



www.colaborafest.org

ORGANIZA



FINANCIA



Proyecto financiado por el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y de las Artes, Convocatoria 2019. Ámbito Nacional, Línea Diseño.



memoria 2016789



colaborafest

me mo ria

2016789



Dirección

Alejandra Sepúlveda

Co-Producción

Hernán Díaz

Asesoría en Contenidos

Gerardo Wijnant

Asistente de Producción

Valeska Roa

Comunicaciones

Pía Aguilera

Camila González

Medición de Audiencias

Daniel Mahnn

Yeribert Galaz

Eduardo Reyes

Branding

Estudio Pareidolia

Diseño

Leonardo Cid

Javier Illesca

María de los Ángeles Moreno

Diseño Editorial

Marcelo Encina

Web y estrategias digitales

Luis Acuña

Andrés Díaz

Registro Fotográfico

Pablo Lluncón

Registro Video

Gino Zavala

Mauricio Romero

CONTACTO

F: +56 9 99925212

Fundacion Madrugada

www.madrugada.cl

alejandra@madrugada.cl

Colaborafest

www.colaborafest.org

hola@colaborafest.org



Organización sin fines de lucro, fundada en Concepción que tiene por objetivo promover y difundir modelos económicos que aporten asociatividad al desarrollo local de emprendimiento, cultura y deportes.



Link video:

<https://youtu.be/f6xgLDkQD0s>



MADRUGADA
FUNDACIÓN

5

6

Fundación Madrugada desarrolla desde el año 2009 el evento PechaKucha, la plataforma global de difusión y generación de redes, hoy presente en mas de 800 ciudades del mundo y el Festival Colaborafest.

Sistema de trueque de servicios por tiempo. En él la unidad de intercambio no es el dinero habitual sino una medida de tiempo, en este caso intercambiarás 1 hora de lo que mejor sabes hacer.



Franquicia global de eventos de networking que esta presente en mas de 900 ciudades del mundo que se basa en presentaciones de 20 imagenes que duran 20 segundos cada uno.



Festival internacional que vincula el diseño con la economía social en actividades de 3 días de fomento, formación, difusión y dialogo.

PROYECTOS | FUNDACION MADRUGADA



9

PROYECTOS | SOCIALES



10





11

12

Es un programa de intermediación que propone 4 pilares fundamentales como proyectos que interactúan entre sí, de producción, visibilización, comercialización e investigación en la búsqueda de nuevas audiencias para la artesanía y el diseño.







15

16



¿QUÉ ES COLABORAFEST?

Buscamos participar con verdadero protagonismo en las actuales condiciones del mundo global lo que requiere también construir y proyectar creativamente a nivel internacional una identidad estratégica desde lo local.

Queremos involucrar el conocimiento, experiencias y apoyo técnico en diseño, producción, comercialización y formación de redes productivas, así como fomentar y promover el consumo responsable y consciente por parte de la audiencia.

El Comercio justo tradicionalmente anclado en la industria agroalimentaria. Ejemplos como ZEGNA o ALLPA pioneras en la aplicación de modelos comercio justo en su empresa, desde tiempos en que se conocía como comercio alternativo.



**cola[®]
bora
fest**

**SOCIAL
MEDIOAMBIENTAL
ECONÓMICO**

LA BASE ES LA SOSTENIBILIDAD
DE TRIPLE IMPACTO

Nuestro Interés





Empleo y Producción Local

Con la deslocalización de los productos, se perdieron millones de empleos que produjeron un gran impacto en la economía de numerosas poblaciones. Con la producción local, no sólo evitamos emisiones de CO2, sino que contribuimos a regenerar el tejido industrial de un país o territorio.



Comercio Justo y Trabajo Digno

Las marcas que presentan esta certificación, han contribuido a crear unas condiciones de trabajo dignas para los trabajadores y canales comerciales innovadores, dentro de los cuales la relación entre las partes se orienta al logro del desarrollo sostenible de todas las personas y procesos de la cadena.



Certificación Social

Este sello certifica que las personas que trabajan en la cadena de producción, tienen acceso a un salario justo, seguridad laboral y condiciones de trabajo dignas.



Hecho a Mano

Prendas y objetos realizados de manera artesanal haciendo de cada uno de ellos un objeto único. Un aspecto importante de este sello es que normalmente este tipo de productos lleva asociados un importante trabajo en el desarrollo de comunidades locales de artesanos.



Trazabilidad

Saber dónde fue confeccionado el objeto o prenda y dónde está producida su materia, es el primer paso para detectar posibles problemas e injusticias que se puedan dar a lo largo de la cadena de producción, por eso es fundamental conocer bien la cadena de valor del producto.



Proyecto Social

Todas aquellas iniciativas de negocios que de una manera u otra mejoran la calidad de vida de colectivos desfavorecidos.



Zero Waste

Las marcas zero waste son aquellas confeccionadas de manera que se optimizan los recursos y no se generan residuos pre-consumo.



I+D+I

La innovación en la materia, los procesos o el modelo de negocio, puede ser una de las claves para crear una industria sostenible en el diseño.



Edición Limitada

Uno de los mayores problemas actualmente en la moda es el hiperconsumismo. Valoramos aquellos diseñadores que crean ediciones limitadas de sus colecciones al igual que aquellos diseñadores que "diseñan a la carta" únicamente las prendas que sus clientes les demandan.



Logística Sostenible

Se estima que el 10% de las emisiones de CO2 globales provienen de la industria textil. Si las prendas que nos compramos no están realizadas en nuestro país de origen deberían de ser importadas con una logística que no contamine el medio ambiente.



Respeto Animal

En la industria textil, como en otras industrias, se usan a los animales como si fueran objetos y no se les da el debido respeto y el trato justo. En el tema del cuero por ejemplo sólo materias que sean subproducto de otras industrias, es importante como consumidores exigir un trato justo para los animales.



Materia Orgánica Compostable

Aquellas materias producidas sin químicos tóxicos durante el proceso de tinto y acabado y que podrán utilizarse para el compost al finalizar su ciclo de vida.

Promover proyectos de diseño de base artesanal en su cadena de valor, con vínculo sustentable, aportando innovación al uso de materias primas, técnicas productivas e impacto económico-social del producto hacia una cultura de comercio justo.

23

Contribuir activamente a la formación de una red nacional de organizaciones y empresas de diseño, incrementando el uso del trabajo colaborativo como medio creativo.



Objetivos

Impulsar la generación de redes estratégicas entre diseñadores y artesanos.

24

Fomentar y promover el consumo responsable y conciente por parte de la audiencia hacia la elección del producto nacional.

Difundir y estimular iniciativas públicas o privadas vinculadas al área diseño.

Perfil de público

Diseñadores.

Estudiantes de diseño

Emprendedores del
sector Industrias
Creativas.

Artesanos.

Académicos.

Jóvenes a quienes
les interese el
impacto social y
medioambiental.



EDICIÓN **2016**



colaborafest

EDICIÓN
2016

DÍAS

27

CHARLA + WORKSHOP IDEA.ME

Se entregaron herramientas y asesoría para la postulación en de proyectos en la plataforma de financiamiento Colectivo.

CHARLA ASOCIATIVIDAD

Dictada por el Ministerio de Economía, entregó información sobre modelos asociativos vigentes.

MESA DE CONVERSACIÓN

Ministerio de Economía + Cooperativa La Manzana + Red Sures.

120

ASISTENTES

3

INVITADOS

28



Expositores



Lilian Nieto,

Profesional de la DAES, departamento de asociatividad y economía social del Ministerio de Economía.



Jorge Tagle,

Economista, fundador de Fundación Trabajo para un Hermano, facilitador Máster en metodología CEFE y parte de la organización de la Red Sures por el Comercio Justo.



Ronald Javet,

Presidente de la Cooperativa de Consumo La manzana de Valdivia, magister en Desarrollo a Escala Humana y Economía Ecológica.



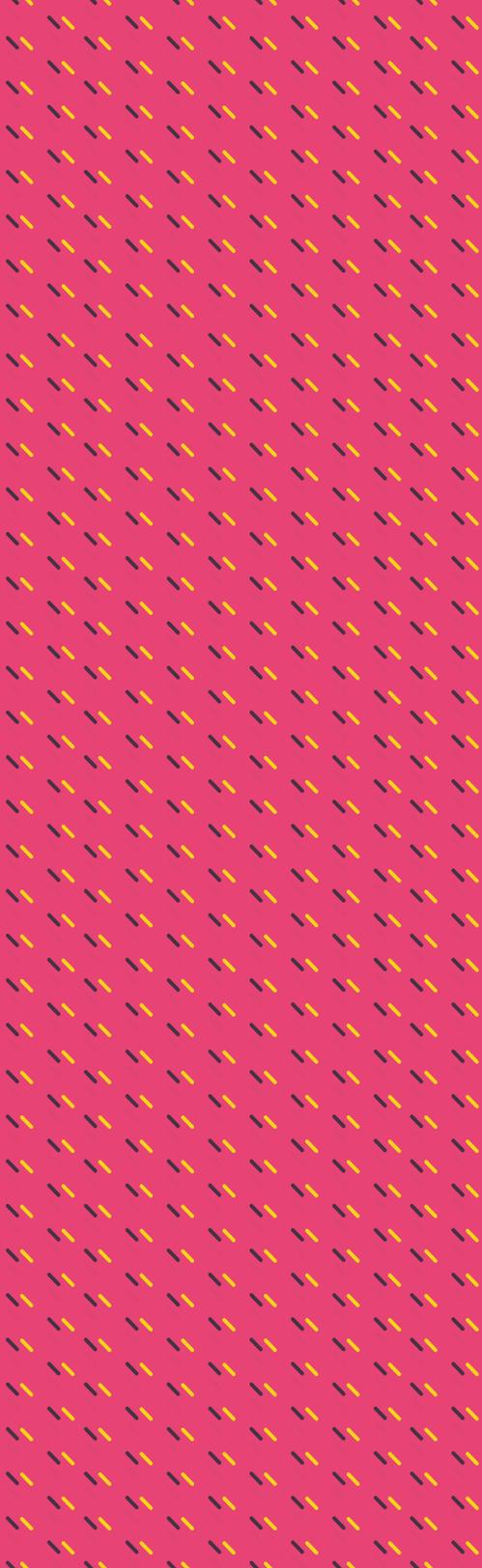
Euge Santa Coloma,

Encargada de difusión de la plataforma Argentina de financiamiento colectivo, idea.me.



EDICIÓN 2016

Fue un espacio de 1 día de cooperativismo y asociatividad en donde el diálogo y los talleres fueron el principal factor unificador.



www.colaborafest.org

EDICIÓN **2017**



colaborafest

35 **3** DÍAS

OCHO
STARTUPS
BENEFICIADAS

EDICIÓN
2017

ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

Tratamos temas como la economía solidaria y Empresas B. También la economía circular y la sustentabilidad como un generador de cambio.

ECONOMÍA COLABORATIVA

Hablamos del consumo colaborativo, la movilidad, el conocimiento abierto y el financiamiento. La nueva forma de concebir empresas.

ASOCIATIVIDAD

Fue un espacio para la formación en trabajo y producción cooperativas, asociaciones y su impacto en el desarrollo de una comunidad.

36 **15** INVITADOS

320 ASISTENTES



37



COLABORAFEST 2017 | SOCIALES



38



Expositores



Manos del BioBio,

organización de personas que trabajan en unidades productivas de pequeña escala y se han asociado para contribuir a su propio desarrollo y dar valor agregado a sus productos que son elaborados artesanalmente, recogiendo tradición e incorporando innovación e identidad local.



Con Manzanitas,

medio de prensa digital que, desde 2014, busca explicar en simple la contingencia política, económica y financiera de Chile y el Mundo. Ofrecemos contenido de acceso libre al público, así como contenido exclusivo para nuestros suscriptores. Nos motiva convertirnos en el primer medio en Chile libre de publicidad y anuncios.



Fiis Revelado,

plataforma de cine documental, enfocado en difundir problemáticas sociales a través del lenguaje audiovisual.



Biobío Solidario,

es un banco de alimentos que nace en la Región del Biobío, el año 2014, motivados y apoyados en nuestra gestión por Corporación Red de Alimentos.



Ministerio de Economía,

DAES, fue creada el 4 de agosto de 2014, como parte de la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Su objetivo es organizar, administrar y gestionar acciones relacionadas con las distintas entidades de la Economía Social y Cooperativa.



Almuerzo 100K

Soberanía agroalimentaria significa que todos los alimentos y materias primas utilizadas para cocinar provienen de un radio de 100 kilómetros hasta el lugar del restorán. Lorena Gomez, chef de Flor se Calabaza nos presento este modelo con un rico almuerzo para el equipo e invitados.



Gerardo Wijnant,

Ingeniero Civil Industrial y director de proyectos de sostenibilidad de proqualitas consultores, experto en Comercio Justo.



AGICC,

asociación de industrias creativas de Concepción, gremio que desde el año 2010 reúne a los principales emprendimientos creativos.



VGChile,

es una asociación de productores de videojuegos en Chile que ha aportado al crecimiento del sector a nivel internacional.



Estudio Tribal,

estudio de Arquitectura, Diseño y Construcción Sustentable que trabaja con Bio-Materiales: Madera, Fibras Naturales y Tierra;

COLABORAFEST | OBJETIVOS



Albert Cañigüeral,

autor de 'Vivir mejor con menos', quien además es el creador del festival Ouishare Fest y es considerado el principal portavoz de las economías colaborativas en España.



Jorge Tagle,

economista, fundador de Fundación Trabajo para un Hermano, facilitador Máster en metodología CEFE y parte de la organización de la Red Sures por el Comercio Justo.



Empresas B

Certificación a empresas que operan bajo triple impacto, ser Empresa B significa el compromiso de demostrar que las empresas pueden ser agentes de cambio y contribuir a la solución de las grandes problemáticas sociales y ambientales. Las Empresas B tienen la convicción de ser las mejores PARA el mundo y por eso protegen su misión y cumplen un estándar para poder certificarse.



Andrés Briceño Gutiérrez,

arquitecto Chileno UNAB (2003), Master en Arquitectura Avanzada del Instituto de Arquitectura Avanzada de Catalunya (IaaC)/UPC (2011). Arquitecto Asociado Murtinho+Raby Arquitectos y Co-Director FabLab Santiago.



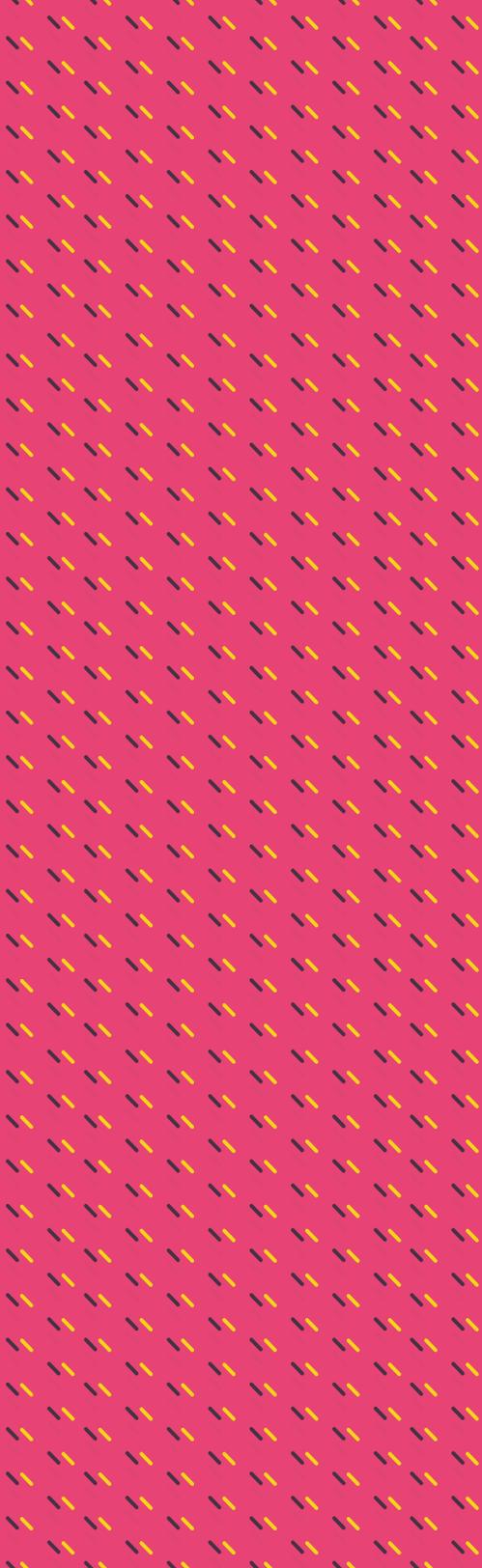
ASECH,

es la asociación de emprendedores más grande de Chile. Reunen a más de 32.000 socios de diversos rubros, edades y realidades aportando motivación y colaboración al ecosistema emprendedor nacional.



