

Gestión del diseño, una mirada integradora

Marcela Zakalik y Analía Villegas

Resumen: El Diseño no es una disciplina que se desarrolle independientemente del resto de las actividades, para ejercerla se hace necesaria su interrelación con un amplio abanico de elementos del contexto actual. Identificar y analizar estos elementos es un desafío de los nuevos profesionales, para responder a las necesidades de las personas. El presente trabajo tiene como objetivo la aplicación de una metodología de enseñanza que permita al alumno vincular e integrar los conceptos de economía y gestión dentro del proceso de enseñanza y aprendizaje del diseño.

Palabras clave: Diseño – Educación – Economía y gestión – Enseñanza aprendizaje

I. INTRODUCCIÓN

El diseño no es una disciplina que se desarrolle independientemente del resto de las profesiones y actividades, sino que para llevarla a cabo se hace necesaria su relación con un amplio abanico de elementos, como la sociedad, la tecnología, la política y el medio ambiente, el marketing, la economía, el derecho.

Identificar y analizar estos elementos en la sociedad es un desafío de los nuevos profesionales del diseño en el afán de dar respuesta a las necesidades de las personas dentro de este contexto. Es en este sentido que la formación de los nuevos profesionales debería incluir un desarrollo de habilidades que le permita resolver situaciones problemáticas en contextos cada vez más complejos.

Hoy en día los mercados se han tornado cada vez más competitivos, y es allí donde el diseño cobra mayor relevancia, ya que es una actividad que puede brindar una diferenciación en el producto o servicio logrando una ventaja competitiva en el mercado o en una región determinada.

Sin embargo, también la sociedad es cada vez más exigente con las empresas y esperan que éstas adopten un enfoque integrado respecto a las repercusiones culturales, medioambientales, políticas y sociales de sus acciones. Es decir un accionar más comprometido con la sociedad y el ambiente, logrando la sustentabilidad y la sostenibilidad.

II. OBJETIVOS

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar diversas técnicas que se pueden aplicar en el aula para el desarrollo del proceso de enseñanza y aprendizaje, y a su vez la aplicación de una metodología de enseñanza que permita al alumno vincular y aplicar los conceptos de economía y gestión del diseño dentro de la propia práctica profesional.

El desarrollo de la temática tiene que ver con la demanda actual de los profesionales, quienes deben autogestionar su propio trabajo o emprendimiento.

No solamente es importante incorporar los valores o la actitud hacia el desarrollo de la gestión y la sustentabilidad, sino también incorporarla al quehacer cotidiano de la profesión del diseñador.

En el trabajo se priorizan los siguientes aspectos:

- La identificación y análisis de las variables económicas y del entorno.
- La aplicación de estrategias del marketing dentro del concepto de responsabilidad profesional.
- Lograr aportes innovadores para una sociedad sustentable y sostenible.
- Generación de proyectos de negocios que aporten a la sustentabilidad.
- Evaluar la factibilidad y viabilidad del proyecto.
- Desarrollar habilidades de trabajo en equipo y de cooperación.
- Integrar los trabajos de las cátedras logrando un aprendizaje significativo e integral.

Qué es gestionar

El concepto de **gestión** hace referencia a la **acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo**. Al respecto, hay que decir que gestionar es **llevar a cabo diligencias** que hacen posible **la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera**.

Si se habla de gestión inmediatamente surgen dos palabras relacionadas una es eficacia y la otra es eficiencia. La eficacia, es lograr los objetivos propuestos y la eficiencia es poder alcanzarlos con la menor cantidad de recursos. Recursos que muchas veces el diseñador tiene la decisión de elección de los mismos.

Es importante destacar que cuando se menciona **gestión** implica un proceso de administración, en el cual se destacan diversas etapas que son la Planificación, Organización, Dirección y Control. No es algo al azar, como tampoco lo es el Diseño, cuyo concepto **es el acto de diseñar como prefiguración, es el proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas**. Plasmar el pensamiento de la solución o las alternativas mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación.

Es decir tanto la gestión como el diseño implica un proceso no son actividades que se realizan al azar.

Para Brigitte Borja de Mozota: “La gestión del diseño nace de la transición entre el modelo jerárquico de gestión y el modelo organizativo flexible y plano que promueve la iniciativa individual, la independencia y la asunción de riesgos. Los diseñadores se identifican con este nuevo modelo de gestión más informal basado en conceptos tales como la gestión dirigida a los clientes, la gestión basada en proyectos y la gestión total de la calidad, todos ellos conceptos relacionados con el diseño.

La gestión del diseño presenta un doble objetivo:
Familiarizar a los directivos con el diseño y a los diseñadores con la dirección y desarrollar métodos para integrar el diseño en el entorno empresarial”

La gestión del diseño es una herramienta que usan los diseñadores para poder planificar, organizar y dirigir su carrera profesional, a su vez es una forma de llegar a comprender el rol que debería cumplir el diseño dentro de la empresa y cómo este aporta al logro de una ventaja competitiva.

