

Diseñadores del Tec crean marca usando la obsidiana



Hannia Ahumada | Campus Querétaro

“Negras Intenciones, Obsidiana Contemporánea”, es una marca creada por alumnos graduandos de la carrera de Licenciatura en Diseño Industrial del Tec de Monterrey campus Querétaro.

Yunuen Vargas y Artemio García idearon este proyecto en el último semestre de su carrera, el cual cuenta con 3 modalidades: trabajar en un proyecto de una empresa que tenga convenio con

el Tec de Monterrey, trabajar de manera individual o en equipo con una empresa ajena, y emprender una marca propia de los alumnos.

Durante la Semana i los alumnos se inscribieron a una actividad de talla artesanal de obsidiana con el profesor Rodrigo Vilanova, y vieron una oportunidad sobre todo con la comunidad de artesanos. Poco antes de comenzar la Semana i, ellos junto con otros amigos se fueron a Cancún y tuvieron la experiencia de observar que las artesanías de obsidiana casi no se vendían. En ese momento no le tomaron mucha importancia sino hasta el momento del taller, que la producción de los artesanos se comercializaba en Cancún.

“En ese taller de obsidiana nosotros nos dimos cuenta de que había esa oportunidad y como nosotros estamos graduándonos como diseñadores, pues pensamos en hacer algo. Somos buenos con los objetos, tenemos el talento de los artesanos que tienen años de experiencia, entonces lo estuvimos planeando por un tiempo, y ya para fin de carrera decidimos lanzar nuestra propia marca”. explica Artemio.

Comenzaron con una línea de objetos para mesa: un servilletero de centro, un juego de servilleteros de anillo para servilletas de tela, un botanero y portavasos. Eso fue el diseño de producto pero el proyecto no podía consistir sólo en eso, así que tuvieron que hacer la estrategia de marca, la estrategia de comunicación de la misma, la estrategia de negocios, las proyecciones, canales de distribución, estados de resultados, proyecciones financieras, entre otras. Acudieron con profesores del área de diseño y negocios que les brindaron el apoyo para iniciar este proyecto, y también al área de emprendimiento con Román, quien los orientó para poder establecerse como empresa.

El fin de semana pasado fue su primer acercamiento con el público que gracias a su director de carrera, Rodrigo, se inscribieron en el bazar de diseño y artesanías, “Maldito buen gusto”. Observaron el interés de mucha gente en sus productos y realizaron algunas ventas.

“Para nosotros fue un éxito, porque si bien vendimos muy poquito, obtuvimos mucho conocimiento de cómo se debe vender, qué quieren los clientes, qué es lo que buscan, qué esperan de una marca, y más que nada que percibían de nuestro producto.” añade Artemio.



/>>

Previamente ya habían realizado focus groups para el análisis de sus productos y la marca, pero recalcan que no se compara con la retroalimentación directa del público. Además, han comenzado a entablar comunicación con plataformas online y promotores de diseño de Querétaro.

La obsidiana es un material caro, pero eso no los ha detenido y decidieron darle un enfoque contemporáneo. Sus piezas tienen un estilo intermedio entre las artesanías mexicanas y lo artístico. Son objetos más funcionales, pero que se puede percibir su trabajo en el diseño.

“Nosotros quisimos colaborar con los artesanos mexicanos para que su trato sea más justo con el cliente final y que su obsidiana artesanal llegue a mayor mercado y más gente, para que su producción pueda ser más constante, más justa y que ellos tengan un ingreso más digno.” concluye Artemio.

Finalmente, planean satisfacer los pedidos que ya tuvieron y comenzar a lanzar más objetos artesanales, en un primer paso, registrar la marca y junto a sus diseños, establecerse dentro del mercado, buscar nuevos y mejores canales de distribución para la marca, y sacar nuevas colecciones.



/>>