

Estrategias de Postgrado para Diseñadores

Autores: D.I. Juan C. Ruiz M.A./D.I. Martha A. Rodríguez

Pontificia Universidad Javeriana/ Colombia

Antecedentes

La situación actual en Colombia demanda la participación conjunta de diferentes disciplinas que como el diseño industrial, están llamadas a establecer nuevos horizontes y posibles escenarios donde exista un desarrollo sostenible del país; bajo este marco y conscientes del compromiso social y ético propio del pensamiento ignaciano, el «Departamento de Diseño Industrial – DDI» de la Pontificia Universidad Javeriana estructuró la especialización en Diseño y gerencia de producto para la exportación, la cual pretende participar en las soluciones y necesidades del gobierno, la industria especialmente las «micro, mediana y pequeña empresa – MIPYMES» y a los profesionales encargados del desarrollo y manejo de productos.

El compromiso desde el diseño industrial y su relación con el aparato productivo nos remite al ámbito empresarial, donde por aspectos coyunturales las exportaciones se convierten en un factor determinante para el desarrollo del país, no solamente desde lo económico sino desde lo social como generador de empleo y que involucra directa e indirectamente aspectos que determinan la calidad de vida de la comunidad.

El tema de las exportaciones adquiere vital vigencia e importancia por lo que sucedió con la «Ley de Preferencias Arancelarias Andinas – ATPA», transformada posteriormente en la «Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas - ATPDEA» a partir del 6 de agosto de 2002 hasta el 2006 y puede suceder con el «Área de libre comercio de las Américas - ALCA» cuando entre en vigencia.

La reciente experiencia exportadora de las MIPYMES se ha convertido en parte vital del engranaje socioeconómico de la nación y ha venido incursionando lentamente en los mercados internacionales; siendo el producto uno de los factores importantes para la viabilidad comercial en el país importador, razón por la cual el gobierno ha desarrollado programas específicos que involucran el diseño de productos en la empresa.

El Diseño como disciplina que desarrolla productos y sistemas de productos está llamado a participar activamente con estrategias de orden socio-económico. Para éste propósito se tuvo en cuenta en el desarrollo de la especialización las demandas de organizaciones gubernamentales y no-gubernamentales, así como la percepción e intereses de diseñadores industriales profesionales. Además, de acuerdo a la tendencia y requerimiento actuales de la educación, la especialización está estructurada bajo el sistema de créditos, lo que permite tanto la flexibilidad del currículo como el desarrollo de intereses particulares dentro del área del producto (artesanal contemporáneo, digital o industrial).

II. Objetivo de la especialización

a. OBJETIVO GENERAL

Permitir al profesional profundizar, estructurar y articular el conocimiento relacionado 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.

b. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Generar las herramientas para diseñar, comprobar y evaluar el producto desde un usuario definido.

Brindar las herramientas adecuadas para diagnosticar, diseñar, implementar y evaluar los productos a lo largo del ciclo de vida del producto.

Establecer los requerimientos de un producto exportable de manera que se puedan minimizar los riesgos en su desarrollo, fabricación, comercialización y consumo.

Conocer los procesos, actividades y herramientas desarrolladas por diferentes entidades de manera que le permitan al egresado interactuar con otros profesionales que se desempeñan en el campo de la exportación.

Desarrollar en los egresados una visión crítica del entorno interno y externo de la empresa, de manera que les permita identificar oportunidades para el desarrollo de nuevos productos.

c. DIRIGIDO A

Profesionales que estén involucrados en el diseño, desarrollo o gestión de productos para la exportación.

III. Perfil profesional del egresado

Una vez el estudiante finalice su plan de estudios en la Especialización en Diseño y Gerencia de Producto para la Exportación de manera satisfactoria, tendrá la capacidad de dirigir desde el diseño de productos, planes de exportación para el desarrollo empresarial, teniendo en cuenta las habilidades adquiridas con teorías e instrumentos de diseño y gerenciales para el desempeño en un ámbito de negocios internacionales.

Igualmente, estará en la capacidad de analizar y cuantificar las posibilidades de acceso internacional de productos diseñados en Colombia, de manera estratégica, identificando oportunidades y aprovechando el entorno de los mercados globales.

IV. Perfil ocupacional del egresado

El especialista en Diseño y Gerencia de Producto para la Exportación, estará en capacidad de desempeñarse exitosamente en grandes, medianas y pequeñas empresas, en cargos como:

- Líder de procesos de diseño de productos colombianos para la exportación.
- Gerente de producto exportable.
- Analista de diseño de producto exportable.

- Empresario independiente exportador.
- Asesor de procesos de diseño.

V. Plan de estudios

Debido al enfoque de la especialización y considerando las diferentes clasificaciones que existen sobre el producto, desde el DDI se identificaron tres diferentes tipos de producto: artesanal contemporáneo, digital e industrial.

Primero, «Diseño de Producto Artesanal Contemporáneo», busca la reflexión entre el diseño y la artesanía en el contexto contemporáneo; segundo, «Diseño de Producto Digital» busca la interacción del diseño con las nuevas tecnologías y, por último, pero no menos importante «Diseño de Producto Industrial» con 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 a lo largo de los dos semestres de la Especialización. Por lo tanto, en cada asignatura la aplicación práctica se desarrollará sobre el tipo de producto seleccionado por el estudiante, de esta manera el énfasis se verá reflejado a lo largo del plan de estudios.

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 posgrado

(Imagen 1).

El primer semestre, contempla la concepción, diseño y desarrollo del producto exportable y es el inicio de la actividad proyectual, y descubre aspectos relativos a la detección de necesidades y/u oportunidades e involucra además de la investigación, concepción y diseño, los procesos y herramientas a utilizar.

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.

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 posgrado 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.

B. Área de mercado y factores humanos

Si bien el componente de producto es importante, la finalidad y el sentido están enfocados en y hacia el hombre, ya que 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 aportan 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 y desechar).

Dentro de cada área de conocimiento se encuentran dos asignaturas por semestre (Imagen 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 exportable.

Tanto la secuencialidad como las áreas de conocimiento y las asignaturas están enfocadas al producto (directa e indirectamente). Así mismo se relacionan con los campos de estudio de la Líneas de Investigación del DDI (Imagen 3) desde el desarrollo sostenible involucrando los aspectos económicos, tecnológicos, sociales y ambientales.

VI. Estrategia metodológica

La especialización se desarrolla procesos de aprendizaje que incluyen el manejo de conocimientos y herramientas con una aplicación práctica que involucra lo aprendido a lo largo de 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 para su exportación.

Debido a que 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 posgrado.

VII. Duración y jornada

La especialización está conformada por dos semestres académicos y catorce asignaturas para un total de 24 créditos académicos. Se desarrolla tres días a la semana con una intensidad horaria diaria de 4 horas presenciales y 8 horas no presenciales; para las asignaturas de 2 créditos y para las asignaturas de 0 créditos es de una hora cada quince días.

El horario definido es jueves y viernes de 5:30 p.m. a 9:30 p.m., y los sábados de 8:00 a 1:00 p.m.

VIII. Ponentes

M. A. / D.I. Martha Adriana Rodríguez Parra

Profesor de planta DDI

Directora de

Especialización

martha.rodriguez@javeriana.edu.co

D.I. Juan Carlos Ruíz Barragán

Profesor de planta DDI. Coordinador del área de Gestión de Diseño del DDI.

ruizj@javeriana.edu.co

Facultad de Arquitectura y Diseño

Carrera 7 No.42-60

Edificio 18 - Costado Norte

PBX:(571) 320 8 320 ext. 2737