

Principales conclusiones

Las Conclusiones de la comisión estuvieron a cargo de Carlos Soto de la Universidad Técnica Federico Santa María - Chile

- Experiencia enriquecedora producto de los distintos puntos de vistas; el intercambio de realidades y opiniones bajo la temática abordada, las cuales gratamente convergen en ideas de consenso.
- Con lo cual las conclusiones se concentran principalmente en los siguientes temas.
- Divergencia de plan curricular con la evaluación, considerando el aseguramiento del aprendizaje.
- Importantes experiencias de aprendizaje con métodos docentes alternativos
- Apoyo académico administrativo para garantizar el trabajo desarrollado en aulas.
- Las aulas como un cuadrado, espacio místico, no un espacio de entrada y salida, generar voces y no ecos.
- ¿Emprendedores o empleados?
- Manifiesto del cambio generacional de estudiantes. Declaración del conocimiento del cambio. Y finalmente de la aceptación y acuerdo de generar cambios docentes que actualice las condiciones actuales, obviamente sin perder las bondades tradicionales del proceso formativo.
- Cambio del vínculo entre el alumno y docente, cercanía que dé pie a pasar del monologo docente al aula interactiva. Prolongar la jornada del aula con actividades complementarias.

- ¿Como estamos generando la formación? ¿El elegir? ¿Mercado? ¿Alumno?
- Fomentar el aprendizaje cooperativo, con personajes multidisciplinarios.

Abstract: A change between student and teacher link, near to move from teacher's monologue to interactive classroom and to prolong the classroom day with complementary activities.

Keywords: social media - creativity - evaluation - professor - leadership - motivation - academia - language.

Resumo: Mudança do vínculo entre o aluno e docente, cercania que dê pé a passar do monologo docente ao sala de aula interativa. Prolongar a jornada da sala de aula com atividades complementares.

Palavras chave: redes sociais - criatividade - avaliação - motivação - liderazgo - linguagem acadêmico.

(*) **Eduardo Vigovsky:** Psicólogo, profesor de teatro, actor. Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación Corporativa - Empresaria.

Capacitación para emprendimientos y negocios.

Mónica Antúnez (*)

Fecha de recepción: julio 2013
 Fecha de aceptación: septiembre 2013
 Versión final: noviembre 2013

Resumen: Es un desafío permanente la capacitación de los alumnos en las diversas universidades e instituciones educativas de toda Latinoamérica, para ello debemos concentrar el esfuerzo en enseñarles en base a la creatividad, la innovación, la ética profesional y la Responsabilidad Social empresarial

Palabras clave: estrategia - ventaja competitiva - diseño - necesidades - responsabilidad social empresarial - ética profesional - emprendedor - consultoría - pymes.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 171]

Se debe destacar en primer lugar, la buena predisposición del grupo, las ganas de participar, de exponer y la gran motivación para venir al Congreso, disertar, debatir y seguir en permanente contacto con la Universidad de Palermo.

Se trata de sintetizar a continuación los principales temas tratados en las diferentes exposiciones realizadas en la comisión de Mercado y Gestión del Diseño.

Se abre la jornada con la exposición de Carlos Contreras de Colombia, con la exposición de un modelo pedagógico y como generar proyectos nuevos de trabajo a

partir de estrategias donde es importante adelantarse, ser diferentes. Él plantea un modelo estratégico desde lo internacional hacia lo local. Deberíamos preguntarnos ¿cuál es el diferencial de esta empresa? ¿Cuál es nuestra fortaleza? ¿Dónde se quiere enfocar la estrategia?

Trabajar en investigación y en análisis del mercado desde microsegmentaciones y planes de competitividad. Desde esta óptica se pueden analizar negocios para el futuro y se pueden generar nuevas propuestas de valor. En segundo lugar habla Priscila López, de la Universidad Mayor de Chile, en relación al Diseño, Innovación y Estrategia.

¿Cuál es la manera particular que tenemos de pensar? Plantea Priscila en relación al diseño.

El diseño es parte de una sociedad, es para personas, es para sujetos. Y el diseño es en relación permanente con el entorno. El rol del diseño es siempre estratégico, genera una buena solución de diseño, cuando el mercado realmente lo valida.

El diseño debería impactar de manera positiva en su entorno social, ambiental. Poder resaltar una ventaja competitiva, trabajar en una idea única.

La idea es que el diseñador se cuestione y tenga un perfil más integral. Re - thinking.