EDICIÓN 2017

Fue un festival en donde la asociatividad se vinculó con la tecnología a través de la economía colaborativa, aprendizajes, documentales, casos exitosos, fiesta y talleres que fortalecieron el ecosistema del emprendimiento creativo nacional.



www.colaborafest.org

Diseño y artesanía salen al mundo

EDICIÓN **2018**



colaborafest

4 DÍAS

45

EDICIÓN 2018

ARTESANÍA Y DISEÑO + TERRITORIOS

Tratamos temas como la economía solidaria y Empresas B. También la economía circular y la sustentabilidad como un generador de cambio.

EXPORTACIÓN

Hablamos del consumo colaborativo, la movilidad, el conocimiento abierto y el financiamiento. La nueva forma de concebir empresas.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO HANDMADE

Fue un espacio para la formación en trabajo y producción cooperativas, asociaciones y su impacto en el desarrollo de una comunidad.

OCHO

MARCAS
BENEFICIADAS

15

46

INVITADOS

2

CIUDADES



LA MATERIA PRIMA
ANÍA DEL TERRITORIO



47

COLABORAFEST 2018 | SOCIALES



48





COLABORAFEST 2018 | SOCIALES





Elena Fabeiro,
gerente Artesanías Galicia, quienes han desarrollado importantes programas de revalorización de la artesanía en la comunidad.



Carmen Alcántara,
ALLPA PERÚ, gerente comercial de ALLPA, marca pionera en el trabajo con el modelo comercio justo en Latinoamérica.



**Oscar Zuñiga
y Romina Oliva,**
arquitectos fundadores de Estudio Tribal.
Trabajan utilizando materiales bio



Bastian Gygli,
biólogo, fotógrafo y promotor de la conciencia medioambiental.



Marco Montemaggi,
sociólogo italiano, experto en mercado del lujo y brandig territorial.



Bárbara Cantó,
diseñadora, fundadora de TADA zapatos, marca chilena que trabaja con técnicas artesanales y especial cuidado en el proceso de diseño del zapato.



José y Natalia Chandía,
diseñadores, fundadores de Santísima Handbag.



Marc Quintana,
ambientólogo, especialista en reutilización y economía circular.



Rodrigo Gajardo,
diseñador, fundador de Saber Hacer.



Lorena Gómez,
chef, fundadora de Flor de Calabaza, trabaja con especial énfasis en la soberanía alimentaria.



Federico Thumm,
diseñador, fundador de HappyLab, desarrolla su trabajo en asesorías en neurodiseño y turismo.



Cecilia Guevara,
coordinadora de diseño y artesanía del Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio a nivel regional..



Marcos Palma,
encargado de Marca Chile.

Líneas Programáticas

LÍNEA PROGRAMÁTICA 1

Se planificaron 2 líneas de programación, en función a los objetivos planteados y las problemáticas detectadas:

1. A los artesanos es la falta de tiempo para desarrollar nuevos productos e investigar debido a la urgencia de vender.
2. A los diseñadores falta de cruce con técnicas patrimoniales.



ABIERTO A TODO PÚBLICO

Actividades organizadas siguiendo los caminos de exploración del diseño.



Entendiendo esta variable como las características intrínsecas de la materia prima original, podremos encontrar desde materiales tradicionales hasta materiales emergentes, incluyendo tanto los materiales naturales como los sintéticos.



Esta variable engloba todos los procedimientos, técnicas y tecnologías utilizadas para transformar la materia prima en productos. Así, podremos utilizar procedimientos estándar o prácticas



Dentro de esta variable se incluyen las diversas configuraciones de producto para la cual se está explorando el material. Entonces, podremos diseñar en función de una tipología corriente e instalada, o intentar generar una nueva.

LÍNEA PROGRAMÁTICA 2

Cerrado a 8 marcas que vinculen diseño con artesanía, elegidas mediante convocatoria abierta abierta a todo el país, que hoy nos acompañan, este programa tiene por objetivo la amistad en el diseño hecho a mano, uniendonos a los objetivos del desarrollo sostenible. En muchas relaciones comerciales convencionales existen escasas oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores, campesinos o artesanos.

Fueron 4 nuestros jurados, actores destacados en el área negocios y del diseño patrimonial.



ABIERTA SOLO PARA PROYECTOS SELECCIONADOS

Actividades organizadas siguiendo los caminos de exploración del diseño.



Catalina Cabrera.
Directora de Revista RUDA, publicación nacida el año 2014 especializada en diseño, arte y cultura desde la Región del BioBio.
www.revistaruda.cl



Pablo Ocqueteau y Philine Von Düssel.
Creadores de Mapuguaquen, son altavoces de arcilla que combinan tradición alfarera ancestral con tecnología de audio inalámbrica de última generación.
<http://www.mapuguaquen.com>



Romina Oliva y Oscar Carrillo.
Arquitectos fundadores de Estudio Tribal, desarrollando arquitectura sustentable utilizando biomateriales: Madera-Tierra-Paja. <http://www.estudiotribal.cl>



Max Echeverría y Pablo Lledó.
Gestores del programa Gearbox, pre-aceleradora de la facultad de ingeniería de la universidad de Concepción que apoya mediante mentorías a emprendimientos de innovación tecnológica.
www.gearbox.udec.cl

COLABORAFEST 2018 | LÍNEA PROGRAMÁTICA

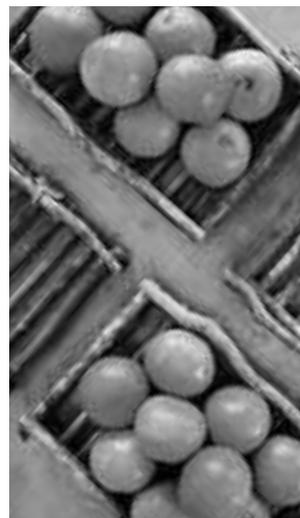
Así se diseñó este programa, pensando en la relación con los proveedores y técnicas generalmente provenientes de zonas en desigualdad, en desventaja económica y social respecto a los actores dominantes en los mercados.

En este contexto, buscamos construir cadenas de producción y consumo que contribuyan a una distribución más equitativa en términos económicos, sociales y políticos. Mayor empoderamiento de todos los actores en los procesos de toma de decisiones y construcción de sociedad.

PEHUEN. VIÑA DEL MAR

Marca de vestuario que trabajan con materias primas naturales y técnicas como el telar y pedrería. Se encargan de obtener la mayor cantidad de materiales dentro del país, los cuales, son utilizadas en las colecciones, aprovechando cada retazo para crear bellas texturas (tendencia cero residuos). Actualmente sus productos se comercializan en showroom lo que permite tener una cercanía con el cliente y poder informar sobre los productos.

<https://www.pehuenvestuario.cl>



ÜÑÜ . ANCUD

Comercializadora de productos artesanos con impacto social. ÜÑÜ rescata el patrimonio cultural de la isla, mediante la comercialización de arte originario chilote. Dándole valor agregado al diseño y el mejoramiento de las condiciones laborales y económicas de las familias de los artesanos. Mediante un modelo circular de relacionamiento positivo entre los artesanos, el bosque, la naturaleza, el trabajo y las utilidades generadas como proyecto de innovación social. Con un importante foco en la recuperación y mantención de los ecosistemas de la isla, con un compromiso con la reforestación de bosque nativo y la creación de conciencia sobre su importancia no solo para Chiloé sino para el mundo.

<https://www.facebook.com/unu.chile>

ZONA MAESTRA. CONCEPCIÓN

Programa de talleres de carpintería básica, diseño y construcción de muebles, mueblería avanzada, acabados, madera laminada, tapicería. Zona Maestra es un espacio de trabajo habilitado con las condiciones necesarias, materiales y herramientas para la ejecución de diversos proyectos relacionados con la madera. En este espacio te asesoraremos en el diseño y ejecución de tus proyectos.

<http://vezdesign.cl/talleres/>



DENINHUE . CHILLÁN

Lámparas diseñadas utilizando la revalorización de paja de trigo, técnica conocida por ser aplicada en las chupallas de Ninhue. Luminarias Deninhue se enmarca en la zona de Ninhue, Octava región, Chile. Esta se caracteriza por una rica actividad cultural y destaca por artesanía en paja de trigo con la realización de la "Chupalla" elemento típico del huaso chileno. En la zona existe una migración de la población en búsqueda de nuevas oportunidades junto con una desvalorización del producto artesanal por el remplazo por productos sintéticos de bajo costo, provocando la debilitación en la realización de variedades de productos. Nuestro objetivo es generar nuevos productos revitalizando y revalorizando de la identidad de la artesanía local mediante un trabajo en conjunto Diseñador- Artesano.

<https://www.instagram.com/entrefibras.li/?hl=es-la>



OVEJA AUSTRAL TEÑIDO NATURAL . CONCEPCIÓN

Textiles teñidos utilizando elementos naturales para decoración.



<https://www.facebook.com/OvejaAustral>

PEUMA JUGUETES PATRIMONIALES. PUCÓN



Peuma es una línea de juguetes patrimoniales, los cuales fusionan ARTESANÍA + TECNOLOGÍA, desarrollan la creatividad de los niños pues no entregan respuestas condicionadas,

están elaborados con materiales nobles: lana, madera nativa, lino, nocha y tejidos por sabias artesanas del Sur de Chile, portadoras de un conocimiento ancestral. Pucon.

<https://peumajuguetes.cl>

VÍNCULO DE ORIGEN. PANGUIPULLI

Mediante el uso combinado de tecnologías, como códigos QR, GPS, medios audiovisuales e Internet, los consumidores de productos artesanales, con la ayuda de sus smartphones, podrán escanear el código QR en las etiquetas de los productos artesanales y tomar

un viaje virtual, desde dónde sea que se encuentren en el mundo, hasta el lugar de origen del producto. Luego en un video (1:30 min), el productor desde su lugar de origen explica cómo, por quienes y dónde se confeccionó el producto artesanal.



<https://vinculodeorigen.cl>

FUNDACIÓN CHOL CHOL. TEMUCO

Comercializadora que se involucra en el saber - hacer de cultores, artistas y artesanos, ofrece una amplitud de productos que éstos realizan. Teniendo desde la platería tradicional mapuche, sumado a piezas accesorias con innovación en base a la aplicación de otros materiales/técnicas, pasando por la alfarería tradicional y contemporánea, junto a una selección de productos en cestería, madera, cueros y objetos con pertinencia cultural, es en la producción textil, de la lana de oveja, en donde tenemos un trabajo de diseño colaborativo comprometido. Siendo el rescate de técnicas y la mantención exclusiva de condicionantes como la tinción natural y el telar tradicional, la base de nuestra propuesta.



Comercializadora que se involucra en el saber - hacer de cultores, artistas y artesanos, ofrece una amplitud de productos que éstos realizan. Teniendo desde la platería tradicional mapuche, sumado a piezas accesorias con innovación en base a la aplicación de otros materiales/técnicas, pasando por la alfarería tradicional y contemporánea, junto a una selección de productos en cestería, madera, cueros y objetos con pertinencia cultural, es en la producción textil, de la lana de oveja, en donde tenemos un trabajo de diseño colaborativo comprometido. Siendo el rescate de técnicas y la mantención exclusiva de condicionantes como la tinción natural y el telar tradicional, la base de nuestra propuesta.

Documentales

MEDIACIÓN CON DOCUMENTALES

Se presentaron 4 documentales en los que se generó diálogo con el público en temas de problemática **MEDIAMBIENTAL, EFECTOS QUE GENERAN DEGRADACION EN LOS TERRITORIOS Y PRECARIZACION LABORAL.**

61

PENÍNSULA MITRE



Península Mitre
88 min.)
Argentina
Dir. Gauchos del Mar
Año: 2016

<https://www.youtube.com/watch?v=mFVTvZJF25k&t=60s>

Los hermanos Gauchos del Mar realizan una expedición inédita a pie con 35kgs en sus mochilas, durante 53 días por la punta más al Este de Tierra del Fuego, un área virgen donde no vive nadie. Se plantean como objetivo llegar a surfear una ola de clase mundial en el Faro del Cabo San Diego, el punto más oriental. Para llegar allí tienen que superar terrenos muy duros, escasez de comida y un clima hostil. Sin comunicación, documentan la región para compartir su mensaje ambiental, dejando de lado el consumismo y acercándonos a una forma sencilla de vivir para proteger Península Mitre para siempre!

62

LA OTRA CORDILLERA



La Otra Cordillera
15.53 min.
Chile
Dir. Nicole Ellena &
Erick Vigouroux
Año: 2018

<https://vimeo.com/201906621>

La industria forestal ha invadido la cordillera de Nahuelbuta. Un grupo de kayakistas decide explorar estas antiguas montañas a través del descenso en kayak del río Carampangue, uno de sus más emblemáticos cuerpos de agua, para documentar el impacto de las plantaciones de monocultivo y descubrir las historias de quienes habitan y defienden esta ancestral tierra. Relatos de la expedición se combinan con entrevistas a los habitantes de esta tierra, revelando el profundo impacto socioambiental producido por la industria forestal, así como la latente belleza de esta gran cadena montañosa.

BOSQUE DE NIEBLA



Bosque de Niebla
90 min.
Mexico
Dir. Mónica Álvarez F.
Año: 2017

<https://www.youtube.com/watch?v=PehbDQjAJQo>

Los habitantes de una pequeña comunidad en Veracruz son los guardianes de uno de los ecosistemas con mayor riesgo en el país: el bosque de niebla. Allí intentan rediseñar su propia cultura (necesidades, alimentación, educación y la relación con otras personas y con la misma naturaleza), buscando con esto una vida mucho más sencilla y sostenible.

NEOCOLONIALISMO



Neocolonialismo
18.22 min.
Mexico
Dir. Beatriz Millon
Año: 2017

En el Istmo de Tehuantepec (México) el capital ha transformado al viento en mercancía y en un medio para la explotación y expropiación del territorio. La construcción de un Megaproyecto de energía eólica ha generado en la región -a cambio de las tierras y el viento- una cantidad limitada de trabajos temporales, la transformación acelerada en la forma de vida y convivencia de las comunidades, una fuerte polarización social y comunitaria, y una serie de efectos ambientales negativos relacionados con la construcción de los parques de turbinas eólicas. En ese rincón de sur del estado de Oaxaca, mediante el discurso de la energía verde llevado a cabo principalmente por empresas transnacionales (Iberdrola, Gas Natural Fenosa, Acciona, Gamesa, EDF Energies Nouvelles, entre otras) justifica el despojo y la radical transformación de la vida comunitaria bini'zaa (zapoteca) e ikoots (huave).

Cadena de Valor del Producto



Nos apoyan **9 diseñadoras y diseñadores** en cada uno de los eslabones de producción:



MATERIAS PRIMAS

Oscar y Romina de estudio tribal.



DISEÑO Y DESARROLLO

Carmen Alcantara de Allpa Perú.



DISEÑO DE SERVICIOS

Federico Thumm en diseño de servicios.



MARCA CHILE

Victor Palma al final del proceso junto a Marca Chile.



VINCULACIÓN ENTRE SECTORES PRODUCTIVOS

Elena Fabeiro, gerente de Artesanías de Galicia.



BRANDING TERRITORIAL

Marco Montemaggi experto en branding territorial y mercado del lujo desde Italia.



PRODUCCION E INNOVACION TECNOLÓGICA

Rodrigo Gajardo de la ong Saber Hacer.

INTERNACIONALIZACIÓN

Bárbara Cantó y su experiencia de exportacion con TADA Zapatos.



