

Educación especializada para diseñadores en el nuevo milenio

M.A./D.I. Martha Adriana Rodríguez Parra y Esp/ A.E. Héctor Raúl Salazar Cadena. Directora *Especialización en Diseño y Gerencia de producto para la exportación y profesora de planta categoría asistente del departamento de diseño industrial; profesor de planta categoría instructor del departamento de diseño industrial. Facultad de Arquitectura y Diseño – Pontificia Universidad Javeriana*

Carrera 7 No.42-60 Carrera 7 No.40-62 Edificio 5 Talleres y Laboratorios - Segundo piso - Izquierda Bogotá - COLOMBIA martha.rodriguez@javeriana.edu.co - hector.salazar.c@javeriana.edu.co

La dinámica global del diseño en Latinoamérica ha venido generando la necesidad que esta área de conocimiento se fortalezca, con los conceptos teóricos y prácticos de otras áreas como la administración y la ingeniería, que se han ido adaptando con mayor rapidez a los mercados y tendencias que la misma globalización ha ido creando en sus aplicaciones a nivel empresarial e industrial. Por esta razón en Colombia durante la última década, ha habido una constante preocupación de los profesionales en diseño «cualquiera que sea su área de desempeño» por buscar la interacción disciplinar del diseñador como profesional comprometido con el desarrollo empresarial del país.

Para tal efecto, la academia en Colombia en los últimos años ha implementado programas de posgrado que abarcan áreas administrativas y de gestión. Y se construye la Especialización en Diseño y Gerencia de Producto para la exportación en la cual los profesionales encuentran un espacio para satisfacer estas expectativas y así generar de respuestas pertinentes a la sociedad y al país, con proyectos que buscan la productividad, la competitividad a través de la generación de un valor agregado en los productos y servicios que les permitan sostenerse y crecer en los mercados locales e internacionales.

Palabras claves: Diseño, Gestión, Exportación y Competitividad.

1. Antecedentes

El diseño industrial en Latinoamérica en las últimas décadas ha sido una de las profesiones que ha dinamizado la industria es el caso de países como Chile, México y Brasil, mientras que esta ha sido baja en los otros países.

Por otro lado, en Colombia, a finales de la década del 70 se dieron las primeras semillas como iniciativa de la academia en tres universidades de la ciudad de Bogotá, y posteriormente se propagó el programa por las ciudades de Bucaramanga, Cali, Duitama, Manizales, Medellín, Palmira, Pasto y Pereira entre otras.

En la década del 80, los proyectos académicos en diseño industrial se enfocaron en proyectos tecnológicos, agroindustriales, médicos, educativos principalmente; posteriormente los primeros egresados se integraron poco a poco en algunas empresas como Artesanías de Colombia «ingresando al Dpto. de diseño»; ingresando a los departamentos de producción, por otra parte algunos se incorporaron laboralmente en organizaciones donde la prioridad consistía en crear los departamentos de diseño que para ese momento no existían en las empresas. Por aquellos días, se consideraba que la calidad de los productos estaba ligada con la procedencia de los mercados, eran mejores los productos importados que los nacionales en muchos de los casos, debido a que las tecnologías aplicadas y el modelo de innovación principalmente era la copia. Lo que se conoció como el modelo innovador de las vitrinas de Miami.

Para la década de los noventa con la apertura económica, el auge de las tecnologías de información y comunicación se pudieron conocer aspectos relevantes en tendencias, diseños y propuestas académicas en diseño, en diferentes lugares del mundo, lo que brindó la oportunidad de acceder a esos programas educativos, de la misma manera las conocidas mega tendencias como la telemática, impulsora de la globalización de los mercados y la economía, brindó al diseño un espectro más amplio en lo referente al cambio en el uso de la imagen y las gráficas, abriendo oportunidades de mercado y laborales para un gran número de diseñadores en Colombia y Latinoamérica.

De la misma manera es importante reconocer que para esta década de los años 90, fue tenido en cuenta con mayor profundidad el diseño, por lo que a principios de dicha década, la firma Monitor elaboró un estudio cuyo objetivo fue determinar las características de competitividad en Colombia y algunos de los resultados puntuales son:

- «La necesidad de coordinar una serie de acciones que involucren diseño en el sector productivo como elemento indispensable para mejorar la oferta del producto nacional.
- Diversificar aún más su base exportadora, desarrollar el recurso humano avanzado, superar sus deficiencias de infraestructura y mejorar sus condiciones internas para atraer la inversión extranjera directa... ...En otras palabras, Colombia no ha aprendido a incursionar en mercados sofisticados con productos sofisticados...»[1]

