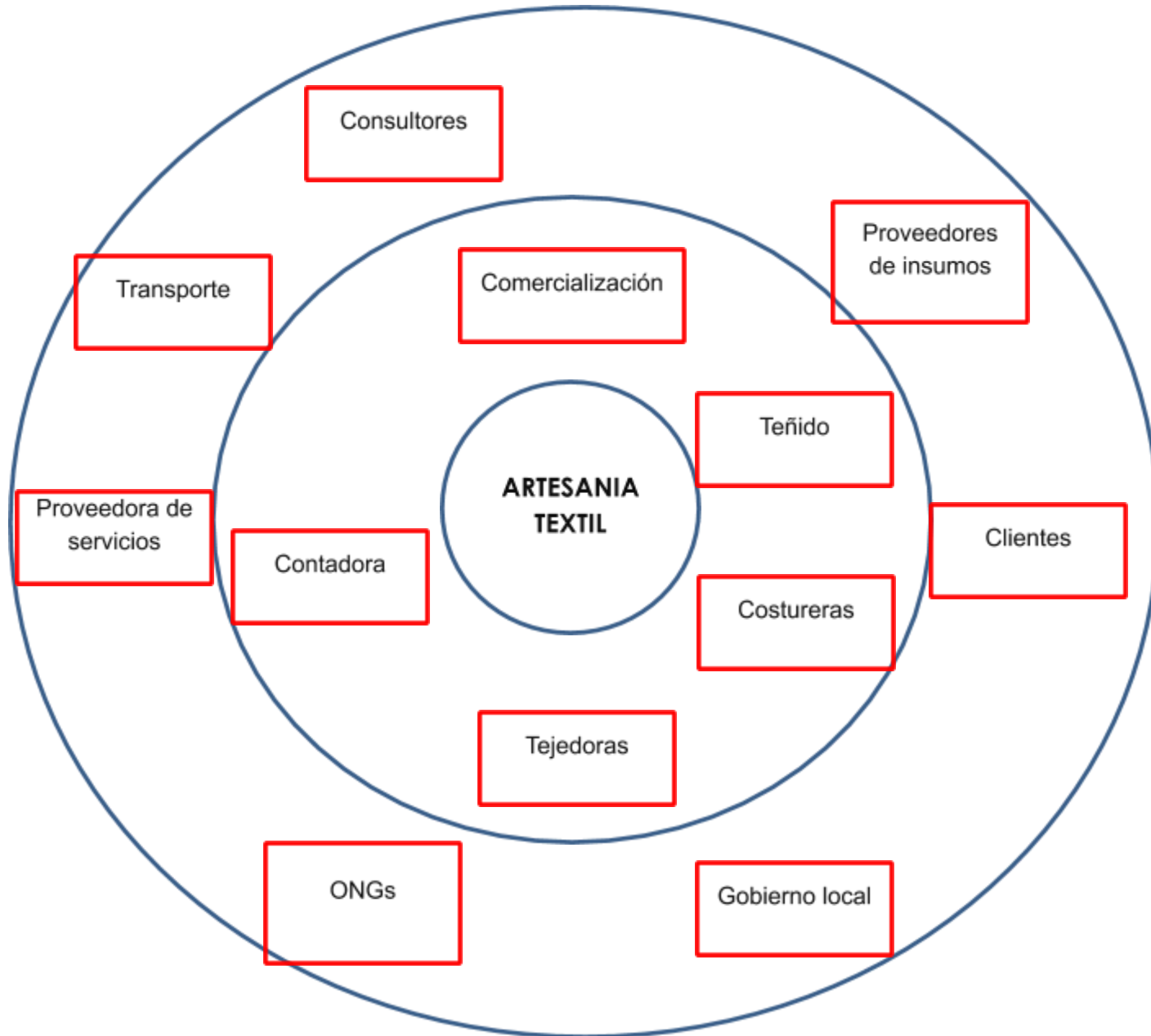
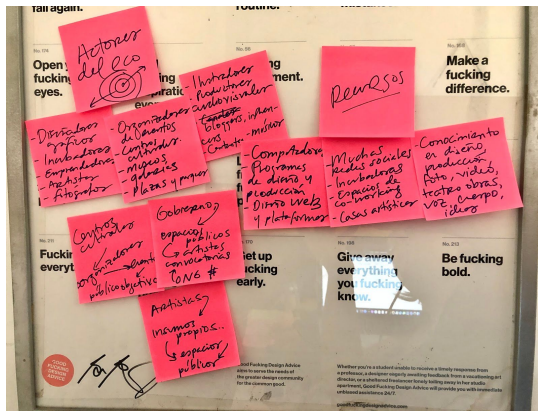


