

Las personas cuestionadas que correspondan a las características del público-objetivo predefinido prefieren la utilización del color que corresponde a su club en los logotipos de marcas conocidas, en detrimento del color actualmente utilizado.

- Hipótesis nº2

Las personas cuestionadas que correspondan a las características del público-objetivo predefinido prefieren la manutención del color de los logotipos de marcas conocidas, cuando esta corresponde a la de su club.

- Hipótesis nº3

Las personas cuestionadas que correspondan a las características del público-objetivo predefinido prefieren la utilización del color que corresponde a su club en los logotipos de marcas desconocidas.

Esperamos que este trabajo nos traiga algunas conclusiones novedosas, y/o que confirme científicamente nuestras creencias.

\* Profesor Auxiliar de la Universidade Fernando Pessoa - Oporto - Portugal.

## Identificación del valor del diseño en las PyMEs, a través de los estudios de gestión de diseño (a076)

Mst. Patricia Paredes López\*

Aunque algunas empresas han entendido el valor estratégico del diseño como factor importante para mejorar su competitividad, aún son muchas las que carecen de las condiciones necesarias para implantar el diseño en sus estructuras empresariales, ya que este no se inserta por el solo hecho de contratarlo.

En los últimos veinticinco años, los gobiernos, centros de diseño y en general grupos de investigación de diferentes universidades, en países como: Reino Unido, Francia, España, en donde la gestión de diseño tiene ya un recorrido importante, han realizado investigaciones tendientes a analizar la situación del diseño y su gestión en las empresas, determinando: Su nivel de inserción, su impacto en la economía de un país y sus principales aportes a la cultura de la innovación de las organizaciones.

Ya que la globalización, exige cada día más de los productos y servicios, y de las estrategias que usen las empresas para su conceptualización y diseño, ha sido importante la realización de estas investigaciones en gestión de diseño, porque han ayudado a determinar los planes de acción a seguir en los diferentes países, de acuerdo con las condiciones identificadas en cada entorno o sector empresarial.

Algunos países de Latinoamérica con una realidad diferente a la europea, también se han preocupado por conocer cual es la situación del diseño en las empresas. Como es el caso de estudios estatales realizados en Brasil y Argentina que se han considerado en el análisis. La revisión de estos estudios a la luz de las categorías de análisis de la investigación, permiten identificar variables coincidentes y divergentes frente a una valoración cuantitativa y cualitativa del aporte del

diseño a las PyMEs. Las cuales no solo, son importantes tener en cuenta, para los proyectos que actualmente se realizan el grupo de investigación "Gestión de diseño" del departamento de Diseño Industrial de la Universidad Javeriana. Sino para el aporte al conocimiento en esta área.

### Objetivos:

- Recopilar y analizar estudios de gestión de diseño en empresas, tanto en países desarrollados como en vía de desarrollo, para identificar los aportes del diseño en las PyMEs.
- Establecer los tipos de empresa frente al diseño.
- Determinar los principales inconvenientes de la relación diseño - empresa.

### Metodología

- Búsqueda y recopilación de estudios de gestión de diseño realizados en las últimas dos décadas, por investigadores de diversos países.
- Observación, clasificación y comparación de los resultados obtenidos en los estudios, de acuerdo con las categorías de análisis preestablecidas en la investigación.
- Determinación de resultados y conclusiones

### Principales resultados

- Identificar los aportes del diseño en las PyMEs.
- Establecer los tipos de empresa frente al diseño.
- Determinar los inconvenientes más relevantes de la relación diseño - empresa.

\* Doctoranda Universidad Politécnica de Valencia, España; Coordinadora del Grupo de Investigación en Gestión de Diseño, Pontificia Universidad Javeriana, Departamento de Diseño Industrial, Bogotá, Colombia

## Los lenguajes nómades (a077)

El diseño como constructor de lenguajes visuales incluyentes

Javier Limas Monroy

El emprendimiento de un viaje en el que está de por medio abandonar espacial y simbólicamente el contexto en el que siempre nos hemos desenvuelto, lleva implícita la aventura de enfrentarse a otras culturas, otros espacios, otros modos de ver el mundo. No obstante, a donde vayamos, inevitablemente llevamos un acumulado de referentes vividos y un cúmulo de particularidades que nos asemejan y nos diferencian de otros, a eso solemos llamarlo identidad.

La observación se agudiza y descubrimos en hechos que antes no tenían mayor importancia, la posibilidad de evidenciar dificultades y proponer soluciones a cuestionamientos que antes solo estaban allí como circunstancias ajenas a nosotros.

Para hablar de ser extranjero, hay que serlo desde la experiencia, desde la vivencia directa de las circunstancias y desde esa concepción del mundo en que las