÍA:
Diseño de Indumentaria

FORMATO:
Colección

CREATIVOS/AS:
Andicoches, Luis Oscar
Creador de Universa, linea de
indumentaria que se inspira, crea y
diseña, a través de temas de Diversidad
de género.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



45

PROPUESTA:
Colección Lomachata

SUB- CATEGORÍA:
Calzado femenino

FORMATO:
Colección

CREATIVOS/AS:
Haag, Maria Julieta
Diseñadora, realiza el Diseño y
fabricación de calzado artesanal,
donde el juego con la geometria y
los colores plenos incorporan tacos
saludables para mujeres con un
estilo auténtico.

LOCALIDAD:
Plaza Huincul

MICRO REGIÓN:
Este



46

PROPUESTA:
Caballito Balancin Dou Dou

SUB- CATEGORÍA:
Juegos, juguetes y equipamientos
para niños/as
FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Donda, Juan Eduardo
Creador de la marca de juguetes
DOU DOU, diseño, fabricación y
comercialización de juguetes de
madera sin género, evocando a
tiempos de niñez feliz.

LOCALIDAD:
Centenario

MICRO REGIÓN:
Confluencia



49

PROPUESTA:
Legado

SUB- CATEGORÍA:
Telar (tradicional, mapuche)

FORMATO:
Colección

CREATIVOS/AS:
Jara Carilao, Cintia Soledad
Creadora de Sol Carilao witril. Realiza
accesorios tejidos en telar tradicional.

LOCALIDAD:
Centenario

MICRO REGIÓN:
Confluencia



50

PROPUESTA:
Nvxam Estilográfica

SUB- CATEGORÍA:
Joyería contemporánea

FORMATO:
Colección

CREATIVOS/AS:
Alvarado Nahuel, Gustavo
Aficionado, realiza piezas en plata
inspirado en técnicas artesanales y
tradicionales de la joyería.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



51

PROPUESTA:
Mechi

SUB- CATEGORÍA:
Mobiliario y/o equipamiento interior/
exterior

FORMATO:
Producto único

CREATIVOS/AS:
Melo Castaño, Yessica
Estudio del cerro, diseño y realización
de muebles en madera.

LOCALIDAD:
Junin de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



52

PROPUESTA:
Lámparas Folil

SUB- CATEGORÍA:
Iluminación interior y exterior

FORMATO:
Línea de productos

CREATIVOS/AS:
Martinez, Nestor Ruben
Aficionado, realiza lámparas a
partir de la reutilización del cartón.
Interviene el material brindando una
nueva tipología al material, generando
nuevas texturas y funcionalidad a
objetos de uso cotidiano.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



53

PROPUESTA:
Hilos, editorial

SUB- CATEGORÍA:
Diseño editorial

FORMATO:
Línea de producto

CREATIVOS/AS:
Paz, Maria Martha
Propuesta editorial para las
infancias, la cual integra las artes
literarias y plásticas a través de libros
acompañados de objetos lúdicos con
arte y diseño, y de talleres plástico-
literarios.

LOCALIDAD:
San Martín de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



55

PROPUESTA:
Proyecto Cueva

SUB- CATEGORÍA:
Indumentaria sin género

FORMATO:
Colección

CREATIVOS/AS:
Rosas, Paula Agustina
Diseñadora, creadora de la marca
Prosas, inspirada en el paisaje, la flora
y la fauna patagónica, incorpora a
sus diseños distintos tipos de fibras
naturales, proveniente de la región.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



03

PROPUESTA:
Diseños para conectar emocionalmente con el espacio

SUB- CATEGORÍA:
Diseño interiores de locales

CREATIVOS/AS:
Suárez Couste, Amparo
Estudio de Diseño Interior - Amparo Couste.

LOCALIDAD:
San Martin de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



10

PROPUESTA:
Flemos

SUB- CATEGORÍA:
Diseño web

CREATIVOS/AS:
Lemos, Federico
Flemos, Estudio de diseño digital.

LOCALIDAD:
San Martin de los Andes

MICRO REGION:
Sur



15 - 17 - 26

PROPUESTAS:
Espacio Trama, I Congreso de Arquitectura Patagónica, Set fly fishing y Wow Argentina

SUB- CATEGORÍA:
Identidad visual, comunicación, branding, marca

CREATIVOS/AS:
Castañeda, Martin Pablo
Fundador de Equisñeda, estudio de diseño gráfico.

LOCALIDAD:
San Martin de los Andes

MICRO REGIÓN:
Sur



20

PROPUESTA:
Arquitectura y Diseño Urbano Sostenible

SUB- CATEGORÍA:
Diseño interiores de locales

CREATIVOS/AS:
Barriouuevo, Daniela
Fundadora del estudio De Los Andes Arquitectura. Brindan servicios de arquitectura, urbanismos y diseño basados en la sostenibilidad de las ciudades.

LOCALIDAD:
Zapala

MICRO REGION:
Centro



21

PROPUESTA:
Identidad CN Hospital Norpatagónico

SUB- CATEGORÍA:
Identidad visual, comunicación, branding, marca

CREATIVOS/AS:
Dhíel, Esteban
Empresa dedicada al servicio de diseño gráfico.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



33

PROPUESTA:
Diseño de Paisaje para Chochoy Mallin Lodge, Depto Norquin

SUB- CATEGORÍA:
Diseño de espacios institucionales

CREATIVOS/AS:
Pellegrini, Veronica
Técnica Forestal Especialista en Planeamiento, Paisajista y Medio ambiente, directora del estudio Pell Paisajismo.

LOCALIDAD:
San Martin de los Andes

MICRO REGION:
Sur



35

PROPUESTA:
Producciones Audiovisuales

SUB- CATEGORÍA:
Diseño de piezas audiovisuales

CREATIVOS/AS:
García García, Claudia
Servicios de diseño producciones audiovisuales realizadas con una impronta de política social. Abordando temáticas como el bullying, prevención de adicciones.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



40

PROPUESTA:
ISOsfera.com

SUB- CATEGORÍA:
Diseño web, Material educativo/ pedagógico (manuales, instructivos, infografías, juegos), Sistemas de orientación (señalética, mapas)

CREATIVOS/AS:
Leszczynski, Jorge
Empresa dedicada a brindar servicios de asistencia para la certificación de normas ISO.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGION:
Confluencia



43

PROPUESTA:
Biota - Almacén Saludable

SUB- CATEGORÍA:
Diseño interiores de locales
comerciales

CREATIVOS/AS:
Arias, Karen Orfelia
Estudio Kora, dedicado al diseño de
interiores y espacios comerciales.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



48

PROPUESTA:
Servicios Audiovisuales

SUB- CATEGORÍA:
Diseño de piezas audiovisuales

CREATIVOS/AS:
Raña, Juan Cruz
Servicios de diseño bajo el criterio
cinematográfico aplicado al arte,
diseño y producción integral.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia



54

PROPUESTA:
APDP /// Asociación Civil
Patagónica de Diseñadores
SUB- CATEGORÍA:
Todas las Sub-categorías

CREATIVOS/AS:
Ferrari, Maria Julieta
Presidenta de la APDP, es un espacio
de participación colectiva de las
disciplinas de diseño.

LOCALIDAD:
Neuquén capital

MICRO REGIÓN:
Confluencia