EDICIÓN 2018

Fue una instancia de dialogo y formación en diseño, artesanía, territorios y comercio justo, de 4 días de duración con actividades entre las que se contaron exposiciones de casos exitosos, talleres, foros de dialogo, documentales, premiaciones y fiesta. Con una extensión en Chilán que aportó nuevas miradas territoriales a una problemática común en la diversificación de contenidos culturales ligados al sector Diseño.





Agosto

cola
bora
fest

4° FESTIVAL
INTERNACIONAL
DE DISEÑO Y
ECONOMÍA SOCIAL

El año de los objetos

www.colaborafest.org

EDICIÓN **2019**



colaborafest

4

DÍAS

DIEZ
MARCAS
BENEFICIADAS

28

INVITADOS

2

CIUDADES

71

72

EDICIÓN 2019

NUEVOS MATERIALES

Tratamos temas como la economía solidaria y Empresas B. También la economía circular y la sustentabilidad como un generador de cambio.

EL RELATO DETRÁS DEL PRODUCTO HANDMADE

Hablamos del consumo colaborativo, la movilidad, el conocimiento abierto y el financiamiento. La nueva forma de concebir empresas.

ASOCIATIVIDAD

Fue un espacio para la formación en trabajo y producción cooperativas, asociaciones y su impacto en el desarrollo de una comunidad.



COLABORAFEST 2019 | SOCIALES





75

76

COLABORAFEST 2019 | SOCIALES





Rafael Salas

Fundador de Lup, marca que transforma residuos plásticos en objetos de diseño y decoración.



Felipe Martino

Bosque Hundido. Mueblería crea piezas únicas a través de maderas rescatadas de forma selectiva en los fríos lagos del sur de Chile.



Juan Pablo Riquelme

Cofundador de Lemu Handmade, equipajes de cuero hechos a mano.



María José García

Arquitecta, Directora Ejecutiva de Fundación El Árbol.



Manufactura Nacional

Programa de 4 proyectos que interactúan entre sí en la búsqueda de nuevas audiencias para la artesanía y el diseño.



Cristian Figueroa

TejeRedes. Metodología en torno al trabajo en red y sistemas de articulación colaborativa.



Felipe Bengoa

Mappin. En trabajo conjunto con ilustradores, artistas y diseñadores chilenos, crean mapas que destacan la identidad de cada territorio



Joaquín Béjares

Encuentro Local. Único evento nacional que invita a conocer e interactuar con la cultura del diseño chileno.



Joana Colom

Arrelaires. Proyecto cuya labor es recuperar y conservar raíces que por condiciones externas han padecido falta de atención.



Paula Navarrete

PETLAMP. Lámparas del diseñador español Álvaro Catalán de Ocon, idea vinculada al compromiso social con diferentes culturas del planeta.



Gerardo Wijnant

Ingeniero Civil Industrial especialista en Comercio Justo. Fundador de Doble Impacto.



**Sebastián Arriagada y
Javier Hechenleitner.**

Serie Manufactura. Iniciativa audiovisual que retrata proyectos de manufactura local.



Jorge Tagle

Economista, fundador de la fundación Trabajo Para Un Hermano Concepción.

Líneas Programáticas

Se planificaron 3 líneas de programación, en función a los objetivos planteados y las problemáticas detectadas:

1. A los artesanos es la falta de tiempo para desarrollar nuevos productos e investigar debido a la urgencia de vender.
2. A los diseñadores, falta de cruce con técnicas patrimoniales.



Los nuevos materiales en la aplicación artesanal

LÍNEA PROGRAMÁTICA 1

Espacios participativos de construcción colaborativa de temas, tratados en el formato "Diseño Dialoga con la Artesanía", "Casos de experiencias", "Documentales + Cerveza" y "Talleres".



ABIERTO A TODO PÚBLICO

Actividades organizadas siguiendo los caminos de exploración del diseño.



El relato detrás del producto

Documentales

MEDIACIÓN CON DOCUMENTALES

Se presentaron 2 documentales en los que se generó diálogo con el público en temas de problemática **MEDIAMBIENTAL, EFECTOS QUE GENERAN DEGRADACION EN LOS TERRITORIOS Y PRECARIZACION LABORAL.**

81

SERIE MANUFACTURA: TERCERA TEMPORADA



Serie Manufactura
Chile
Produce: Recmobil
Año: 2019

<https://www.youtube.com/watch?v=ezLulGaq0uE>

Es una iniciativa audiovisual que retrata proyectos de manufactura local. Aborda a quienes optaron por un camino alternativo, en donde un producto es el resultado de trabajo, dedicación y honestidad. No son antiguos artesanos, son jóvenes quienes, insertos en una sociedad hipermoderna, combinan tecnología, creatividad y respeto por lo hecho a mano. Estos breves retratos estimulan la reflexión sobre un mundo saturado de objetos, preguntándose ¿Quién está detrás de aquello que consumimos?



82

LOS PLÁSTICO



Los Plástico
(13 min.)
Chile
Produce: Patagonia
Año: 2019

<https://cl.patagonia.com/pages/los-plastico>

Buscaban las olas más grandes del mundo para surfear en la remota y aislada isla de Alejandro Selkirk. Explorando entre gigantes, los surfistas Kohl Christensen, Ramón Navarro, Patricio Mekis y Léa Brassy encontrarán tesoros más grandes de lo que esperaban. ¿Como estos afuerinos de las islas descubren que un pequeño grupo de personas puede hacer grandes cambios?

Talleres

ACERCAR LOS OFICIOS

Se diseñó una serie de talleres denominados productivos en donde se pretende abrir al público general la práctica artesanal en torno a una técnica y una materialidad hacia el uso cotidiano. Cómo una forma de acercar el consumo de este tipo de productos.

Fueron 2 talleres, con enfoque en lo que denominamos artesanía urbana. Cestería, Tallado en madera y Fibras Artificiales.

TALLER CESTERÍA URBANA

Ambos impartidos por el equipo de LUP, donde los inscritos conocieron sobre la tradición del mimbre en Chile, exploraron nuevos usos para el plástico reciclado, aprendieron los conceptos básicos de la técnica de cestería y terminaron la clase con un canasto o cuenco tejido con sus propias manos.

CHILLÁN



CONCEPCIÓN



LÍNEA PROGRAMÁTICA 2

Cerrado a 8 marcas que vinculen diseño con artesanía, elegidas mediante convocatoria abierta abierta a todo el país, que hoy nos acompañan, este programa tiene por objetivo la amistad en el diseño hecho a mano, uniéndonos a los objetivos del desarrollo sostenible. En muchas relaciones comerciales convencionales existen escasas oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores, campesinos o artesanos.

Fueron 6 nuestros jurados, actores destacados en el área negocios, relato y del diseño de objetos de base artesanal.



ABIERTA SOLO PARA PROYECTOS SELECCIONADOS

Actividades organizadas siguiendo los caminos de exploración del diseño.



Macarena Concha

Productora Ejecutiva de Cine y TV con 16 de años de trayectoria. Licenciada en Historia y Magíster en Gestión Cultural.
cinechile.cl/persona/macarena-concha/



Pablo Ocqueteau

Cocreador de Mapuguaquen, altavoces de arcilla que combinan tradición alfarera ancestral con tecnología de audio inalámbrica de última generación.
www.mapuguaquen.com



Paz Osorio.

Diseñadora (PUC), cofundadora de MARCHANTES, consultora enfocada en cultura, medios e innovación y de La Perla Factoría, tienda de arte. marchantes.cl



Bárbara Cantó.

Directora creativa de TADA zapatos, empresa que De la mano de artesanos, desarrollan zapatos especialmente diseñados para disfrutar el caminar www.tada.cl



Cristian Fuentes.

Diseñador, Gestor Cultural, Director de FidChile. Trabajó durante 8 años en el área comunicación visual del Festival Internacional Santiago Off.
www.fidchile.com



Javier García.

Fundador de UÑU, comercializadora que rescata el patrimonio de Chiloé, dándole valor agregado al diseño y el mejoramiento de las condiciones laborales y económicas de las familias de los artesanos.
www.instagram.com/unu.chile

Nos apoyan **4 expertos** en cada uno de los eslabones de producción:



MODELO DE COMERCIO JUSTO

Gerardo Wijnant, fundador de Doble Impacto.



**MODELOS DE
COMERCIALIZACIÓN
COOPERATIVA**

Jorge Tagle, fundador de Trabajo para un Hermano.



MARCA CHILE

Victor Palma al final del proceso, junto a Marca Chile.



**CREACIÓN DE
PROPÓSITO COLECTIVO**

Cristian Figueroa, fundador de TejeRedes, España.

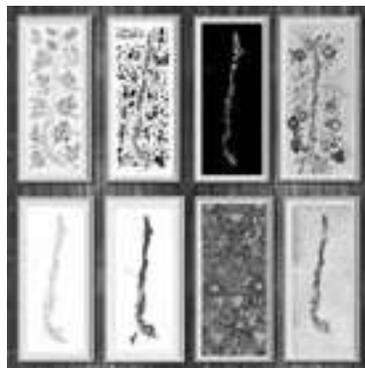
Certifica- ciones y Comercio Justo

Así se diseñó este programa, pensando en la relación con los proveedores y técnicas generalmente provenientes de zonas en desigualdad, en desventaja económica y social respecto a los actores dominantes en los mercados y la falta de asociatividad.

En este contexto, este año generamos una serie de talleres encadenados en base a modelos de comercio justo, cooperativos y de certificación y sellos que faciliten la comercialización.

MAPPIN - SANTIAGO

Mappin (Chile) busca rescatar antiguas obras, mapas y planos a través de la creación de objetos decorativos. En trabajo conjunto con ilustradores, artistas y diseñadores chilenos, crean mapas que destacan la identidad y cultura de cada territorio.



www.mappin.cl



LEMU HANDMADE - PUERTO MONTT

Lemu Handmade (Chile) es una empresa de diseño y confección de equipajes y complementos de cuero hechos a mano, con una marcada identidad inspirada en la Patagonia.

www.lemuhandmade.cl



TRUFQUÉN - SANTIAGO

Trufquén, Handcrafted Design (Chile) crea piezas con un alto valor estético cultural y patrimonial usando materias primas originales como la greda, y el saber hacer de maestros artesanos.

www.trufquen.cl

MICROALQUIMIA - TEMUCO

Microalquimia (Chile) es un estudio de artesanía contemporáneo integral, donde se desarrollan, diseñan y hacen a mano objetos utilitarios y ornamentales de excelencia, bajo el concepto de comercio justo.

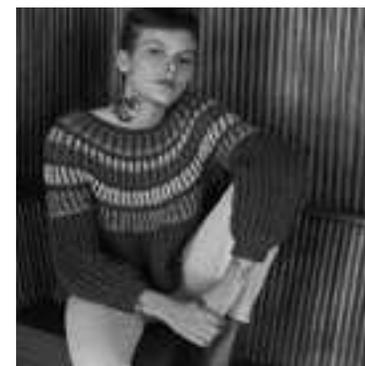
manuelmartinezorfebre.com



ROPA DE GÉNERO - SANTIAGO

Ropa de Género (Chile) es un emprendimiento textil que se mezcla con el reciclaje, cuyos diseños se caracterizan por el respeto de los materiales, relacionándose armónicamente con la naturaleza y sus dinámicas productivas.

www.ropadegenero.cl



COLABORAFEST 2019 | LÍNEAS PROGRAMÁTICAS

LA PIÑA - SANTIAGO

La Piña (Chile) es un emprendimiento que busca darle un nuevo uso y valor al plástico mediante el reciclaje y diseño de nuevos productos realizados en conjunto al trabajo de costureras independientes.

Instagram: @pinazerowaste



LUP - SANTIAGO

LUP (Chile) es una empresa que elabora fibra flexible de plástico mediante un sistema de reciclaje a baja escala, la que se utiliza para crear nuevos productos en alianza con artesanos y pequeños productores.

www.plasticlup.com



91



FACTORÍA IZMIR-ÑIQUÉN

Factoría Izmir® (Chile) fusiona el oficio de la fabricación de calzado y el rescate de técnicas textiles, en donde la unificación de materiales, cuero e hilado, se potencian y realzan.

Instagram: @factoria_izmir

SUREÑO CO. - SANTIAGO

Sureño Co. es un estudio de diseño y manufactura multidisciplinario, que se enfoca en rescatar los valores y patrimonio del sur de Chile, reutilizando materiales y creando objetos funcionales a través de la técnica artesanal y la tecnología contemporánea.

www.southplicity.club



92



COTORRA - SANTIAGO

Cotorra (Chile) es una marca de bolsos y mochilas diseñadas y fabricadas por diseñadores independientes chilenos y hechas a mano en todas las etapas de fabricación. Sus diseños se inspiran en la fauna endémica del país.

www.cotorra.cl

LÍNEA PROGRAMÁTICA 3

Mercado Colaborafest, es un mercado programado para promover y apoyar la venta de productos de los proyectos seleccionados al programa de acompañamiento.



Fueron 8 marcas, desde el diseño y la artesanía, elegidos con una línea curatorial que se enmarca en principios de impacto social, medioambiental y económico.



ABIERTO A TODO PÚBLICO

Actividades organizadas siguiendo los caminos de exploración del diseño.



LEMU HANDMADE



PURAGREDA



METAL Y FUEGO



MÖRO



TROLEF



FACTORÍA IZMIR



LA PIÑA



NÓMADE



**colabora
fest** [®]
4º FESTIVAL
INTERNACIONAL
DE ECONOMÍA
Y DISEÑO SOCIAL

EDICIÓN 2019

Fue un festival especial, mas centrado en lo humano, en las relaciones y los saberes colectivos. Sabemos que este es el punto de partida de futuros proyectos, alianzas, negocios, entre nuevos amigos, en este Chile que diseñamos juntos.



Informe Análisis de Audiencias

97



CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

Se define “Medición de audiencias” como el conjunto de métodos de investigación utilizados para obtener información sobre la audiencia, y que permite estimar el número de personas que han estado expuestos a un evento medial en un momento del tiempo determinado.

98

OBJETIVOS DE LA MEDICIÓN DE AUDIENCIAS:

- Identificar al consumidor cultural asistente al evento, de esta forma permitiendo a la organización diseñar y programar los contenidos editoriales, siguiendo la respuesta de la audiencia y la rentabilidad e interés de los anunciantes.
- Recopilar métricas de asistencia y satisfacción.
- Valorar al público asistente como parámetro para venta de espacios publicitarios segmentados.
- Generar evidencia para apoyar el proceso de toma de decisiones.
- Para testear nuevas ideas e informar futuros planes.
- Para registrar lo que sucedió y como sucedió.
- Para poder responder a circunstancias cambiantes más rápido.

Para la medición de audiencias del festival Colaborafest nos enfocaremos a 4 etapas definidas temporalmente, cada una con una metodología y objetivos distintos.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DE RESULTADOS

2017

2.1 ENCUESTA SATISFACCIÓN CIERRE 2017

En el marco del festival Colabora-fest 2017 se realizó esta encuesta de satisfacción, diseñada online utilizando la plataforma Google Forms. Fue publicada en Facebook y sitio web de colaborafest.org y enviada al mailing list del festival. A pesar del esfuerzo anterior por obtener resultados y estar activa durante los meses de enero y febrero 2018, solo se obtuvieron 7 respuestas, por lo que sus respuestas no son significativas para poder caracterizar a todo el público asistente. No obstante de lo anterior sirven para dar una tendencia del comportamiento de este.

De las respuestas se concluye que la gente se enteró exclusivamente por redes sociales o recomendación directa, y que la opinión del festival fue positiva. Dentro de las recomendaciones recibidas el consenso casi unánime es a mejorar la difusión del evento.



- Mailing list
- TV
- Diario
- Revistas
- Redes sociales (Facebook, Twitter, etc.)
- Recomendación directa

1.1 OBJETIVOS.

Los 4 objetivos de la medición, junto con el instrumento a utilizar fueron.

- 1) Caracterizar al usuario (Encuesta en la inscripción.)
- 2) Medir feedback del evento (encuesta de opinión).
- 3) Medir éxito del programa de acompañamiento (Focus group).
- 4) Lograr métricas cuantitativas.

Inauguración (número de papeles entregados).

Documentales (entradas vendidas).

Talleres abiertos (entradas vendidas).