Se define posteriormente, el Sistema Nacional de Diseño como «el conjunto de actividades de planeación y definición de programas, asignación de recursos, ejecución y seguimiento de actividades, evaluación de resultados y recomendaciones para su propia reorientación, realizada por entidades públicas y privadas, o personas naturales de alta calificación, comprometidas con el diseño en el país y sus objetivos fueron:

- Inserción del diseño en el sistema productivo colombiano.
- La creación de un ambiente favorable para el desarrollo y sostenimiento de los productos nacionales en el marco de un mercado internacional.
- La proyección del diseño sobre la comunidad, de manera que la población pueda vivir cotidianamente los beneficios del diseño.
- Dar a conocer masivamente los diferentes programas y proyectos.»[2]

2. Interacción disciplinar del diseñador como profesional con la empresa

Actualmente en Colombia existen tres maneras de desempeñarse profesionalmente como diseñador, por un lado la generación de empresas, para lo cual las universidades preparan a sus estudiantes en temas relacionados con la creación y gestión de organizaciones productivas, competitivas y sostenibles. Estos proyectos académicos en algunos casos se convierten en proyectos de vida profesional.

Por otro lado, encontramos el campo de acción en la industria Colombiana que se ha concientizando de la importancia que el diseño tiene para la competitividad y la productividad, para mantenerse en el mercado cada día más global y exigente, por lo que ha buscado implementar los departamentos de diseño en donde se desarrollan y mejoran productos.

Finalmente, el posicionamiento de la calidad de los diseñadores colombianos ha generado un incremento en la contratación por parte de empresas extranjeras de profesionales, que luego de acceder y cumplir con sus metas retornan al país dinamizando y actualizando los programas académicos de las Universidades.

3. Implementación de programas de posgrado

La dinámica global del diseño en Latinoamérica ha venido generando la necesidad que esta área de conocimiento se fortalezca, con los conceptos teóricos y prácticos de otras áreas como la administración y la ingeniería, que se han ido adaptando con mayor rapidez a los mercados y tendencias que la misma globalización ha ido creando en sus aplicaciones a nivel empresarial e industrial. Por esta razón en Colombia durante la última década, ha habido una constante preocupación de los profesionales en diseño «cualquiera que sea su área de desempeño» por buscar la interacción disciplinar del diseñador como profesional comprometido con el desarrollo empresarial del país.

Para tal efecto, la academia en Colombia en los últimos años ha implementado programas de posgrado a nivel de especialización que cumplen con estas expectativas, abarcando áreas administrativas y de gestión que involucran desde la formación de empresa «mipymes» hasta aspectos gerenciales de carácter estratégico, productivo e innovador.

En la Pontificia Universidad Javeriana – Bogotá, conscientes de estas necesidades de los profesionales encargados de la concepción, diseño, desarrollo, producción, distribución y comercialización de productos y los servicios que este proceso demanda; encontraron un espacio para satisfacer estas expectativas con el programa puesto en marcha en abril del 2005 en Diseño y Gerencia de Producto para la Exportación.

4. La propuesta Javeriana de la especialización hoy

Permitir al profesional profundizar, estructurar y articular el conocimiento relacionados con la gerencia de diseño e internacionalización del producto, el análisis de mercados y los factores humanos con el fin de fortalecer a las empresas colombianas frente a la internacionalización de los mercados. Así como la implementación de tecnologías y factores productivos para la exportación de productos en el marco del Desarrollo Sostenible.

Este programa busca que los diseñadores y profesionales en áreas afines, profundicen y apliquen paralelamente herramientas de gestión empresarial que les permitan afrontar e implementar soluciones adecuadas a las crecientes necesidades de los consumidores en los diferentes mercados, cada vez más globales y exigentes de acuerdo con la evolución de la información y los conocimientos que dichos consumidores han venido adquiriendo por los diferentes procesos que la dinámica del nuevo milenio ha ido imponiendo.

En el énfasis de la especialización se consideran tres clasificaciones para el diseño de productos: artesanal contemporáneo, digital e industrial.

El primero, busca reflexionar sobre las relaciones entre el diseño y la artesanía, los nuevos planteamientos y enfoques sobre el diseño del producto artesanal contemporáneo para gestar acciones que permitan posicionar la artesanía en mercados externos y contribuir a la inserción del producto artesanal contemporáneo; así como contribuir a generar una oferta de calidad, mediante planteamientos de diseño y desarrollo de producto.

El Segundo, busca la interacción del diseño con las nuevas tecnologías; suministrar el conocimiento necesario para la producción de objetos hipermedia en el contexto colombiano, para ello se brindan estrategias eficientes para la planeación de un proyecto digital y así lograr las competencias técnicas en el estudiante en el manejo de aplicaciones de diseño digital para producción hipermedia.