Diagrama de ecosistema



Con nuestro equipo llevamos a cabo un proceso de análisis con los siguientes pasos: (1) nos presentamos y cada uno puso en contexto de la situación actual en su país - con algunas diferencias y similitudes, de cómo las personas están manejando la crisis en este ámbito, (2) realizamos de manera independiente el trabajo de hacer un mapa de ecosistema que después socializamos en una reunión para identificar puntos en común y algunas diferencias y (3) generamos una lluvia de ideas de oportunidades / desafíos que luego se convirtieron en preguntas reto, colocar ese problema o anomalía como una oportunidad de innovación y mejora.



Cientes
 Público
 Organismos Públicos
 Sponsors
 Relaciones Públicas
 Artistas (Músicos, Actores, etc)
 Servicios (Diseño, Sonido, Iluminación, Montajistas, Asistentes, Ticketera, Acomodadores, Limpieza, Catering)
 Medios de Difusión Impresos, radiales, televisivos, virtuales, alternativos.
 Abogados
 Contadores
 Administrativos
 Fleteros

- Fotógrafos
- Camarógrafos
- Directores creativos
- Colectivos culturales
- Agencias de arte y cultura
- Productoras audiovisuales
- Agencias de viajes
- Diseñadores gráficos
- Publicistas
- Artistas
- Directores
- Guionistas
- Clientes, empresas, marcas
- Emprendimientos
- Equipos de producción
- Proveedores de equipos

Lo que resultó en varios diagramas y listados de distintos tipos pero que al final contaban con el mismo tipo de actores, recursos, relaciones y problemas o carencias. Por ello optamos por presentar el diagrama bajo el concepto de 'Artesanía textil' (que es un trabajo presente en el grupo) sin embargo, consideramos que aplica para el quehacer de todas las personas del equipo y que este nos ayuda a resumirlo muy bien.

RECURSOS

FINANCIEROS	Dinero para la compra de insumos y servicios
HUMANOS	Tejedoras, diseñadoras, fotógrafos, comercializadores, diseñador gráfico
MATERIALES E INSUMOS	Lana de alpaca, tintes, plantas tintóreas, mordientes
TECNOLÓGICOS	Computadora, internet, telares, máquinas para costura, cámara, redes sociales, plataformas, teléfonos, instrumentos, iluminación, software

RELACIÓN DE ACTORES Y RECURSOS

ACTOR	RECURSO	PRODUCTO
Tejedoras	Telares, tintes, lana, mordientes.	Piezas textiles: Gorros, mantas, alfombras.
Costureras	Maquina remalladora	Piezas textiles ensambladas.
Diseñadoras	Computadora, programas	Bocetos, nuevos diseños.
Consultores	Aula, auditorium	Capacitaciones
Diseñador grafico	Computadora, programas.	Afiches, catálogos, etc.
Comercialización	Computadora, programas	Cartera de clientes

BARRERAS – LIMITACIONES - DEBILIDADES

- Limitado niveles de educación formal.
- Volatilidad de los precios de insumos principales: lana de alpaca.
- Volatilidad del flujo de visitantes.
- Crecimiento de la competencia.
- Insuficiente capacidades en el manejo de herramientas digitales
- Mercado limitado.
- Insuficiente capacidades en comercio exterior.
- Limitación en la comunicación con clientes: inglés y español.
- Dependencia del mercado turístico
- Insuficiente conocimiento de fuentes de financiamiento.
- Limitado desarrollo de protocolos de seguridad y sanidad.
- Limitado acceso a los canales de exposición y comercialización especializado.

OPORTUNIDADES – FORTALEZAS

- Capacidad organizativa.
- Productos ecológicos – naturales.
- Productos hechos a mano.
- Productos con historias: iconografía, técnica.
- Crecimiento del mundo digital y a menores costos.
- Demanda de lo natural, ecológico, verde.