1.2 ETAPAS DE MEDICIÓN.

Etapa 1

Julio a Octubre:
Medición a través de la web mediante compra de entradas anticipadas.

Etapa 2

Mes de Octubre:
Medición a través de RRSS o mailing de público interesado.

Etapa 3

Noviembre:
medición en el mismo festival, presencial, y al finalizar las actividades.

Etapa 4

Recopilación de información y análisis.

2018

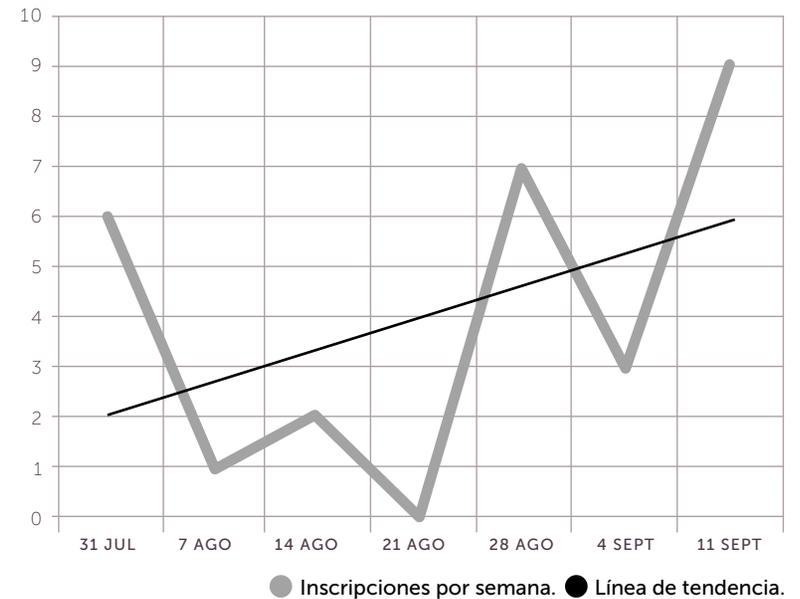
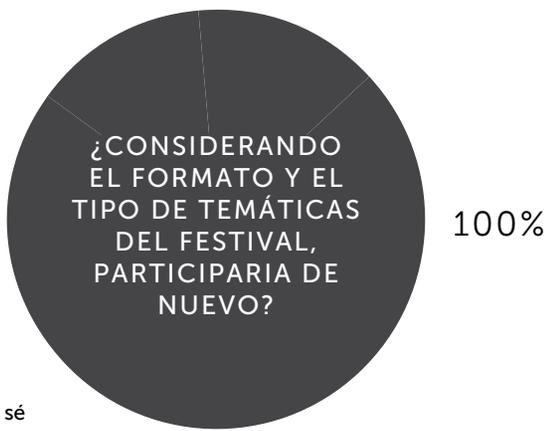
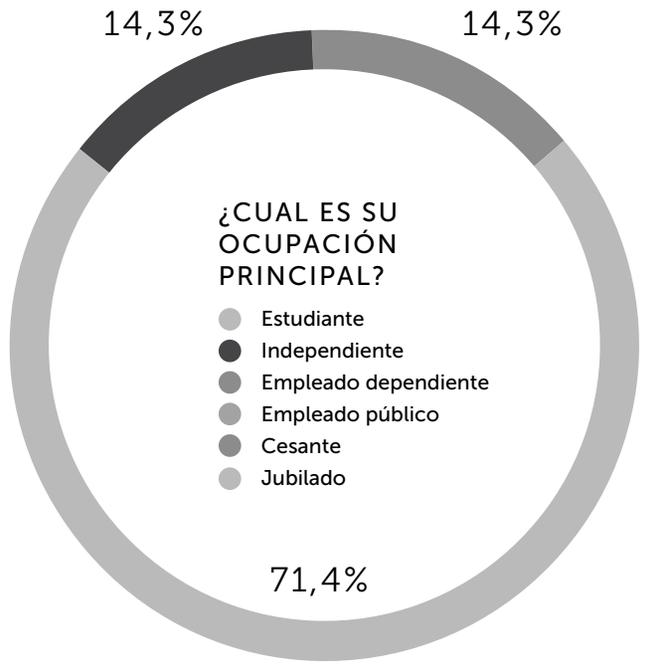
2.2 CONVOCATORIA PARA PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO

En el marco del festival Colaborafest 2018 se realizó una convocatoria abierta a emprendimientos con temas afines al Festival para poder acceder a un programa de acompañamiento liderado por expertos. Tras 7 semanas de convocatoria, se recibieron 28 proyectos exitosamente postulados. Este informe presenta algunos análisis sobre el perfil de los proyectos.

Al analizar los proyectos recepcionados vemos que son principalmente del Gran Concepcion (50%), hechos a mano, y de temáticas muy variadas, liderando "Diseño de objetos" (19%) y "lanas" (15%).

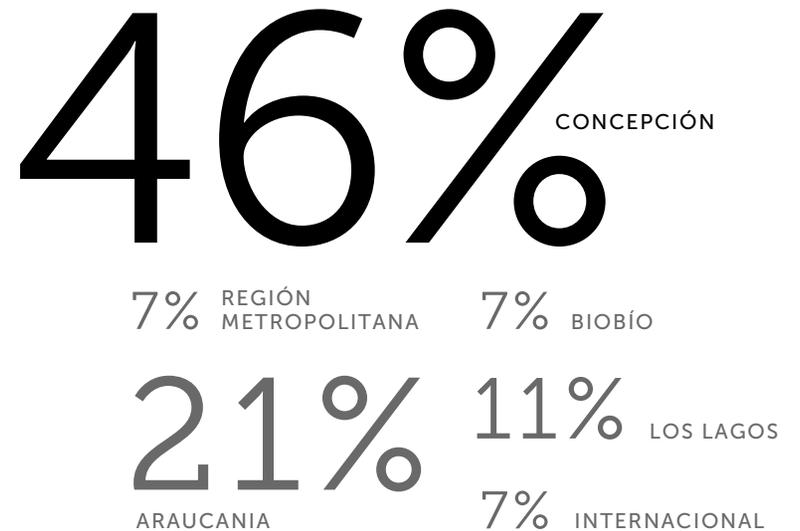
La convocatoria logró atraer proyectos que están funcionando activamente en su mercado, donde un 64% reconoció que su proyecto está funcionando de forma activa y con ventas.

Respecto de su presencia en internet solo un 50% de los postulantes tienen Redes Sociales, y del total solo un 10% página web funcionando.





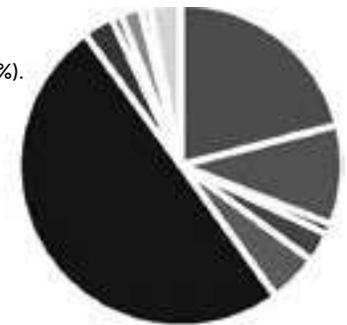
2.2.1 COMUNA DE RESIDENCIA



- Para mejorar presentación se agrupan las comunas de la provincia de Concepción en 1 solo ítem.
- Casi el 50% de los postulantes son de Concepción, sin otra comuna en específico que aglomere proyectos postulantes.

2.2.2 TEMA DE RELEVANCIA

- Empleo y producción local (21%).
- Zero Waster (3%).
- I+D+I (3%).
- Materia orgánica (1%).
- Comercio justo (10%).
- Proyecto social (5%).
- Edición limitada ().
- Trazabilidad (1%).
- Hecho a mano (50%).
- Respeto animal (2%).
- Otros (3%).



50% de los proyectos consideran que ser "hecho a mano" es lo más importante. Le siguen empleo y producción local con un 21% y Comercio justo con 11%.

La convocatoria se realizó desde fines de Julio y estuvo abierta hasta mitad de septiembre. Notar que las primeras 4 semanas de convocatoria solo se inscribieron 9 proyectos de los 28 recibidos, siendo la fecha posterior al 21 de agosto donde se incrementa la cantidad de postulantes semanales.

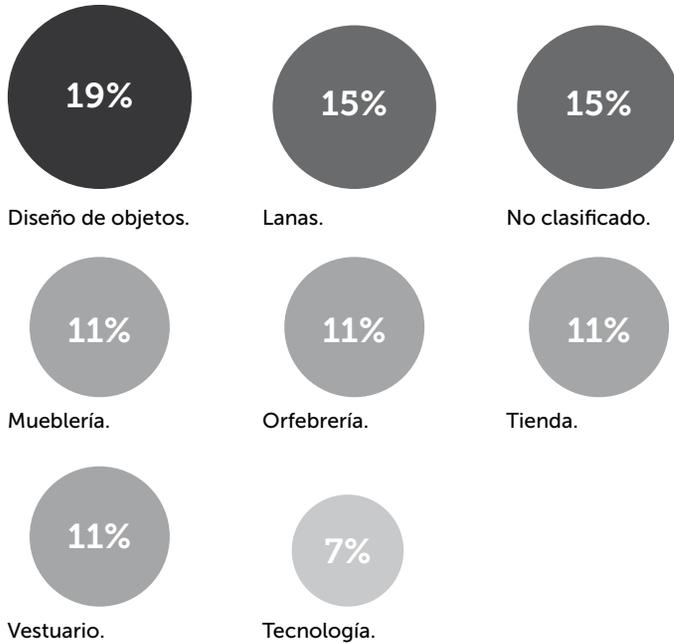
Al revisar historial de actividad del Fanpage de Facebook del festival se puede ver un pick de actividad en posts publicados entre el 19 y el 21 de agosto.



Historial de publicaciones en el Fanpage de Colaborafest en Facebook

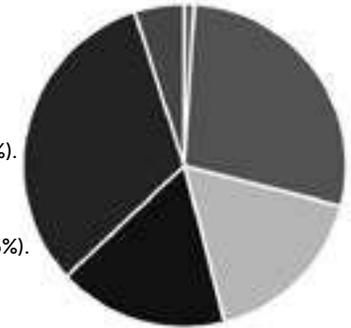
2.2.3 TEMÁTICA DEL PROYECTO

Al categorizar los proyectos según su temática, se puede ver que están repartidas principalmente en 7 categorías, siendo las principales Diseño de objetos (19%) y Lanas (15%). Le sigue la categoría "No Clasificado" con un 15%, la cual incluye todos los proyectos que no clasificaban en ninguno de las otros, indicando la fuerte variedad en la temática de los postulantes.



2.2.4 CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

- Innovación nacional (28%).
- Innovación incremental (17%).
- Integración de tecnología (17%).
- La innovación esta en el modelo de negocios (32%).
- No hay innovación presente (5%).
- Innovación disruptiva (1%).



Según los postulantes el nivel de innovación está dividido, siendo los mas grandes 32% en el modelo de negocios y 29% Innovación nacional.

2.2.5 VIABILIDAD DEL PROYECTO

Un 65% de los postulantes lleva vendiendo un tiempo, y el resto se divide en partes iguales entre otras opciones de menor nivel (Lograr primera venta, tener una idea, o ganas de emprender).



- Tengo ganas de emprender una idea (53%).
- Tengo un pitch sobre mi negocio (6%).
- Tengo un prototipo de mi producto (14%).
- Tengo la primera venta (16%).
- Ya llevo tiempo vendiendo (8%).
- Ya llegué a cubrir mis costos (5%).

3.0 RESULTADOS EVENTO CHILLAN.

El 6 noviembre fue el primer día del festival, realizándose una presentación en Cecal, ciudad de Chillan.

Información de Asistentes:

- Se inscribieron 9 personas en el evento por página web, de las cuales solo llegaron 2. El resto de los asistentes fueron en su totalidad un curso de estudiantes de Diseño más su profesor.
- 75% del publico eran mujeres.
- Total asistentes al evento: 36 personas.

Al final del evento se entrega una encuesta para saber los intereses de los asistentes, pensando en recopilar información para un futuro festival en la ciudad. Se reciben 32 respuestas, (88% de la población). A continuación se hace un análisis por pregunta.

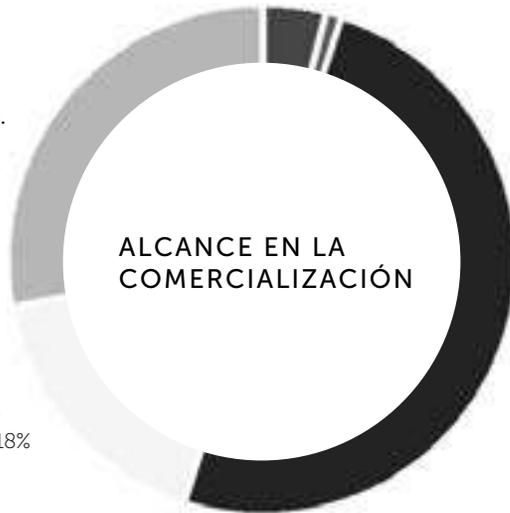
1- Cuales temáticas del festival te interesan más? (Marca hasta 5): Empleo y producción local, Comercio justo y trabajo digno, Trazabilidad, Zero Waste, Proyectos sociales, Certificación Social, Hecho a mano. I+D+I (Investigación + Desarrollo + Innovación), Edición limitada, Respeto Animal, Materia orgánica.

Entre las 11 alternativas a las 5 más votadas son I+D+I, Comercio justo, Respeto Animal, Proyectos Sociales y Hecho a mano, siendo las respuestas suficientemente variadas para que no haya una mayoría bien definida.



Figura 1: Temáticas del festival favoritas.

- Nacional (50%).
- Latinoamericano (17%).
- Global (28%).
- Local (4%).
- Regional (1%).



La mitad de los postulantes no se proyecta fuera de su país a los 3 años. Un 29% lo hace de forma global y un 18% Latinoamericano.

- Es estandarizado, pero requiere cierta adaptación dependiendo del cliente (68%).
- Es completamente estandarizado (17%).
- Se desarrolla a la medida de cada cliente (17%).



Los proyectos son mayormente de alcance nacional (50%), llevan un tiempo vendiendo (53%), son relativamente estandarizados (68%) y proponen mejoras frente a lo que ya existe en el mercado (75%).

RRSS y web

De los 28 proyectos solo 14 declaran tener Facebook (50%). Todos lo que declaran tener FB tienen cuenta en Instagram. De ellos mismos solo 3 de ellos tiene sitio web funcionando otros 3 en construcción.

3.2 RESULTADOS EVENTOS CONCEPCION.

Del 7 al 9 de Noviembre se realizó el festival en la Alianza Francesa, Concepción. La siguiente información es el análisis de los inscritos con entrada al festival, sea por compra web o al registrarse en la puerta. Los asistentes a los documentales se verán por separado.

3.2.1 INSCRITOS

El número de personas registradas al festival fueron 74 Personas. Este número solo considera personas con entrada, y no invitadas al evento de inauguración o a los participantes del programa de mentorías. Al preguntar cómo se enteraron del festival la principal fuente de información fue Universidades (29%), seguido de "Grupos de artesanos" (Nodo Arauco, Irade, Municipalidad de Cañete, etc).

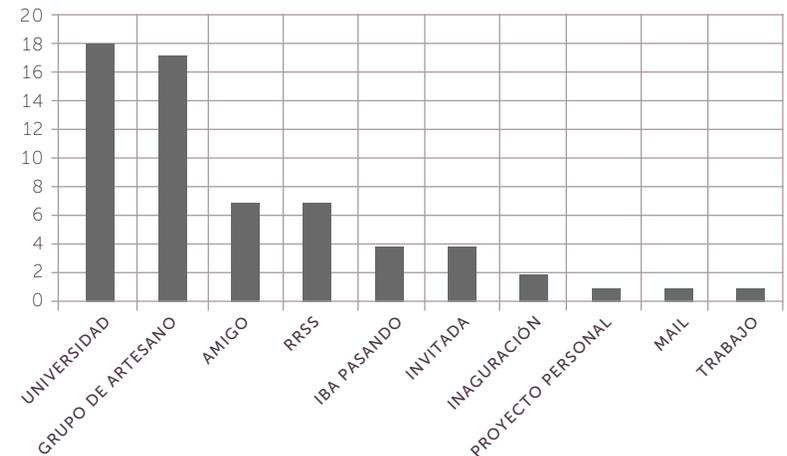


Figura 1: Desglose de Asistentes al festival por fuente por la que se enteraron.