El tercero, busca establecer el carácter de serialidad y estandarización en el producto.

Esta diferenciación en el producto, permite procesos de concepción, diseño, desarrollo, producción y comercialización diferentes y específicos. Por tal razón, la asignatura de **diseño de producto** será tomada de acuerdo a los intereses personales del estudiante y dará el énfasis y sustentación conceptual sobre el tipo de producto que será desarrollado en el trabajo de grado, requisito para la aprobación final del programa, a lo largo de los dos semestres de la Especialización. Por lo tanto, en cada asignatura la aplicación práctica se desarrollará con énfasis de producto seleccionado por el estudiante, y de esta manera se verá reflejado a lo largo del plan de estudios y acompañado por el director de trabajo de grado.

En lo que respecta a la secuencialidad el proceso de desarrollo de la especialización está organizado de manera que permita generar un crecimiento evolutivo de acuerdo al ciclo de vida del producto y su relación con el hombre y su ambiente con un enfoque claro hacia la exportación.

El plan de estudios tiene una duración de dos semestres académicos, tres áreas de conocimiento y catorce asignaturas lo cual conlleva al proceso educativo evolutivo e interdisciplinario del estudiante de postgrado (ver gráfico No.1).



Gráfico No.1 – PLAN DE ESTUDIOS ESP. DIGEPROEXP

El *primer semestre*, contempla la concepción, diseño y desarrollo del producto exportable y es el inicio de la actividad proyectual, y descubre aspectos relativos al descubrimiento de necesidades insatisfechas y oportunidades de intervención que involucra además de la investigación, concepción y diseño, los procesos y herramientas a utilizar.

En este primer semestre igualmente, se hace relevante la información que el estudiante debe recibir en cuanto a la formulación estratégica de sus empresas, conociendo las herramientas en gestión y calidad que les permitirá asumir los retos de la formación empresarial que tanto impulso en las políticas del estado ha encontrado.

En el *segundo semestre* a su vez, se contempla la producción, distribución, comercialización y consumo del producto exportable, estableciendo la estructura adecuada tanto para la realización como distribución, de acuerdo a las características del producto, del mercado y la tecnología a utilizar.

Así mismo se estructuran los aspectos normativos de los procesos implicados, para posteriormente realizar un seguimiento y evaluación de los productos en el mercado desde lo económico, ambiental y social contemplando aspectos de exhibición y empaque del producto, bajo el enfoque de exportación.

5. Áreas específicas de conocimiento

Además este plan de estudios contempla tres áreas de conocimiento: A. gerencia de diseño e internacionalización del producto, B. mercado y factores humanos y C. tecnología y factores productivos; siendo estas áreas transversales permitiendo al estudiante de postgrado interrelacionar los conocimientos y prácticas en el desarrollo del proyecto exportable.

A. Área de gerencia de diseño e internacionalización de producto.

Se contemplan aspectos relativos a la gestión que se debe realizar tanto al interior como exterior de la organización para que se puedan generar, desarrollar, implementar, comunicar y evaluar los productos para la exportación, dentro del microentorno que son las empresas, para su posterior desempeño y sostenibilidad, recordemos que las microempresas son el motor dinámico de la economía de los países como el caso de Colombia.

B. Área de mercado y factores humanos

La finalidad y el sentido del desarrollo de cualquier producto están enfocados en y hacia el hombre, y es él quien define las relaciones e interacciones que se dan en un momento y lugar definido entre un producto o sistema de productos y el ambiente. Por lo tanto es necesario conocer, diagnosticar y evaluar el factor humano de manera que se generen soluciones de producto acordes con las necesidades y características de un grupo específico.

C. Área de tecnología y sistemas productivos

De acuerdo a su esencia básica para que el producto exista es necesaria una transformación, que involucra diferentes aspectos y recursos. Así como un manejo de conocimiento (tanto incorporado como desincorporado) a fin de lograr la mayor eficiencia para el desarrollo de un producto. Bajo este marco es necesario establecer, seleccionar y aplicar las diferentes herramientas que pueden utilizarse de acuerdo con el tiempo de desarrollo del mismo, de manera que exista una aplicación directa sobre el diseño y gestión del producto desde su concepción hasta su obsolescencia (retornar, reutilizar, reciclar, reducir y desechar).

Dentro de cada área de conocimiento se encuentran dos asignaturas por semestre (gráfico No.2), las cuales se interrelacionan con asignaturas tanto de la misma como de diferentes áreas para generar un conocimiento evolutivo y articulado, cuyo eje central es el producto o servicio exportable.