En tercer lugar, expone Ruth Estefanía García Villareal de Tecnológico Sudamericano, de Ecuador. Ella plantea que Ecuador es un país en proyección y que todavía siente que es un país que se encuentra un poco atrasado en comparación con otros países.

La carrera de Diseño de Modas necesita actualizarse permanentemente con nuevos temas, adecuándose a las necesidades de los consumidores.

Antes sólo se especializaban en alta costura y en la actualidad se trata de cambiar el concepto porque hay un mercado desconocido, que es la moda urbana.

Reconoce que tienen ciertas debilidades pero que son muy necesarios los seminarios y la capacitación continua para un buen diseño de modas.

“Capacitarse, reaccionar y actuar.”

Luego sigue la jornada el sociólogo Jorge Castro de la Universidad de la Empresa de Uruguay:

Comienza hablando sobre las condiciones de las empresas en Uruguay y las instituciones donde son muy flexibles y se están adaptando a los cambios rápidamente, aparecen nuevos estilos de vida y la fragmentación de los conocimientos. De allí aparece un consumo “a la medida de los individuos”.

En el caso de los emprendedores éstos descubren las nuevas oportunidades y las abordan. Se descubre también laboral, los cambios en el mercado y las diversas demandas de los consumidores.

En el caso de Uruguay hay varios emprendedores que trabajan en relación la Responsabilidad Social Empresarial, con desechos, es el claro ejemplo del desarrollo empresarial con el cuero de pescado, y también el criadero de jabalíes, donde se procesa este cuero y se realizan productos de diseño, como camperas por ejemplo. En función de la demanda de un nuevo nicho en el mercado. Concluye con la importancia de la ética y la responsabilidad social.

Sigue la exposición con Cristina Amalia López y Paolo Bergomi de la Asociación Argentina de la Moda / CONPANAC/Modelba/ ALADI - Argentina.

Desarrollan la problemática del joven diseñador en la actualidad, en relación a la inserción laboral. “Todos quieren ser diferentes”.

No necesariamente el emprendedor debe ser diseñador, ni el diseñador debe ser emprendedor, plantean.

Deberíamos hacer un análisis a nivel latinoamericano de la educación y de la sociedad en general. Donde haya investigación y donde exista una verdadera inversión.

Una de las preocupaciones principales que analizan son el escepticismo financiero, y la falta de diálogo en los puestos de poder.

Enseñar a estudiar y a pensar y generar un cambio desde la ética profesional y la responsabilidad social empresarial.

Observar la realidad y poder generar una conciencia social, para poder generar un cambio. Este cambio es muy importante para que el alumno disfrute de su trabajo.

Continúa con el Congreso la temática: Formando emprendedores, proyectando empresarios, de Hernán Bergstein de la UBA, Universidad de Buenos Aires - Argentina.

Resalta la importancia de las Pymes en el total de la economía mundial en la actualidad. Un punto problemático que se plantea son las exportaciones en las Pymes y además la cantidad de cierres de Pymes que ocurren durante el último período.

Ayudan diversos factores a este proceso emprendedor, entre ellos: las condiciones socio - económicas, los aspectos culturales, y educativos, la estructura del sistema productivo, vincular a las sociedades con las empresas, redes y capital social, mercados y políticas regulatorias. La administración, la comercialización y la producción son tres áreas imprescindibles para una empresa.

Culmina su exposición diciendo que hay una necesidad de asesoramiento en financiamiento para las Pymes.

Luz Patricia Rave de la Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia.

Presenta una herramienta para el análisis comparativo de la identidad de las marcas, como consecuencia de una investigación, ellos crearon un software para el análisis de las marcas y pueden recopilar información de cada marca.

La problemática que plantea es que muchos empresarios son Pymes y que ellas recién están surgiendo. Muchas ideas son buenas pero los logos o el diseño de Identidad Corporativa, no lo es.

Con este software pueden realizar trabajos de consultorías a diversas empresas de su ciudad que lo realiza un grupo de investigación de diseño de la Universidad Pontificia Bolivariana y ayuda en el diseño de la imagen corporativa

Continúan la exposición en el Congreso: Leonardo Mardariaga y Carlos Soto de la Universidad Técnica Federico Santa María de Chile.

Presentan una metodología de enseñanza para generar proyectos de emprendimientos.

Desarrollan el tema que la industria de manufactura está en baja y que les interesa que los alumnos y ex alumnos creen emprendimientos.

Crean un cambio de paradigma donde hay un cambio de oportunidades para crear nuevos negocios generando un nuevo valor.

Van apareciendo detalles de los intereses y gustos personales de cada alumno.