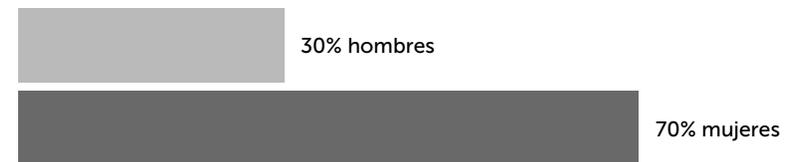


Figura 2: Desglose de asistentes por género.

Con respecto al género se ve que es notoriamente femenino, con solo un 30% de asistentes hombres.

2- Marca cuanto es tu nivel de interés para las siguientes actividades del festival.

El evento más deseado serían Talleres, seguido de Charlas. La actividad con menor interés sería mesas de conversación.



Figura 2: Interés sobre tipo de actividad, donde 0 es muy poco interés y 5 mucho interés.

3- ¿Cuántos días te gustaría que durara el festival?

Un 59% prefiere que el festival sea de tres días, seguido de un 35% por dos días y solo un 6% para un día.



Figura 3: Duración preferida del festival

3- ¿Hasta cuanto estarías dispuesto a pagar por la entrada?

- 0
- 1.000
- 5.000
- 10.000

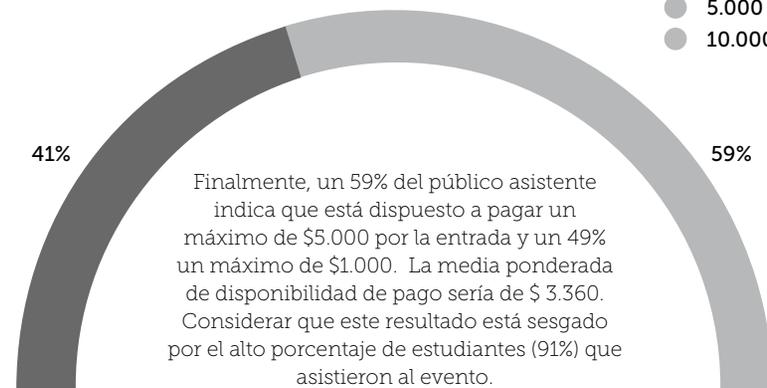


Figura 4: Disponibilidad para pagar.

3.2.3 ANÁLISIS POR ACTIVIDAD.

Para medir la audiencia por evento se siguió la metodología de contar a mano el número de asistentes sentados. Para reducir error la medición se realizó siempre en la mitad de cada evento.

EL DISEÑO DIALOGA CON LA ARTESANÍA	30
CASO: ALLPA PERÚ	35
DOCUMENTALES	23
INAUGURACIÓN	72
EL LUJO EN EL PROCESO DE DISEÑO Y SU IMPACTO EN LOS TERRITORIOS	33
CASO: ARTESANÍAS DE GALICIA	31
DOCUMENTALES	23
PECHAKUCHA	23
LA APLICACIÓN ARTESANAL EN EL PRODUCTO DE DISEÑO	9
CASO: TADA ZAPATOS	26
DOCUMENTALES	15
CIERRE (EQUIPO + PROYECTOS SELECCIONADOS)	19

Figura 5: Asistentes por evento abierto.

Al ordenar las actividades cronológicamente se ve que el evento con mayor afluencia de público fue la inauguración del día miércoles, seguido de las actividades de la mañana el mismo día.

A los 3 eventos principales (diseño dialoga con la artesanía, lujo en el proceso de diseño y su impacto en territorio, aplicación artesanal en el producto de diseño y Caso Tada Zapatos) se les realizó una pequeña encuesta de calidad. Esta fue medida con la entrega de un papelito al final de la actividad, indicando que es para poder "medir calidad del evento y lograr mejora continua".

Colaborafest 2018 - Evaluación de actividades

Por favor ayúdanos a mejorar los contenidos de nuestro festival respondiendo esta corta evaluación

	Malo	Deficiente	Indiferente	Bueno	Excelente
Contenidos	●	●	●	●	●
Calidad en la presentación	●	●	●	●	●
Duración del evento	●	●	●	●	●

Figura 8: Ejemplo de encuesta de calidad.

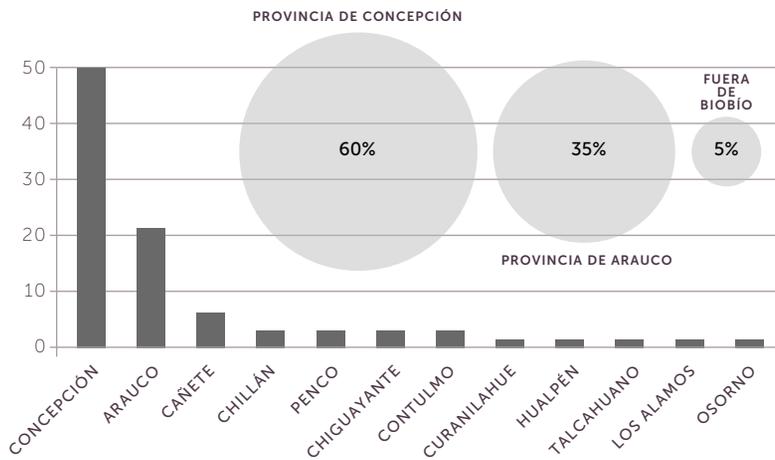


Figura 3: Comuna y provincia de Residencia.

Al revisar la comuna de residencia de los asistentes un 50% declara a Concepción, seguid de Arauco y Cañete. Al agrupar por provincia se ve que el 60% del público viene de la Provincia de Concepción, 35% de la provincia de Arauco y solo un 5% de otras partes.

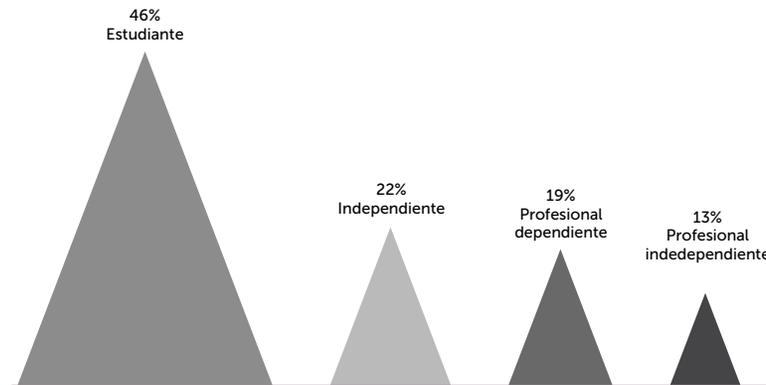


Figura 4: Desglose por ocupación.

Al revisar la ocupación del público asistente se ve que casi la mitad de este son estudiantes, y el otro porcentaje dividido en profesionales. Profesional dependiente se considera como contratados a tiempo completo, profesional independiente como los que trabajan como empleados pero a tiempo parcial o por proyecto e independientes aglomera a emprendedores y artesanos.

3.2.4 MENTI INAGURACIÓN.

Durante el evento de Inauguración se presentó un documental de Patagonia sobre Fair trade. Como una forma de concientizar al público se realizó una encuesta mediante la aplicación web Menti, preguntando si el público sabe de donde proviene la ropa que tienen puesta.

3- ¿Sabes de donde proviene lo que llevas puesto?

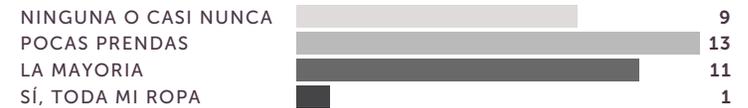


Figura 10: Pantallazo Encuesta realizada durante la Inauguración. Fuente: Menti.com

3.2.5 DOCUMENTALES.

En las tardes del festival se presentaron 4 documentales en 3 eventos separados. Además de estar incluidos en el festival, se invita a la comunidad a participar con un costo de \$1.000.

	Mie	Jue	Vie	Total
INSCRITOS WEB	24	17	9	50
Asistentes (Inscritos web)	1	5	--	6
Asistentes (Inscritos en la puerta)	1	9	1	11
Asistentes (del festival)	21	9	4	34
Total Asistentes	23	23	5	51

Figura 11: Detalle inscritos y asistentes a documentales.

Inscripción por el sitio web no fue un buen indicador de asistencia, ya que solo un 12% de los que se inscribieron en el sitio efectivamente fueron a ver el documental. La mayor cantidad de asistentes a los documentales fueron directamente asistentes al festival (67%).



Figura 11: Desglose de público en documentales.

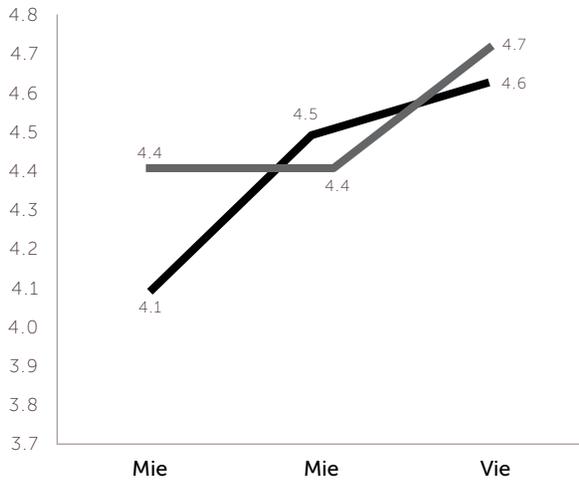
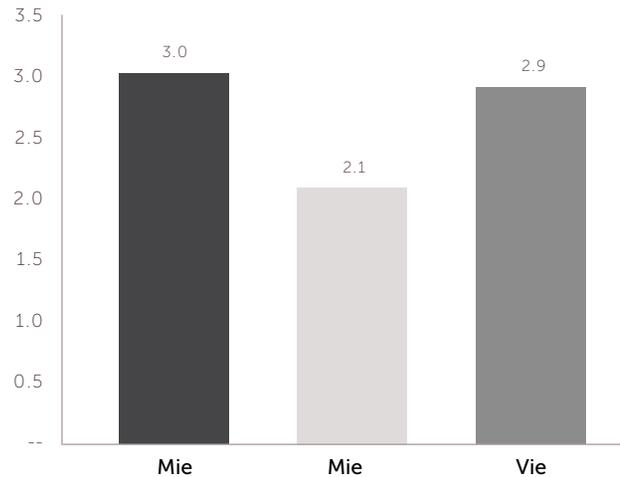


Figura 9: Evaluación de Eventos.



En "Contenido" y "Calidad" se copian las respuestas anotando una escala de 5 puntos donde "Malo" es 1 y "Excelente" es 5. A su vez en la pregunta de "Duración" se transcriben 1 para muy corto y 5 "muy largo". En la figura 9 se ven los resultados promediados de cada evento. En promedio un 78% de los asistentes respondieron las encuestas de calidad. De los resultados se puede ver que el público cataloga los eventos con "buenos contenidos" y "buena presentación", con diferencia de puntos no significativa entre los eventos. No obstante en la dirección del tiempo el público cataloga el evento del día jueves como "corto".

4 ANÁLISIS FOCUS GROUP.

Un "focus group" o grupo focal es una técnica de investigación cualitativa empleada en el campo de las ciencias sociales. Esta herramienta se ha venido usando con asiduidad en el ámbito comercial, ya que es una técnica proyectiva que permite obtener información inconsciente de la conducta humana (opiniones, sentimientos, actitudes, pensamientos, etc.).

Funciona reuniendo a un grupo de personas que dialogan, a partir de la intervención de un moderador, sobre las características de un producto (sabor, envase, etc.), u otros temas que nos ayuden a sacar las conclusiones que buscamos. El resultado esperado es tener conocimiento del comportamiento que el consumidor, real o potencial, tiene hacia nuestro producto o servicio.

Se define para este focus los siguientes objetivos:

- **Obtener caracterización de los productores de diseño.**
- **Entender cuál es la labor del festival dentro de ecosistema del diseño?**
- **Buscar temática 2019.**

Para ello se gira el dialogo alrededor de las siguientes preguntas.

¿Qué significo el festival para uds?.

¿Cuál es la labor del festival dentro de ecosistema del diseño?.

¿Qué temática te gustaría ver para el festival 2019?

Para cada pregunta se anotan parafraseadas las respuestas que se dieron con algunos comentarios de análisis.

Moderador:	Hernán Díaz.
Hora y lugar:	Viernes 18:00pm.
Lugar	1º piso Alianza Francesa.
Asistentes:	Todos las marcas beneficiarias. 9 personas + 2 moderadores.
Duración estimada:	Se programa para una duración de 30min, extendible a 1 hora.

1. ¿Qué significó el festival para ti?

El principal significado para los participantes del programa fue la posibilidad de haber conocido las experiencias y vivencias del mismo grupo, junto con el aprendizaje obtenido de los expositores.

Comentarios:

- (Persona de Stgo) En Santiago pasa mucho, en regiones no tanto, por lo que venir permite poder ver gente de regiones que solo se ven en facebook.
- Conocer otro mundo y otra forma de hacer las cosas, me voy llena de ideas y conexiones.
- Generar redes de contacto con gente que está haciendo lo mismo; y las charlas son muy enriquecedoras, y te dejan con ganas de hacer más.
- Un espaldarazo, que te entrega ver a otra gente que está en la misma. Un festival lleno de ovejas negras.
- Me llevo el conversar con gente que nunca hubiera podido conocer, si no fuera por el festival. ahora viene el periodo de decantar todo el proceso aprendido.
- Conocí gente muy linda, amistosa.

2. ¿Qué labor cumple el festival dentro del ecosistema?

Los participantes recalcan nuevamente la importancia de la conexión entre las personas como lo más importante del festival.

Mencionan además a Alpa como "un buen ejemplo de hacer las cosas" y a la experiencia de Tada, como algo increíble, valorando que haya compartido de su experiencia en exportar, información a la cual no habrían podido tener acceso por otro medio.

Los conceptos clave más mencionados fueron GRATITUD, GENEROCIDAD y VISIBILIDAD. Consideran la experiencia de los presentadores como un regalo, y mencionan una tremenda gratitud y generosidad frente a lo recibido.

Comentarios:

- Es una plataforma de visibilidad para dar a conocer emprendimientos que tengan que ver con diseño y con una historia atrás.
- Se cumple la promesa de poder mostrar que algo está pasando, que hay movimiento, etc.
- Promover una nueva forma de hacer cosas, mas colaborativo.
- Visibilizar y conectar a las personas.
- Facilitar los encuentros y las conexiones, y poner la vista.
- Un espacio físico en el cual se puede dar ese espaldarazo y esas confianzas de "vamos en buen camino".

3. ¿Qué temática te gustaría ver?

Los participantes piden unir al público general del festival a los proyectos de ellos. Dado que estuvieron siempre en talleres aparte se sintieron un poco "aislados". Por lo mismo les interesa la posibilidad de mostrar sus productos al público general mediante una feria, y no perderse las exposiciones abiertas.

Otros elementos mencionados fueron el poco tiempo para los presentadores, el interés por ver incluidos los servicios, la posibilidad de mantener el contacto entre los participantes y una buena opinión respecto de la producción y logística del festival.

Comentarios:

- Van (Colaborafest) bien encaminados, faltó tiempo en los talleres. Los presentadores tuvieron muchas instancias donde querían continuar pero no podían por falta de tiempo.
- Nos gustaría ver más relación con los servicios: como incorporamos los servicios, como los relacionamos con la artesanía. Las clases estaban más enfocadas en productos, sintieron que los servicios estaban fuera del festival.
- Invitar a la comunidad a poder conocer los productos. tocarlos. Que la comunidad pueda tomar y ver los productos de los expositores.
- Los participantes sienten que se perdieron las charlas, igual les gustaría haberlas visto.
- Es necesario que haya una muestra. Los participantes se sintieron medio aislados arriba.
- No se notó que el festival estuviera alineado a los 17 puntos objetivos de desarrollo sostenible.
- (Faltó) que los proyectos se presentaran al principio mutuamente (al menos un pitch), para poder así apoyarse durante las charlas. Esto habría acelerado el proceso. Así cada proyecto podría potenciar al otro con su conocimiento y sus diferencias. todos tienen una visión distinta.
- Como quedamos en contacto?, como seguimos trabajando entre todos.
- Dar las gracias a la producción. información super clara, se cumplió lo prometido.
- Buen hotel, buena logística.
- Normalmente estas cosas son frías. Acá se notó que estaban siempre tratando con personas.facebook.
- Conocer otro mundo y otra forma de hacer las cosas, me voy llena de ideas y conexiones.
- Generar redes de contacto con gente que está haciendo lo mismo; y las charlas son muy enriquecedoras, y te dejan con ganas de hacer más.
- Un espaldarazo, que te entrega ver a otra gente que está en la misma. Un festival lleno de ovejas negras.
- Me llevo el conversar con gente que nunca hubiera podido conocer, si no fuera por el festival. ahora viene el periodo de decantar todo el proceso aprendido.
- Conocí gente muy linda, amistosa.