- Crecimiento de la economía circular

Pregunta reto

Este proceso consistió en generar un listado que resumiera los problemas o necesidades más comunes o latentes en el contexto de cada uno. Nos dimos cuenta que teníamos muchos aspectos en común y poco a poco fuimos acotando el planteamiento para luego convertir los problemas en preguntas desafiantes:

Problemas / Necesidades / Oportunidades

1. Incertidumbre
2. Configuración del destinatario
3. Factibilidad de Medios
4. Cómo se ofrece el producto a fin de que pueda ser aceptado
5. Rentabilidad
6. Se asume que todas las personas tienen internet y teléfonos inteligentes o computadoras, más inclusión
7. Espacios públicos inseguros o inaccesibles para llevar a cabo actividades artísticas
8. Poco conocimiento sobre formas de financiamiento de proyectos artísticos: crowdfunding, alianzas estratégicas y patrocinadores
9. Necesidad de buscar nuevos formatos que no dependan solo de la experiencia presencial
10. No hay una fuente de ingresos formal para el sector creativo 'Sálvese quien pueda'
11. Definición del producto artístico y los actores para desarrollarlo
12. Evaluación de la fecha / Momento para hacerla.
13. Evaluación de Mercado: existe público para el producto?
14. Estimación de Costos y Presupuestos
15. Fidelidad de sponsors
16. Comportamiento del mercado (público, cliente, variación de costos.....)
17. Elección de campaña publicitaria.
18. Recupero
19. Alineación de los planetas.
20. No limitar el desarrollo ni el alcance.

21. Sesiones fotográficas canceladas
22. Dificultad para movilizarse a diferentes lugares para realizar registros
23. No existe la posibilidad de realizar eventos en espacio público que generen concentración de público
24. Competitividad en industrias creativas
25. Producciones aplazadas
26. Estrenos, exposiciones, eventos culturales cancelados hasta nueva orden
27. Presentaciones, conciertos musicales sin nuevas fechas definidas
28. Falta de apoyo a los sectores creativos, no se les ha dado el valor que merecen

Desafíos

1. Producir y generar actividades de tipo artístico y cultural que se acoplen a la situación mundial actual de aislamiento social.
2. Poder llegar con nuestro arte a más creativos en el mundo y dar a conocer nuestro trabajo en medio de la crisis actual
3. Innovar en la manera de comunicar diferentes expresiones de arte y cultura
4. Implementar nuevos métodos, alternativas para ofrecer escenarios artísticos y culturales en los nuevos tiempos
5. Llegar a aportar y ayudar a nivel social a las personas que más lo necesitan en medio de esta crisis por medio del arte
6. Descubrir o usar otros canales más inclusivos para difundir expresiones de arte y cultura a más personas
7. Dar valor a los espacios públicos como centros culturales y artísticos
8. Hacer conciencia / educar / informar sobre formas de financiamiento de proyectos, como crowdfunding, alianzas estratégicas y patrocinadores / Crear fuentes de ingreso más constantes o fluidas para el sector creativo
9. Innovar cómo las personas experimental el arte en nuevas plataformas y formatos

Preguntas reto

1. ¿Cómo podríamos mejorar el acceso (la falta de acceso) al arte y la cultura de personas que no cuentan con tecnología o medios para participar?
2. ¿Qué tenemos que hacer para que los espacios públicos se conviertan en verdaderos centros culturales y artísticos?
3. ¿Cómo podríamos mejorar las oportunidades de ingreso fijo para las personas que trabajan en la industria por medio de nuevas formas de financiamiento?
4. ¿Qué tenemos que hacer para que la industria artística siga funcionando aún en medio de la crisis que obliga al distanciamiento social?
Innovar en la forma de presentar arte y cultura

5. ¿Cómo lograr reinventarnos como actores creativos en medio de la situación actual en el mundo?
6. ¿Qué debemos hacer para poder llegar a más personas y lograr dar un respiro en medio de la tensión mundial?
7. ¿De qué manera como actores creativos podemos ayudar a las personas más damnificadas por la situación actual?
8. ¿Cómo podemos implementar o utilizar nuevos métodos para ofrecer arte y cultura en medio del distanciamiento social?

RETO

¿Cómo nos podemos reinventar, como actores creativos en medio de una nueva realidad, para llegar a mercados que están cambiando y aquellos nuevos que se puedan captar, y ser sostenibles?

RETO

Es necesario y pertinente crear soluciones que le permitan a las personas que integran la industria no solo mantenerse a flote en la nueva realidad, sino también descubrir cómo innovar sus productos o servicios de aquí en adelante.

RETO

**Seguir siendo
productivos bajo nuevos
términos, aprovechar
más la tecnología y
conectar con más
actores y públicos.**

RETO

Las ideas que resulten pueden relacionarse con herramientas, métodos, tecnología, estrategias, protocolos, procedimientos, procesos, identificación de nuevos mercados.

Tiempo: resultados para poner en práctica en el año 2020

Tiempo: resultados para poner en práctica en el año 2020

Las ideas que resulten pueden relacionarse con herramientas, métodos, tecnología, estrategias, protocolos, procedimientos, procesos, identificación de nuevos mercados.