Desarrollan un trabajo que realizan con sus alumnos en dos talleres, taller 7 y taller 8, donde promueven las motivaciones personales de los alumnos y los vinculan con un emprendimiento en el área de ingeniería en Diseño de productos en Chile.

Por último María Elena Onofre, propone un modelo de gestión que inspira y nutre la pasión por la creatividad y la innovación en los modelos de negocio.

Explica las actividades que realizan en la escuela de Em-

prendedores Creativos DC dentro de la Universidad de Palermo, Buenos Aires. Argentina.

Como un modelo que propone la innovación constante basada en los procesos creativos. Potencia la interacción entre las fases Idea, Modelo, Activación y Aceleración combinando el enfoque de la creatividad y el método estratégico del plan de Negocios.

A modo de conclusión:

A pesar de que la mayoría de los disertantes provenían de diferentes disciplinas, como economía, ingeniería, diseño, marketing, publicidad, diseño de modas, entre otros, nos sorprende que en todas las conferencias hay un eje en común, que está relacionado con la ética profesional (en todas las profesiones) por un lado, y la responsabilidad social de la empresa en la actualidad. Se vislumbran estos dos temas que son muy importantes para la sociedad, sobre todo en el área de capacitación para emprendimientos y negocios.

Además predomina el interés en general de las temáticas de la sustentabilidad profesional y sostenibilidad ambiental y empresarial.

La experiencia docente en el III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño fue muy positiva, fructífera y nos invita a seguir trabajando, capacitando y capacitándonos continuamente.

Abstract: It is an ongoing challenge training of students in the various universities and educational institutions throughout Latin America, so we must focus efforts on teaching based on creativity, innovation, professional ethics and corporate social responsibility.

Keywords: strategy - competitive advantage - design - corporate social responsibility - professional ethics - entrepreneur - advice - SMEs - need - consultancy.

Resumo: É um desafio permanente a capacitação dos alunos nas diversas universidades e instituições educativas de toda América Latina, para isso devemos concentrar o esforço em lhes ensinar em base à criatividade, a inovação, a ética profissional e a Responsabilidade Social empresarial.

Palavras chave: estratégia - vantagem competitiva - design - necesidades - responsabilidad social empresarial - ética profesional - emprendedor - consultoria - pymes.

^(*) **Mónica Antúnez:** Lic. en Publicidad (Universidad de Lomas de Zamora, 1993). Especialista en Docencia Universitaria (UCES). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación Corporativa - Empresa de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Vinculación con empresas, profesionales y emprendimientos.

Patricia Iurcovich ^(*)

Fecha de recepción: julio 2013
Fecha de aceptación: septiembre 2013
Versión final: noviembre 2013

Resumen: Considero que este año hubo un giro en el Congreso en cuanto a que las comisiones fueron mayores en términos de cantidad y más específicas en las temáticas.

Asimismo hubo mayor filtro en las ponencias. En cuanto a la comisión de empresas y negocios sobresalieron los temas relacionados con los emprendimientos en las industrias del diseño. Se observó mayor público del interior del país, tanto como oyentes como expositores. Por último relacionado con el tema de la enseñanza y el diseño sobresalieron las incubadoras como formato de enseñanza para estas carreras y profesiones.

Palabras clave: enseñanza - diseño - incubadora de empresas - industria del diseño - metodología - emprendedor - profesional.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 172]

Desde mi punto de vista este año hubo un giro en el Congreso. La primero que surge a simple vista es que la Facultad reacomodó las temáticas en las Comisiones. Hubo a mi modo de ver menos gente por comisión y mayor cantidad de comisiones diferenciando los temas abordados. Asimismo hubo mayor filtro en las ponencias.

En nuestro caso, comisión 2-2, gente que estuvo otros años como oyentes, un Director de una empresa de tecnología y plataforma de juegos y que este año asistió nuevamente.

Por otro lado observé más gente del interior, esto es bueno para la Facultad, ya que nos vamos convirtiendo en

referentes del sector Diseño y Comunicación.

Los profesores del interior que vinieron de otras Universidades a exponer además vinieron acompañados en un caso pro tres alumnos. Esto generó un debate interesante ya que en el interior del país, no todas las universidades tienen la posibilidad de interactuar con tendencias en Enseñanza y Diseño como en las grandes capitales.

También se observa que es recurrente el tema de los emprendedores, ya sea porque está inserto en este marco de comisión o bien porque el tipo de Facultad y carreras son predisuestas para este tipo de formato de negocio. Surge el tema de la necesidad de generar redes que sirve y ope-