4. ¿Qué labor cumple el festival dentro del ecosistema?

Los participantes recalcan nuevamente la importancia de la conexión entre las personas como lo más importante del festival.

Mencionan además a Alpa como "un buen ejemplo de hacer las cosas" y a la experiencia de Tada, como algo increíble, valorando que haya compartido de su experiencia en exportar, información a la cual no habrían podido tener acceso por otro medio.

Los conceptos clave más mencionados fueron GRATITUD, GENEROCIDAD y VISIBILIDAD. Consideran la experiencia de los presentadores como un regalo, y mencionan una tremenda gratitud y generosidad frente a lo recibido.

Comentarios:

- Es una plataforma de visibilidad para dar a conocer emprendimientos que tengan que ver con diseño y con una historia atrás.
- Se cumple la promesa de poder mostrar que algo está pasando, que hay movimiento, etc.
- Promover una nueva forma de hacer cosas, mas colaborativo.
- Visibilizar y conectar a las personas.
- Facilitar los encuentros y las conexiones, y poner la vista.
- Un espacio físico en el cual se puede dar ese espaldarazo y esas confianzas de "vamos en buen camino".



5. ¿Qué temática te gustaría ver?

Los participantes piden unir al público general del festival a los proyectos de ellos. Dado que estuvieron siempre en talleres aparte se sintieron un poco "aislados". Por lo mismo les interesa la posibilidad de mostrar sus productos al público general mediante una feria, y no perderse las exposiciones abiertas.

Otros elementos mencionados fueron el poco tiempo para los presentadores, el interés por ver incluidos los servicios, la posibilidad de mantener el contacto entre los participantes y una buena opinión respecto de la producción y logística del festival.

Comentarios:

Van (Colaborafest) bien encaminados, faltó tiempo en los talleres. Los presentadores tuvieron muchas instancias donde querían continuar pero no podían por falta de tiempo.

Nos gustaría ver más relación con los servicios: como incorporamos los servicios, como los relacionamos con la artesanía. Las clases estaban más enfocadas en productos. sintieron que los servicios estaban fuera del festival.

Invitar a la comunidad a poder conocer los productos. tocarlos. Que la comunidad pueda tomar y ver los productos de los expositores.

Los participantes sienten que se perdieron las charlas, igual les gustaría haberlas visto.

Es necesario que haya una muestra. Los participantes se sintieron medio aislados arriba.

No se notó que el festival estuviera alineado a los 17 puntos objetivos de desarrollo sostenible.

(Faltó) que los proyectos se presentaran al principio mutuamente (al menos un pitch), para poder así apoyarse durante las charlas. Esto habría acelerado el proceso. Así cada proyecto podría potenciar al otro con su conocimiento y sus diferencias. todos tienen una visión distinta.

Como quedamos en contacto?, como seguimos trabajando entre todos.

Dar las gracias a la producción. información super clara, se cumplió lo prometido.

Buen hotel, buena logística.

Normalmente estas cosas son frías. Acá se notó que estaban siempre tratando con personas.

6 ESTADÍSTICAS WEB/RRSS

Como parte de la medición de audiencias se realizó seguimiento de métricas del sitio web Colaborafest.org y las cuentas de redes sociales del festival tales como Twitter, Facebook e Instagram: Visitas a sitio web, número de seguidores en redes sociales, y publicaciones relevantes.

Se estableció una estrategia que incluía marketing directo (Mailings) y masivo (RRSS), utilizando las plataformas: Instagram. Facebook y Twitter.

En total los indicadores de todo el proyecto de 5 meses son:

-  FACEBOOK
FANPAGE ALCANCE:70.203
SEGUIDORES: 18
EVENTOS ALCANCE:15.500
-  TWITTER
SEGUIDORES 208
-  INSTAGRAM
SEGUIDORES: 1.867
-  MAILINGS DIRECTOS
ENVÍOS 2.700
-  PAGINA WEB
VISITAS 5.323

Del sitio web se puede ver que en hitos importantes del festival las visitas al sitio web aumentan significativamente.

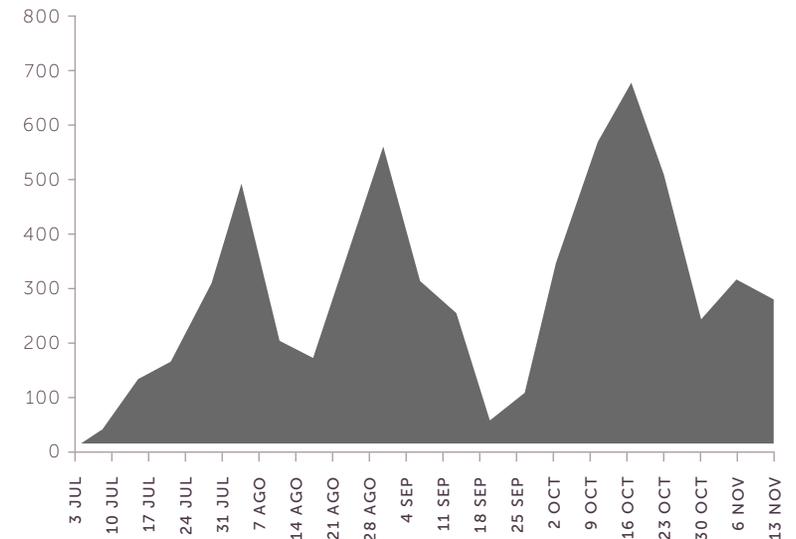


Figura 1: Visitas página web (pageviews semanales).

Al comparar estas fechas con la información de publicaciones de Facebook podemos ver que calzan con 3 publicaciones con altas visitas (alcance).



Figura 2: Post con video publicitario, publicado en 22oct. 2950 visitas.

Al comparar estas fechas con la información de publicaciones de Facebook podemos ver que calzan con 3 publicaciones con altas visitas (alcance).

28/07/2018	11:37 PM	Integración de la campaña de promoción para la...	1.7k	81	47	Ver estadísticas
28/08/2018	9:44 PM	Estamos en plena convocatoria de proyectos con...	1.7k	206	34	Ver estadísticas
28/08/2018	9:44 PM	¿Qué te parece la idea de la oficina en el Bar y Coo...	1.7k	74	31	Ver estadísticas

Figura 3: 19 Agosto, en plena campaña de convocatoria a proyectos.

27/04/2018	12:30 PM	¿Tienes un proyecto con el que quieres colaborar...	2.5k	1.271	36	Ver estadísticas
------------	----------	-----------------------------------------------------	------	-------	----	------------------

Figura 4: 24 Julio, Video visto por 2.115 orgánicos + 6.646 pagados.

2019

5.0 CONVOCATORIA PARA PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO

En el marco del festival ColaboraFest 2019 se realizó una convocatoria abierta a emprendimientos con temas afines al Festival para poder acceder a un programa de acompañamiento liderado por expertos. La tematica de esta versión fueron los objetos. Tras 7 semanas de convocatoria, se recibieron 41 marcas exitosamente postuladas. Este informe presenta algunos análisis sobre el perfil de los proyectos.

La convocatoria se realizó desde fines de Julio y estuvo abierta hasta fines de agosto. Notar que las primeras 4 semanas de convocatoria solo se inscribieron 9 proyectos de los 28 recibidos, siendo la fecha posterior al 21 de agosto donde se incrementa la cantidad de postulantes semanales.

Al revisar historial de actividad del Fanpage de Facebook del festival se puede ver un pick de actividad en posts publicados entre el 19 y el 21 de agosto.

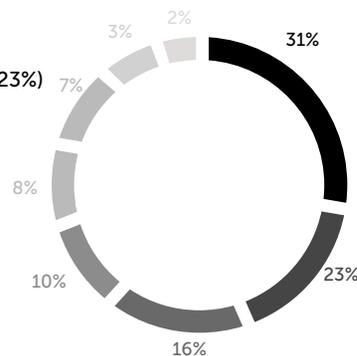
5.1 COMUNA DE RESIDENCIA



- Para mejorar presentación se agrupan las comunas de la provincia de Concepción en 1 solo ítem.
- Casi el 50% de los postulantes son de la Región Metropolitana, sin otra comuna en específico que aglomere proyectos postulantes.

5.2 TEMA DE RELEVANCIA

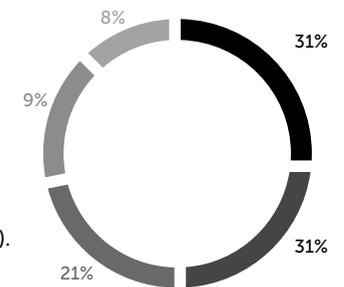
- Hecho a mano (31%)
- Empleo y producción local (23%)
- Comercio justo (16%)
- Edición limitada (10%)
- Proyecto social (7%)
- I+D+I (8%)
- Zero Waste (3%)
- Materia orgánica (2%)



31% de los proyectos consideran que ser "hecho a mano" es lo más importante. Le siguen empleo y producción local con un 23% y Comercio justo con 16%.

5.3 CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

- Innovación nacional (31%).
- Innovación incremental (31%).
- La innovación esta en el modelo de negocios (21%).
- Innovación disruptiva (9%).
- Integración de tecnología (8%).



Según los postulantes el nivel de innovación está dividido, siendo los mas grandes 31% Innovación nacional y 31% declara que la innovación se encuentra en su modelo de negocios.

5.4 VIABILIDAD DEL PROYECTO

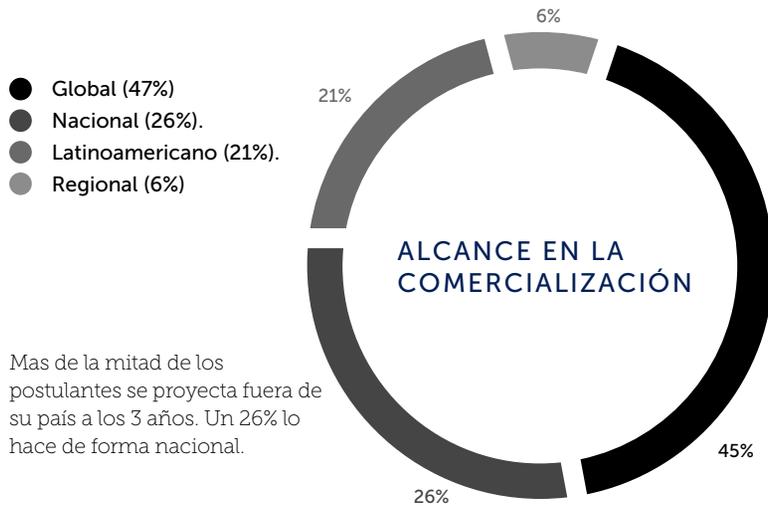
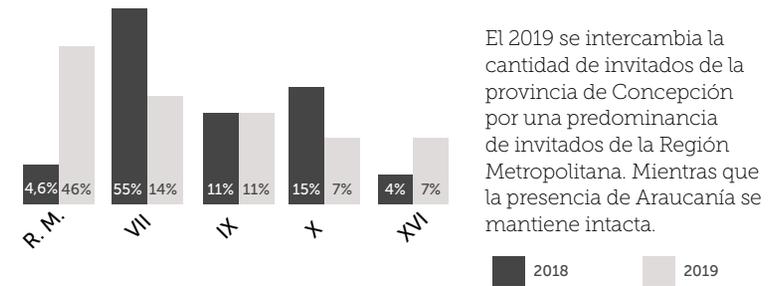
Un 60% de los postulantes lleva vendiendo un tiempo.



- Ya llevo tiempo vendiendo (60%)
- Tengo un prototipo de mi producto (19%)
- Tengo la primera venta (18%)
- Ya llegué a cubrir mis costos (3%).

5.5 ANÁLISIS COMPARATIVO 2018 - 2019

LUGAR DE RESIDENCIA (PROVINCIA / REGIÓN)



Más de la mitad de los postulantes se proyecta fuera de su país a los 3 años. Un 26% lo hace de forma nacional.

- Es estandarizado, pero requiere cierta adaptación dependiendo del cliente (68%).
- Se desarrolla a la medida de cada cliente (21%)
- Es completamente estandarizado (11%)



RRSS y web

De los 41 proyectos 21 tiene sitio web funcionando, 37 tienen cuenta en Instagram y 25 cuenta de Facebook.

DISEÑO PARA EL DESARROLLO

Artesanía contemporánea



Diseño para el desarrollo



Ninguna de las anteriores



No responde

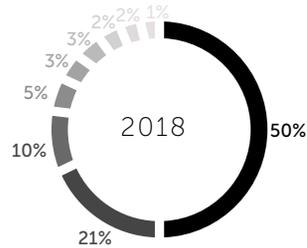
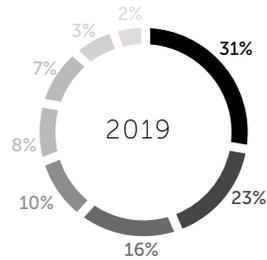


No se puede obtener alguna conclusión clara, ya que los "no responde" puede modificar fuertemente los números.



TEMA DE RELEVANCIA

- Hecho a mano
- Empleo y producción local
- Comercio justo
- Edición limitada
- Proyecto social
- I+D+I
- Zero Waste
- Materia orgánica

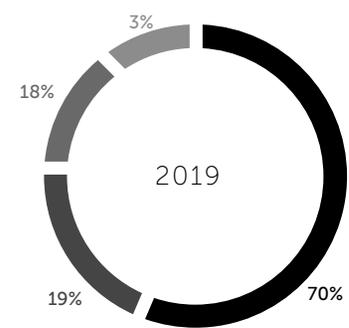
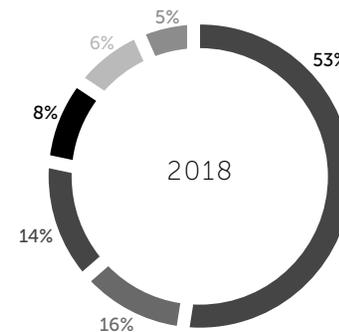


Este año, lo Hecho a mano y Empleo y Producción Local siguen liderando las preferencias, pero con un porcentaje bastante menor (58% en 2019 vs un 74% en 2018).

¿CUÁL ES EL ESTADO ACTUAL DE TU EMPRENDIMIENTO?

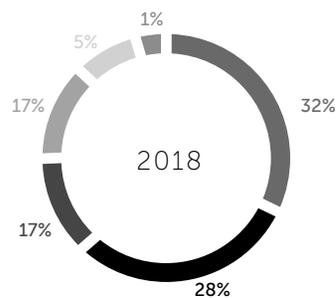
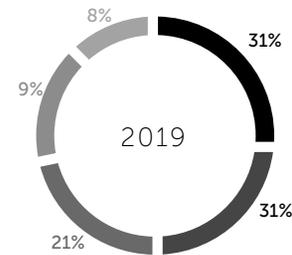
- Tengo ganas de emprender una idea.
- Tengo un pitch sobre mi negocio.
- Tengo un prototipo de mi producto.
- Tengo la primera venta.
- Ya llevo tiempo vendiendo.
- Ya llegué a cubrir mis costos.

Este año se observa un grupo de invitados con emprendimientos más consolidados que el año anterior, donde más del 70% de ellos ya lleva tiempo vendiendo.



CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

- Innovación nacional
- Innovación incremental
- La innovación esta en el modelo de negocios
- Innovación disruptiva
- Integración de tecnología
- No hay innovación presente

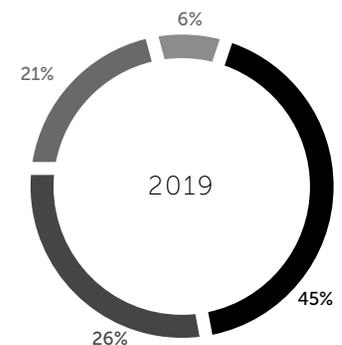
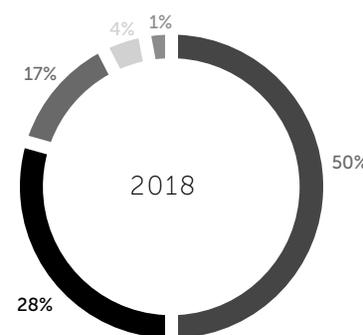


Este año, lo Hecho a mano y Empleo y Producción Local siguen liderando las preferencias, pero con un porcentaje bastante menor (58% en 2019 vs un 74% en 2018).

ALCANCE EN LA COMERCIALIZACIÓN

- Global
- Nacional
- Latinoamericano
- Regional
- Local

Coincidente con la observación anterior, la consolidación de los emprendimientos lleva a trabajar con un alcance global.



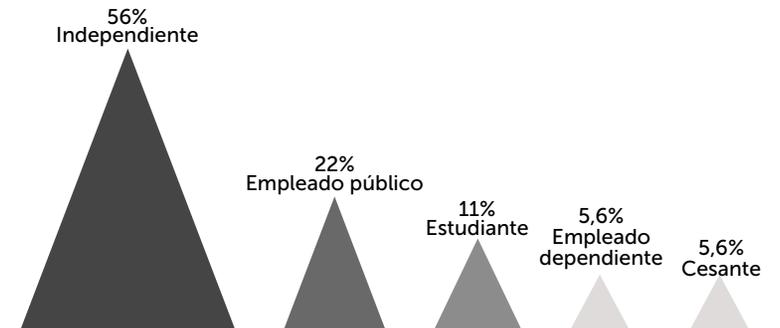
5.6 CARACTERIZACIÓN DE AUDIENCIA ASISTENTE

1. ¿COMO SE ENTERÓ DEL FESTIVAL?



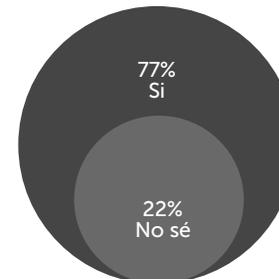
La mitad de las personas que asistieron a Colaborafest 2019 se enteraron del evento mediante redes sociales, mientras que la otra mitad lo hizo por recomendación directa de algún conocido.

2. ¿CUAL ES SU OCUPACIÓN PRINCIPAL?



Poco más de la mitad (56%) de la audiencia del festival son personas que trabajan como independiente, mientras que el segundo grupo mayoritario (22%) corresponde a empleados públicos principalmente asociados a la academia.

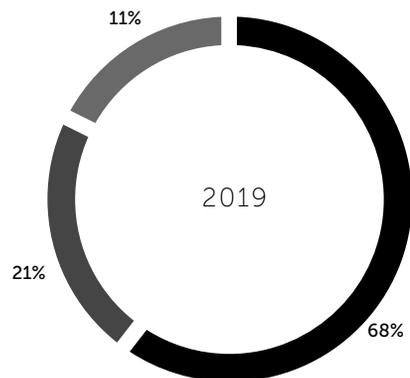
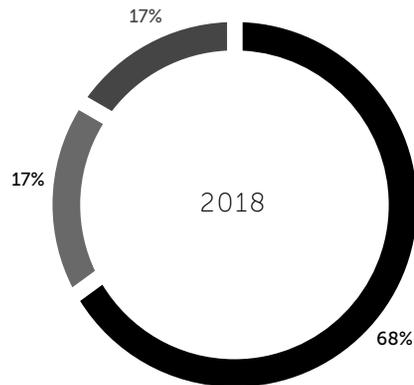
3. ¿CONSIDERANDO EL FORMATO Y EL TIPO DE TEMÁTICAS DEL FESTIVAL, PARTICIPARÍA DE NUEVO?



La mayor parte de los asistentes declara que sólo considerando el formato y las temáticas del festival participaría nuevamente en él.

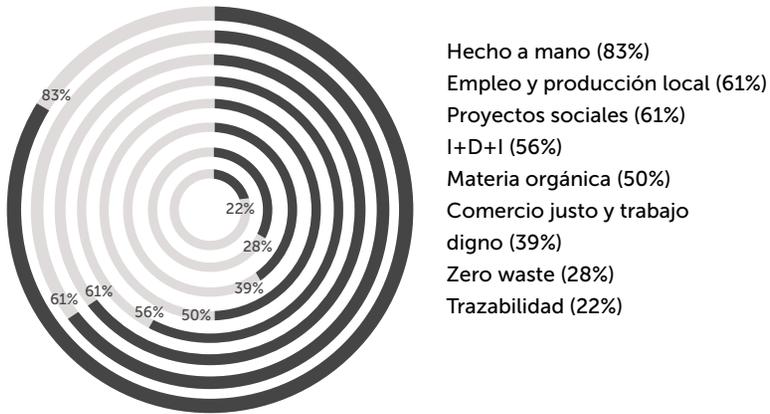
¿CÓMO PODRÍAS DESCRIBIR LA FABRICACIÓN O DESARROLLO DEL PRODUCTO O SERVICIO?

- Es estandarizado, pero requiere cierta adaptación dependiendo del cliente.
- Se desarrolla a la medida de cada cliente
- Es completamente estandarizado



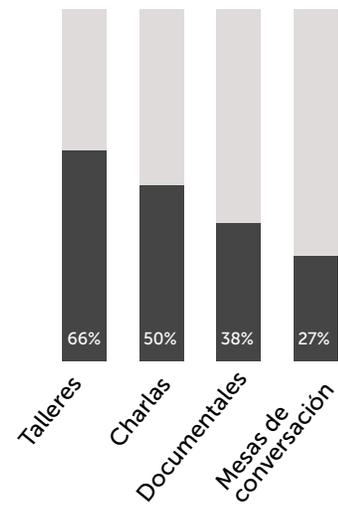
Las variaciones en este ítem no son significativas, por lo que no se puede concluir más.

4. ¿CUÁLES TEMÁTICAS DEL FESTIVAL TE INTERESAN MÁS?



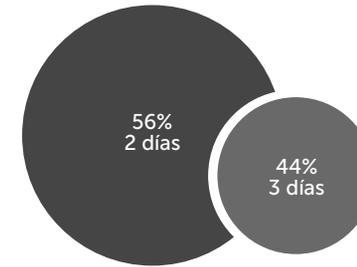
Dentro de las temáticas tratadas en Colaborafest 2019, a más de la mitad de la audiencia le interesan lo "Hecho a Mano" como tema principal (83%), secundado por "Empleo y Producción Local" y "Proyectos Sociales" (ambos con un 61% de las preferencias), seguidos por "I+D+I (Investigación + Desarrollo + Innovación)" (56%). Esto permite observar una tendencia (sin suficiente evidencia estadística) que a los asistentes del festival les interesa la artesanía como motor de desarrollo socio-económico por localidades.

5. MARCA LAS ACTIVIDADES DEL FESTIVAL EN LAS QUE TIENES MAYOR INTERÉS



A más de la mitad de las personas les interesan las actividades en formato taller (67%) y charlas (50%). Sin embargo, esto no se condice con la asistencia y pago de inscripciones de los talleres ofrecidos.

6. ¿CUÁNTOS DÍAS TE GUSTARÍA QUE DURARA EL FESTIVAL?



La audiencia del festival indica que les gustaría que el festival dure entre 2 a 3 días

7. ¿HASTA CUÁNTO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR POR LA ENTRADA



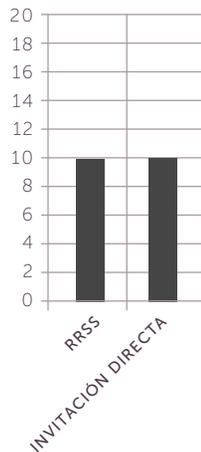
La gran mayoría de los asistentes (61%) indican que están dispuestos a pagar una entrada de \$5.000 para Colaborafest. A ellos, los secunda un grupo (28%) que incluso pagaría \$10.000 para poder participar de las actividades del festival.

6 RESULTADOS EVENTOS CONCEPCION.

Del 19 al 20 de Diciembre se realizó el festival en la Alianza Francesa, Concepción. La siguiente información es el análisis de los inscritos con entrada al festival, sea por compra web o al registrarse en la puerta. Los asistentes a los documentales se verán por separado.

6.1 INSCRITOS

El número de personas registradas al festival fueron 42 Personas. Este número solo considera personas con entrada, y no invitadas al evento de inauguración o a los participantes del programa de mentorías. Al preguntar cómo se enteraron del festival la principal fuente de información fue Redes Sociales (50%), seguido de Recomendación Directa (50%).



Las personas asistentes al festival principalmente se enteran de él por Redes Sociales y por Recomendación Directa, sin embargo, durante el 2018 hubo un gran trabajo de difusión a través de Universidades y Grupos de Artesanos, que explicaron el 56% de los asistentes de esa versión.

Figura 1: Desglose de Asistentes al festival por fuente por la que se enteraron.

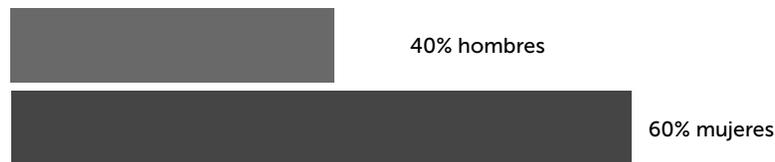


Figura 2: Desglose de asistentes por género.

Con respecto al género se ve que es notoriamente femenino, con solo un 30% de asistentes hombres.

6.2 ANÁLISIS POR ACTIVIDAD.

Para medir la audiencia por evento se siguió la metodología de contar a mano el número de asistentes sentados. Para reducir error la medición se realizó siempre en la mitad de cada evento.

EL DISEÑO DIALOGA CON LA ARTESANÍA LOS NUEVOS MATERIALES	33
CASO: SERIE MANUFACTURA	35
DOCUMENTAL SERIE MANUFACTURA	42
INAUGURACIÓN	42
EL RELATO DETRÁS DE LOS OBJETOS PARA LA VENTA	16
CASO: MANUFACTURA NACIONAL	16
TALLER DE CESTERÍA URBANA	6
DOCUMENTALES	34
MARCA CHILE	12
FOCUS GROUP	16
CIERRE (EQUIPO + PROYECTOS SELECCIONADOS)	16

Figura 1: Asistentes por evento abierto.

Figura 2: Ejemplo de encuesta de calidad.

6.3 RESULTADOS PUNTO DE VENTA.

- Marca 1: \$620.00
- Marca 2: \$132.000
- Marca 3: \$59.000
- Marca 4: \$20.000

Total: \$620.000



7. OUTPUTS COLABORAFEST 2016-2019.

Días



Asistentes



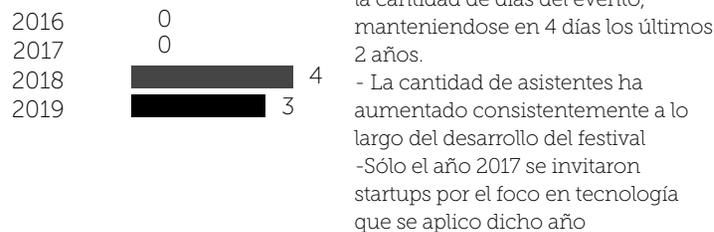
Invitados



Marcas beneficiadas



Documentales



8 ANÁLISIS FOCUS GROUP.

Un "focus group" o grupo focal es una técnica de investigación cualitativa empleada en el campo de las ciencias sociales. Esta herramienta se ha venido usando con asiduidad en el ámbito comercial, ya que es una técnica proyectiva que permite obtener información inconsciente de la conducta humana (opiniones, sentimientos, actitudes, pensamientos, etc.).

Funciona reuniendo a un grupo de personas que dialogan, a partir de la intervención de un moderador, sobre las características de un producto (sabor, envase, etc.), u otros temas que nos ayuden a sacar las conclusiones que buscamos. El resultado esperado es tener conocimiento del comportamiento que el consumidor, real o potencial, tiene hacia nuestro producto o servicio.

Se define para este focus los siguientes objetivos:

- **Obtener caracterización de los productores de diseño.**
- **Entender cuál es la labor del festival dentro de ecosistema del diseño?.**
- **Buscar temática 2019.**

Para ello se gira el dialogo alrededor de las siguientes preguntas.

- ¿Qué signífico el festival para uds?.
- ¿Cuál es la labor del festival dentro de ecosistema del diseño?.
- ¿Qué temática te gustaría ver para el festival 2019?

Para cada pregunta se anotan parafraseadas las respuestas que se dieron con algunos comentarios de análisis.

- Moderador:** Yeribert Galaz
- Hora y lugar:** Viernes 15:00pm.
- Lugar** 1º piso Alianza Francesa.
- Asistentes:** Todos las marcas beneficiarias.
12 personas + 2 moderadores.
- Duración estimada:** Se programa para una duración de 30min, extendible a 1 hora.

1. ¿Qué significó el festival para ti?

El festival representó para sus invitados una instancia de relacionarse y conectar, tanto con el otro (profesionales de la industria del diseño), como con sus propios orígenes y territorios. Les permitió evidenciar que entre diferentes personas a lo largo del país, existe una comunión de pensamientos y valores fundamentales que aplican en su vida e imprimen a sus propios negocios, para poder hacer una diferencia en la sociedad actual. Agradecen que esto naciera desde una iniciativa de región, pues gracias al festival se pueden ver los beneficios de la descentralización.

Comentarios:

- Conexión con lo humano, con lo sentimental.
- Enfrentarse a un lugar en donde no tienes control, con personas que no se conocen.
- Descentralizar para poder conectar desde la raíz.
- Espacios que vienen desde lo local, no del estado.
- Impulso para enfrentarse a nuevos proyectos, mas allá de lo económico, sino mas de lo relacional, darse cuenta de que hay una unidad, una conectividad en ideas en común, "no soy el único que piensa esto".

2. ¿Qué labor cumple el festival dentro del ecosistema?

Según los participantes del focus group, la labor del festival es facilitar la conexión entre personas que, desde el diseño, pueden aportar en diferentes áreas y generando negocios colaborativos y sustentables, donde el beneficio económico sea el resultado de hacer las cosas bien y en conjunto.

Comentarios:

- Romper con la economía establecida, con un nuevo planteamiento económico.
- Expandir la industria creativa hacia otras áreas
- Materializar el traspaso de ideas, el flujo de conocimientos.

3. ¿Qué temática te gustaría ver?

Las temáticas mencionadas parecían ser muy dispares y divergentes, sin embargo, se decantó en abrir al festival a diferentes temáticas (en diferentes ocasiones) y abordarlas desde el diseño. Esto con la lógica de poder generar nuevas conexiones y llevar el diseño a todos los lugares donde puede ser útil, principalmente aquellas que involucren iniciativas sustentables, de participación ciudadana (co-creación), territorio y origen.