Es importante que los estudiantes hoy en día conozcan y apliquen las herramientas de gestión para posicionar al Diseño dentro del proceso económico, logrando así una jerarquización y crecimiento del Diseño y de la profesión.

En estos momentos el mundo es muy competitivo, existen empresas con un alto nivel de innovación y países en crecimiento sostenido. También mencionamos que los recursos son más escasos y hay una tendencia a la protección del medio ambiente, lo cual limita la disponibilidad de dichos recursos. Es allí donde la tarea del Diseñador comienza a tener mayor relevancia para brindar soluciones que cumplan con las limitaciones de recursos, también satisfaciendo a consumidores más exigentes y logrando la diferenciación de las empresas logrando la sustentabilidad.

Análisis del entorno

Social

Consumidores más exigentes en cuanto a los productos consumidos y en búsqueda de lograr satisfacer las necesidades con mayor comodidad.

Tecnológicos

El avance de la tecnología le permite al diseñador no sólo mejorar sus diseños, tener mejor calidad en los insumos utilizados, sino se le abre una nueva posibilidad de trabajo dentro de lo tecnológico.

Económicos

Particularmente si analizamos las políticas económicas aplicadas en la Argentina en los últimos tiempos, como son las limitaciones en las importaciones produjo escasez

en diversos materiales es allí donde el diseñador cumple un rol fundamental, buscando alternativas para poder llegar a desarrollar los productos

Legales

El gobierno actual ha incrementado los programas del gobierno para incentivar la innovación y el diseño.

Como se puede analizar desde varios enfoques podemos identificar oportunidades para el desarrollo de la actividad del diseñador. Es oportuno preguntar, ¿La universidad está transmitiéndole al alumno estas posibilidades?

III. METODOLOGÍA

La materia de Economía y Gestión de las carreras de Diseño de la Universidad Nacional de Cuyo se compone en una primera parte del desarrollo de las variables económicas, tanto de la parte de microeconomía como de la macroeconomía.

La segunda parte incluye los principios de gestión y el desarrollo de las estrategias de marketing, incluyendo el análisis de la cadena de valor.

Dentro de la última parte es dónde se integran los conocimientos a través de la formulación y evaluación de un proyecto, en particular de diseño.

La metodología aplicada en la investigación consistió en desarrollar diferentes clases taller en las cuales el estudiante aplique los conocimientos teóricos a una idea de negocio que implique al diseño o a un caso de diseño desarrollado anteriormente. Esto los lleva a analizar todos los pasos para realizar un plan de negocio, este trabajo es realizado por grupos de alumnos.

Dadas las actuales condiciones laborales imperantes en la sociedad, resulta imprescindible el trabajo en equipo en muchos casos con personas de conocimientos interdisciplinarios, por lo que la interacción se ha incrementado considerablemente.

En primer lugar para profundizar los conocimientos de equipo de trabajo es conveniente realizar una distinción, que realiza Robbins (1999), entre grupo y equipo, en primer lugar se puede realizar una distinción en cuanto al objetivo, el grupo comparte la información en cambio el equipo realiza un desempeño colectivo produciendo una sinergia positiva y complementando las habilidades de cada uno.

Estas características deben hacer notar que trabajar en equipo implica más compromiso que el trabajo dentro de un simple grupo. Implica una penetración más profunda con los demás integrantes.

Algunas razones por las cuales es conveniente el trabajo en equipo, dada una determinada organización, son:

- ✓ Los equipos aumentan la productividad.
- ✓ Los equipos mejoran la comunicación.
- ✓ Los equipos realizan trabajos que los grupos corrientes no pueden hacer.
- ✓ Los equipos aprovechan mejor los recursos.
- ✓ Los equipos son más creativos y eficientes para resolver los problemas.
- ✓ Los equipos generan decisiones de alta calidad.
- ✓ Los equipos contribuyen a diferenciar y a la vez a integrar.

El trabajo en equipo implica trabajar en conjunto, proponer distintas soluciones para el mismo problema, aceptar mejores ideas de los compañeros. También implica que cada miembro ejerza aquella función para la cual se considere más capaz, y en la cual pueda brindar lo mejor de sí mismo al equipo para la consecución del objetivo; debería haber un coordinador que equilibre la contribución de los miembros del equipo, de modo que todos puedan contribuir igualmente con sus ideas y puntos de vista e impedir que otro miembro tenga la exclusividad o predomine sobre los demás. Por otra parte, todo equipo requiere de tres diferentes habilidades:

- ✓ Experiencia Técnica: los conocimientos que se tengan sobre un determinado asunto.
- ✓ Capacidad para solucionar problemas y tomar decisiones: poder identificar los problemas, generar alternativas, evaluarlas y elegir las mejores opciones.
- ✓ Capacidad de escuchar: los miembros del equipo deben saber escuchar para que se produzca un feedback hacia los demás miembros del equipo.