En la especialización se desarrollan procesos de aprendizaje que incluyen el manejo de conocimientos y herramientas con una aplicación práctica que involucra lo aprendido en los dos semestres. Esta aplicación se realiza en la dirección de proyecto de grado I y II en la cual los estudiantes reciben un seguimiento en el desarrollo del proyecto para sus respectivas empresas y que en la actualidad no lo exporten. De manera que se pueda realizar de una manera secuencial y evolutiva el diseño y la gestión de un producto o servicios para su exportación.

Debido a que en la especialización hay profesionales de diversas disciplinas se está trabajando en equipos interdisciplinarios, para enriquecer la formación personal y grupal de los estudiantes de este postgrado.

Así mismo es importante resaltar que en los conocimientos impartidos a los estudiantes hay un fuerte énfasis en el estudio de casos exitosos de empresas nacionales y extranjeras, donde se busca que los estudiantes reconozcan los casos en diseño y empresa más representativos en la actualidad.

6. Productividad y Competitividad de los proyectos

Para concluir, esta formación integral esta enfocada en la generación de respuestas pertinentes a la sociedad y al país, con proyectos que buscan la productividad, la competitividad a través de la generación de un valor agregado en los productos y servicios que les permitan sostenerse y crecer en los mercados locales e internacionales.

PROSPECTIVA

En el normal desarrollo del proceso educativo en las áreas de la **especialización en diseño y gerencia de producto para la exportación**, debido a la oferta a diferentes disciplinas, se ha detectado que se debe implementar un módulo nivelatorio (ver Gráfico No.2) compuesto por cuatro asignaturas: 1. internacionalización del diseño, 2. principios en gestión de producto, 3. principios básicos de diseño y 4. introducción al proyecto de grado.

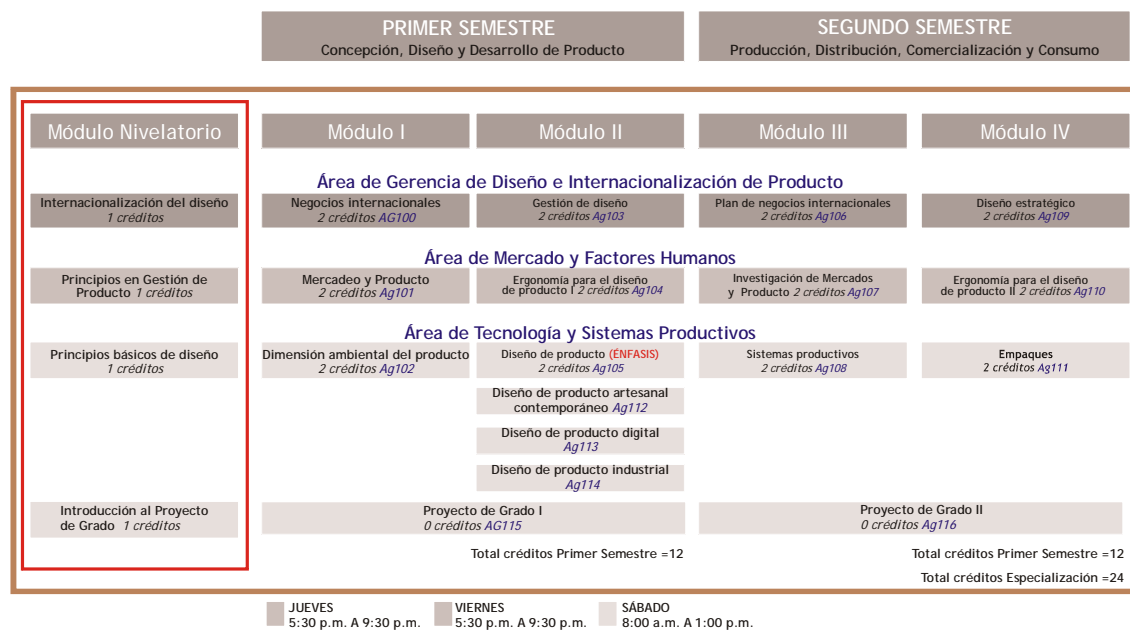


Gráfico No. 2 PLAN DE ESTUDIOS ACTUAL MÁS MÓDULO NIVELATORIO

De esta manera la especialización y la facultad de arquitectura y diseño brindan al profesional herramientas específicas para desempeñarse en un ámbito competitivo para incidir en los factores de crecimiento económico en el país.

[1] Estudio Monitor. (1994) Creación de la ventaja competitiva para Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá.

[2] Obid.