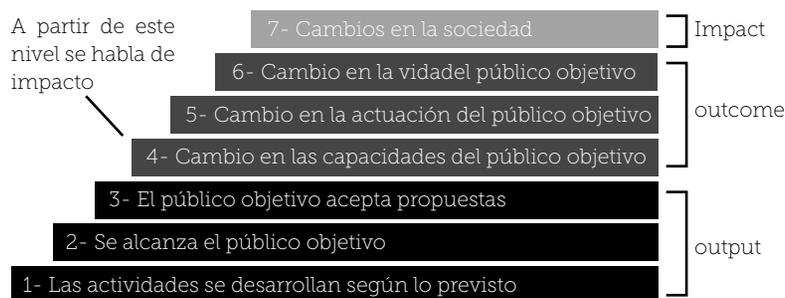
Comentarios:

- Abrirse temáticas que no vengan del diseño, como el reciclaje.
- Temáticas que vengan desde afuera y relacionarlo con el diseño, como por ejemplo, las metodologías de educación.
- Tener el espacio de dialogo para movilizar y gestionar otros encuentros.
- Espacio de diseño para adolescentes, generar espacios de encuentro de participación juvenil, de diferentes edades, niños y niñas. Una mediación entre el público y el diseño.
- Salir a la comunidad, con temáticas y discusiones desde el diseño. Sería una forma de activación no solo de observar, sino también de crear.
- Vincular a los oficios antiguos y a personas adultas. Ir directo a los talleres y aprender (traspaso de información, y compartir el conocimiento).
- Consumo alimenticio, alimentación saludable, sin plástico. Cambio de hábitos.
- Temas de la naturaleza y el origen de nosotros. La identidad, la base del diseño desde el cuestionamiento de donde venimos.
- Marketing Digital
- Industrias Creativas
- Identidad Patrimonial

9. MÉTRICAS DE IMPACTO.

Los impactos son cambios o transformaciones que se introducen en la sociedad o en el entorno del público objetivo, gracias a la realización de alguna acción en particular. Por impacto social se entiende impacto en el sentido estricto (columna Impact en la tabla de abajo), mientras que «impactos en el público objetivo» lo entenderemos como «resultados» (columna Outcome en la tabla de abajo). En el caso del outcome (resultados), existen múltiples niveles de impacto. Por ejemplo, un cambio en las capacidades, en el comportamiento o en la vida del público objetivo, tal y como se ilustra en «la escalera del impacto» que se presenta a continuación. Como se mencionó, los impactos son el resultado de acciones determinadas. Estas pueden ser programas, actividades, leyes, eventos, productos, etc. A estas acciones las llamaremos Output (prestaciones), no se trata de impactos propiamente tal, sino de condiciones necesarias para generarlos. Finalmente, los Input son los recursos necesarios para poder generar los output. Al medir la relación entre ellos, se pueden establecer métricas de eficiencia en el uso de los recursos.

LA ESCALERA DEL IMPACTO



CAMBIOS EN CAPACIDADES

Adquisición de nuevos conocimientos

Los participantes indican haber adquirido nuevos conocimientos en los siguientes ámbitos:

- Reciclaje
- Uso de Materiales
- Trueque, como generador de riqueza

3

Profundización de conocimientos existentes

Los participantes indican haber profundizado en conocimientos existentes como:

- Trabajo en Equipo
- Autocrítica

2

Mejoramiento de habilidades existentes

Los participantes indican haber mejorado en habilidades que ya poseían, como:

- Comunicación Interpersonal
- Hablar en público

2

CAMBIOS EN EL ACTUAR

Cambios procesos manufactura

Los participantes indican que generarán cambios en sus procesos de manufactura en los siguientes ámbitos:

- Accesibilidad del Producto a la Comunidad

1

Cambios procesos mentales

Los participantes indican que generarán cambios a nivel mental en los siguientes ámbitos:

- Enfoque social y sustentable del emprendimiento
- Conciencia de la producción
- Concepto de Responsabilidad Aumentada

5

Cambios procesos mentales

Los participantes indican que generarán cambios a nivel relacional en los siguientes ámbitos:

- Gestión de Comercio Justo
- Creación de Redes
- Colaboración en Comunidad

5

CAMBIOS EN EL ACTUAR

Aumento en ingresos de los emprendedores

Los participantes NO se pronuncian con respecto a esta variable.

0

Aumento en utilidades de los emprendedores

Los participantes NO se pronuncian con respecto a esta variable.

0

CAMBIOS EN LA SOCIEDAD

Asociatividad entre actores

7

Aprendizaje Colaborativo / Colectivo

7

Difusión en Medios



cola[®]
bora
fest



143



144



Colaborafest. El primer festival internacional de economías colaborativas en Chile

El primer festival internacional de economías colaborativas en Chile se realizará en Concepción el próximo 28, 29 y 30 de septiembre. El evento, que se realizará en la Sala Andes, busca potenciar la industria creativa de la zona y promover la economía colaborativa.

VELVET

Festival "Colaborafest" sale en la búsqueda de startups culturales e innovadoras

¡buscamos tu proyecto!

www.colaborafest.org

DESCOPE DESDE

¡El sitio aquí!

colaborafest

28 29 30

colaborafest

FESTIVAL INTERNACIONAL DE ECONOMÍAS COLABORATIVAS Y OÍSMO SOCIAL

Septiembre 28 @ 9:00 am - Septiembre 30 @ 5:00 pm

El Sur

espectáculos

El festival se realizará desde el 27 al 30 de septiembre próximo, en Sala Andes. La idea es involucrar una economía colaborativa.

FESTIVAL LLEGA POR PRIMERA VEZ A CONCEPCIÓN "Colaborafest 2017" potencia la industria creativa de la zona

El festival se realizará desde el 27 al 30 de septiembre próximo, en Sala Andes. La idea es involucrar una economía colaborativa.

Economía y Negocios

Festival Internacional de Economía Colaborativa genera alta expectativa

Se organizan, Diagonal Pedro Aguirre, además que el programa será de primer nivel.

Economía y Negocios

Festival Internacional de Economía Colaborativa genera alta expectativa

Se organizan, Diagonal Pedro Aguirre, además que el programa será de primer nivel.

colaborafest

FESTIVAL INTERNACIONAL DE ECONOMÍAS COLABORATIVAS Y OÍSMO SOCIAL

Septiembre 28 @ 9:00 am - Septiembre 30 @ 5:00 pm

El Sur

espectáculos

El festival se realizará desde el 27 al 30 de septiembre próximo, en Sala Andes. La idea es involucrar una economía colaborativa.

FESTIVAL LLEGA POR PRIMERA VEZ A CONCEPCIÓN "Colaborafest 2017" potencia la industria creativa de la zona

El festival apuesta por incluir el desarrollo de una economía colaborativa en distintos emprendimientos locales.

El espacio del festival está programado para que todo sea colorido.

El festival se realizará desde el 27 al 30 de septiembre próximo, en Sala Andes. La idea es involucrar una economía colaborativa.

VELVET

Colaborafest 2017

Sábado 30 de Septiembre de 2017

Sala Andes, Diagonal Pedro Aguirre, Concepción

29 Sept. 12:00pm

30 Sept. 12:00pm

30 Sept. 12:00pm

TASTE THE WASTE

VOICES DEL MAR

BERG FIDEL

La tecnología ha impulsado a la economía colaborativa

CEN promueve licitación de obras de transmisión eléctrica

[editando]

¡DESCUBRE LOS

Colaborafest trae a Concepción Cine y Artes Escénicas locales internacionales

Economía / Negocios

"Hay que plantearse otros sistemas, pero no en contra del capitalismo"

El emprendimiento colaborativo es un modelo que surge de la necesidad de generar valor y de compartir los recursos. Este modelo de negocio se basa en la colaboración entre personas que buscan mejorar sus condiciones de vida y de trabajo.



\$2.430 millones

El Sur

SEGUROS REGISTRADOS A LA ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO

Mercado provisorio de suma más de \$80 millones en deudas por gastos comunes

El mercado provisorio de suma más de \$80 millones en deudas por gastos comunes. Este mercado es el resultado de la gestión de la administración del estado.



Bomberos recibe 52 nuevos vehículos

Comunicación y gestión de la información en el mundo digital. Este documento describe las estrategias y herramientas utilizadas para mejorar la comunicación y la gestión de la información en el entorno digital.



Tweet @revistaruda: ¡Feliz aniversario a @colaborafest! 20 años de historia y mucho por venir. ¡Feliz aniversario a @colaborafest!



Revista **Visual** **agregó** 15 fotos nuevas — con Pam Jara. 24 de noviembre a las 15:04

ESOCIAL ES

Además de la presentación de ColaboraFest en el Centro de Creación de Concepción, una instancia que reúne a los emprendedores colaboradores de la Región y el País. Revisa las fotografías aquí




+12

CHILLÁN EXPERIENCIA

Alina!



ColaboraFest 2017 convoca a modelos innovadores del país a través de diversas actividades en Concepción.



Dem

Festival "ColaboraFest" busca proyectos de artesanía y diseño sustentables en la zona



Cq

El Conquistador Concepción

Alejandra Sepúlveda Directora De ColaboraFest En Mujer Y Más

En el Conquistador Concepción... Lunes 31 de Agosto 2017

En Mujer y Más conversamos con Alejandra Sepúlveda, directora de ColaboraFest, sobre el festival y las economías colaborativas. ColaboraFest nace de la búsqueda de un cambio de paradigma, promoviendo modelos que implican un compromiso con economías más justas que generen espacios horizontales y en contraposición al hiperconsumo. ¿Cuál es nuestra rol en estas nuevas economías?

Escucha acá esta interesante conversación:



El Conquistador Concepción

Tweets por @ElConquistadorCOP

El Conquistador P12

El Conquistador P13

2x1 EN ENTRADA PARA LOS 3 DÍAS DEL FESTIVAL COLABORAFEST

cola bora fest

DETALLES DEL BENEFICIO

2000 entradas

Sección: **Cola bora**

Fecha: **2017**

Evento: **Cola bora**

Ubicación: **Teatro Municipal, Plaza Aguirre Cerda 364, Concepción**

Como que me contactan?

ColaboraFest, es un festival para hacer de economías colaborativas y sociales.

ColaboraFest es una instancia de difusión y formación en modelos de emprendimiento asociativo y derivados de la economía colaborativa. En 3 días de duración con actividades

Sur Actual

Concepción será sede del Primer Festival Internacional de Economía Colaborativa

Evento vinculado a la iniciativa Creativa y emprendimientos sociales se efectuará entre el 27 al 30 de septiembre en la Sala Andes de Concepción, con exposiciones educativas y talleres. Además habrá talleres y actividades paralelas vinculadas a estrategias prácticas de emprendimiento y construcción de proyectos.

La muestra de trabajo de los talleres de emprendimiento y el taller de diseño de información serán acompañados de talleres que permitan al público conocer los procesos de creación de una idea y su desarrollo, herramientas que sirven de apoyo a los emprendedores, información al público del público en el mercado.

Carta Abierta

Festival "ColaboraFest" busca proyectos sustentables que vinculen la artesanía con el diseño




revistaruda

Duoc UC: Sede San Andrés de Co...



ColaboraFest 2018 se realizará en noviembre



“Colaborafest” abre convocatoria para su tercera versión basada en artesanía y diseño

149

Artesanía y diseño en Festival Colaborafest

149

Festival “Colaborafest” busca proyectos sustentables que vinculen la artesanía con el diseño

material

EL NUEVO VESTIR

RADIO DEL MAR

Proyectos de artesanía y/o diseño basados en la sustentabilidad podrán participar en Festival “Colaborafest”

Firma #SalmonQuímicoChileno Fuera de nuestro Menú y del mar

DIARIO ECOLOGÍA

Festival “Colaborafest” busca proyectos de artesanía y/o diseño basados en la sustentabilidad

COLABORAFEST/ ABRE CONVOCATORIA DE ARTESANÍA Y DISEÑO SUSTENTABLE

Colaborafest es un festival de Diseño y Economía Social que desde 2014 busca fomentar negocios éticos y justos, especialmente los que tienen origen indígena, campesino, medioambiental, social y económico. Es un encuentro de tres días de conversación y alianza con líderes, rurales y urbanos, y actividades como charlas, exhibiciones de redes sociales, talleres, foros, mesas de negocios y fiestas, y eventos satélites que se vinculan a la localidad.

INVITADOS

FESTIVAL COLABORAFEST / LOS PROYECTOS SUSTENTABLES SELECCIONADOS PARA LA VERSIÓN 2018

Edición Especial Innovación y Energía

Sumando valor agregado a la producción regional

El sector de la producción regional ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por el aumento de la demanda de productos locales y la implementación de tecnologías innovadoras que optimizan los procesos de producción y distribución.

VELVET

FESTIVAL “COLABORAFEST” ANUNCIA A LOS PROYECTOS SUSTENTABLES SELECCIONADOS PARA LA VERSIÓN 2018

VELVET

Colabora Fest presenta: Tada, zapatería artesanal de exportación

Tada es una zapatera artesanal chilena, que confecciona calzado a mano con técnicas que permiten comodidad y entregan una alternativa de salud para los pies de niños y adultos. Su nombre viene de la palabra Tadasana, primera posición del yoga conocida como la postura de la montaña, que significa pensar bien, ya que sus zapatos son un fiel reflejo de esto, pues permiten fuerza, firmeza, calma y estabilidad para el cuerpo de quien los usa.

Para lograrlo, respetan las reglas de la zapatería tradicional y realizan sus productos con materiales locales como el cuero y el caucho natural, dejando de lado materiales sintéticos que no permiten el control de la transpiración, una combinación entre diseño y comodidad inspirada en la Dra. Emily Miller, pediatra experta en la libertad de movimiento.

Por todo, será parte de Colaborafest, festival de diseño interdisciplinario, que destaca esta marca por ser un ejemplo en la recuperación del oficio de la zapatería y un reflejo de la valiosa unión entre diseño y artesanía. Este tipo de productos, además de diversas actividades, talleres y de reflexión, los podrá encontrar en el festival del 7 al 9 de noviembre en Concepción.

Más información en www.tada.cl y www.colaborafest.cl

TPS

Festival “Colaborafest” abre su tercera versión basada en artesanía y diseño

VELVET

RE

VELVET

SUSCRÍBETE EDICIÓN ONLINE AQUÍ



SONO.

DOCUMENTALES TALLERES

INVITADOS

PROXIMOS INVITADOS

Colaborafest 2018, 17 al 19 de noviembre en Concepción

Colaborafest 2018, 17 al 19 de noviembre en Concepción

Colaborafest 2018, 17 al 19 de noviembre en Concepción



COLABORAFEST 2018/ PRESENTA LAS ACTIVIDADES DE SU TERCERA VERSIÓN

Publicado el 7 de octubre de 2018, 10:00 am por [Nombre]

El 17 de noviembre Concepción será sede de Colaborafest, Festival de Diseño y Economía Social que desde 2006 busca fomentar aspectos éticos y justos, especialmente los que tienen que ver con el comercio justo, el desarrollo social y ambiental.

Constará, el 17 de noviembre de 2018 -En un espacio cerrado será taller sobre el diseño, la artesanía y el comercio justo, Colaborafest presenta el programa para la tercera versión, que tendrá lugar del 17 al 19 de noviembre en la Plaza Pratense (Calle Chile #2, Concepción).

Mostramos el tema de la versión

Mostramos el tema de la versión

Mostramos el tema de la versión

LA DISCUSIÓN

Llega por primera vez Colaborafest al Cocal UdeC

Mostramos el tema de la versión

ISABES

Colaborafest 2018: El festival de diseño que busca fomentar negocios éticos y justos

cola bora fest

So-PLIKart

VITRINA

EL DISEÑO DIALOGA CON LA ARTESANÍA

Colaborafest es un espacio que busca fomentar el comercio justo y los negocios éticos y justos. Este año, el programa de Colaborafest 2018, que tendrá lugar del 17 al 19 de noviembre en la Plaza Pratense (Calle Chile #2, Concepción), contará con un espacio dedicado a la artesanía y el diseño.

cola bora fest

"Colaborafest" en Alianza Francesa

Entre el 7 y el 9 de noviembre en Alianza Francesa de Chile se realizará el evento Colaborafest en Alianza Francesa. Este taller interactivo con el diseño y las artesanías. También habrá talleres relacionados al tema.

Diseño, Artesanía y Comercio Justo

Colaborafest 2018

cola bora fest

PEHUEN

3º Festival Internacional de Diseño y Economía Social

cola bora fest

Colaborafest

Colaborafest 2018: El festival de diseño que busca fomentar negocios éticos y justos

cola bora fest

GALEA EXPORTA

Artesanía de Galicia promociona en Chile la calidad y la diversidad de los productos artesanos gallegos

GALEA EXPORTA

Colaborafest 2018

Ver Colaborafest, Festival Internacional de Diseño y Economía Social

cola bora fest

cola bora fest

[editando]

4 Documentales sobre Medio Ambiente y Turismo sostenible / Colaborafest 2018 en las agendas

cola bora fest

ARTE

Festival "COLABORAFEST" anuncia a los proyectos sustentables seleccionados para la versión 2018

PK

FACINA

ColaboraFest, el festival de diseño, artesanía y economías sociales en Concepción y Chillán

cola bora fest