Otro tema muy relacionado con estas capacidades o habilidades es la distribución de roles que se deberá realizar dentro del equipo. Para ello sería conveniente seleccionar a los integrantes de un equipo atendiendo a su personalidad y a las preferencias de cada individuo. Un entrenador deportivo cuyos equipos triunfan continuamente durante mucho tiempo probablemente ha aprendido a evaluar a los integrantes, identificar sus fortalezas y debilidades y asignarlos a las posiciones que mejor se ajusten con sus habilidades, además de permitirles contribuir más con el desempeño general del equipo. Así es como se pueden identificar los distintos roles claves en los equipos.

Si bien sería propicio en los trabajos realizados por los alumnos lograr una análisis y evaluación de su desempeño como equipo de trabajo, resulta muy difícil por la cantidad de alumnos y la cantidad de integrantes de la cátedra, pero sí se intentan que vivencien el mismo. Seguro que será una de las condiciones laborales con la que se encontraran.

NUEVOS DESAFÍOS

Ante la propuesta de parte de la Dirección de Carrera de realizar trabajos intercátedra, se presentó un nuevo desafío, cómo poder coordinar trabajos conjuntos cuando el desarrollo de las temáticas muchas veces son dispares en los casos de integración horizontal.

Si bien cuando los alumnos desarrollaban los proyectos de la materia Economía y Gestión aplicaban muchos de los casos vistos por las materias troncales del Diseño, no es lo mismo estar desarrollando en dos materias un mismo caso al mismo tiempo. Sin embargo, es dónde el alumno tiene la oportunidad de vincular simultáneamente la interrelación de los temas.

En esta oportunidad se han realizado reuniones para coordinar los trabajos intercátedras, en particular para la cátedra de Economía y Gestión al ser una materia que se dicta tanto en la carrera de Diseño Gráfico y de Diseño Industrial, ha resultado ser un puente en primera medida de integración de las dos carreras y por el otro establecer la conexión entre los conocimientos económicos y de gestión con la actividad del diseño.

Es un gran desafío, ya que exige que exista una voluntad por parte de los docentes intervinientes para acordar los criterios y las metodologías a ser aplicada, así como también estar dispuesto a flexibilizar o modificar el programa y el proceso de enseñanza y aprendizaje determinado por cada uno. A su vez demanda un esfuerzo adicional al que ya se realizaba en la cátedra.

IV. RESULTADOS

En la cátedra “Economía y Gestión”, durante los últimos dos años se han generado más de 40 ideas de negocio. En las cuales el diseño es protagonista y por su intermedio se genera valor al emprendimiento, siendo una manera para el alumno de identificar y aplicar los conocimientos de la materia.

Es relevante destacar que en algunos casos los alumnos continuaron con el desarrollo la idea de negocio, siendo una manera de gestionar la propia práctica profesional.

Es oportuno comentar que en el desarrollo de los proyectos muchas veces se ha identificado falta de actitud emprendedora reflejando muchas inseguridades, es también uno de los objetivos que se han propuesto trabajar en la cátedra para generar espíritu emprendedor y también autoestima en los alumnos.

V. CONCLUSIONES

No basta solamente con adquirir conocimientos sobre cómo gestionar en diseño, ni de qué manera el diseño es generador de valor en la cadena de valor de las organizaciones. Es importante que los alumnos puedan realizar la transferencia de los conocimientos adquiridos a la práctica profesional comprendiendo la interrelación con otras áreas del conocimiento. Es importante para el docente no perder nunca la visión del *¿Por qué? ¿Para qué? y ¿Cómo?* enseñar economía y gestión en Diseño, para poder lograr verdaderamente el aprendizaje significativos de los alumnos

Es posible contribuir, desde el rol docente, por medio de la aplicación de metodologías didácticas, para que el alumno pueda identificar y aplicar estrategias tendientes a lograr un desarrollo de la sociedad en un sentido de equidad y con una actitud de respeto hacia las variables ambientales.

VI. BIBLIOGRAFÍA

BEST, Kathryn. Fundamentos del management del diseño. (España, Parramón, 2010) 208 págs.

KOTLER, Philip ARMSTRONG, Gary, Mercadotecnia, trad. de Pilar Mascaró Sacristán, 6° ed. (México, Prentice-Hall, 1994), pág. 661.

KOONTZ, Harol y WEIHRICH. “Administración” trad. S De Allub y otros. 11° Edic. (México, Mc Graw-gill, 1998)

ROBBINS, Stephen, Comportamiento Organizacional. Teoría y práctica, trad. de A. Deras Q., 8° ed. (México, Prentice Hall, 1999), pág. 287.

SANTESMASES MESTRE, Miguel, SANCHEZ DE DUSSO, Francisca; KOSIAK DE GESUALDO, Graciela, Marketing, 3° ed. (Madrid, Ediciones Pirámide, 2007) 1135 págs.

SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo, “Preparación y evaluación de proyectos de inversión”. 4° Edición. (México, Mc Graw-Hill)