

EL DISEÑADOR INDUSTRIAL

Agente de desarrollo competitivo para proyectos estratégicos del *Cluster* de Muebles de la ciudad de Barranquilla - Colombia.

CUERPO B

- ▶ ASIGNATURA | Seminario de Metodología de Investigación II
- ▶ PROFESOR | Zangrandi, Marcos
- ▶ APELLIDO Y NOMBRE | Gutierrez Carolina
- ▶ CARRERA | Maestría en diseño
- ▶ E-MAIL | _____ LEGAJO | _____
- ▶ TELÉFONO | _____
- ▶ TRABAJO PRÁCTICO INDIVIDUAL | N° *Final* FECHA DE ENTREGA | *01/03/2016*

Con este trabajo culmina una etapa que se convirtió en una de las mejores experiencias de mi vida. Quisiera agradecer a todos aquellos que con su apoyo en lo personal, emocional, económico, profesional y académico hicieron posible la construcción de este trabajo.

Espero que la presente investigación sea grata y útil para todos aquellos interesados; que refleje el profundo interés y entusiasmo que tuve paso a paso en su construcción.

Carolina Gutierrez Ferreira

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--------------------------------------|----|
| Introducción..... | 6 |
| Hipótesis..... | 18 |
| Objetivos..... | 18 |
| Objetivo general..... | 18 |
| Objetivos específicos..... | 18 |
| Línea temática de investigación..... | 18 |
| Periodización..... | 19 |

CAPÍTULO I: EL DISEÑADOR INDUSTRIAL: INTERVENCIÓN DEL PROFESIONAL EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL.

| | |
|---|----|
| 1.1. ¿Qué se entiende por diseño industrial? | 20 |
| 1.2. Diseñador industrial y la industria: intervención del profesional en las empresas..... | 24 |
| 1.3. Incorporación del diseñador industrial en las empresas..... | 25 |
| 1.3.1. Diseñador industrial en el proceso productivo..... | 28 |
| 1.3.2. Distribución: transporte y embalaje del producto..... | 33 |
| 1.3.3. Intervención del diseño en la comercialización: Canal de ventas y..... | 37 |
| relación con los clientes | |
| 1.4. Incorporación estratégica del diseño en las empresas..... | 42 |
| 1.4.1. Gestión de diseño, pensando al diseño como un proyecto integral..... | 43 |
| 1.4.2. Diseño estratégico: pensamiento de diseño para competir en el mercado..... | 50 |
| 1.4.3. Aspectos claves para pensar en una gestión estratégica de diseño..... | 53 |

| | |
|---|----|
| 1.5.Cultura de diseño en la empresa..... | 55 |
| 1.5.1. ¿A que refiere una cultura de diseño?..... | 56 |
| 1.5.2. Efectos de incorporación del diseño :rentabilidad..... | 58 |

CAPITULO II: ESTRATEGIAS PROMOVER EL DESARROLLO ECONOMICO LOCAL DESDE LAS EMPRESAS

| | |
|---|----|
| 2.1.Competitividad: acciones para permanecer en el mercado..... | 63 |
| 2.2.La ventaja competitiva como factor diferencial en las empresas..... | 69 |
| 2.3.Innovación, nuevas forma del hacer el producto..... | 72 |

CAPITULO III: CLUSTERS

| | |
|---|----|
| 3.1. <i>Clusters</i> : estrategia industrial..... | 75 |
| 3.2.Barranquilla ciudad industrial..... | 79 |
| 3.3. <i>Cluster</i> de muebles: Ruta competitiva “Amoblar-C”..... | 81 |
| 3.3.1. Estrategias para competir en el sector industrial de mobiliario..... | 89 |

DESARROLLO METODOLÓGICO

| | |
|--|-----|
| 4.1.Técnica metodológica A: Estudio de caso: <i>Cluster</i> de Muebles Atlántico,..... | 95 |
| Ruta Competitiva “AmoblaR-C” | |
| 4.2.Técnica metodológica B: Entrevistas a agentes de campo..... | 116 |

| | |
|--------------------------|------------|
| CONCLUSIONES..... | 137 |
|--------------------------|------------|

| | |
|--|------------|
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 144 |
|--|------------|

| | |
|--------------------------|------------|
| BIBLIOGRAFÍA..... | 149 |
|--------------------------|------------|

INDICE DE FIGURAS

| | |
|---------------|----|
| Figura 1..... | 87 |
|---------------|----|

Introducción

Dentro del marco que contextualiza la industria, se mueven distintos tipos de estrategias para lograr que los sectores industriales ubicados alrededor del mundo como el textil, mobiliario, salud, logística, entre otros; logren una mayor participación en el mercado y alcancen un mayor desarrollo económico que como consecuencia genera una ventaja en su entorno. Estrategias como los *clusters* creada por el experto en estrategia empresarial Michael Porter (1998) los define como interconexiones entre compañías e instituciones ubicadas en la misma concentración geográfica y de un campo industrial en particular, convirtiéndose en una nueva manera de organizar la cadena de valor en el sector.

Este modelo de interconexiones a nivel industrial ha sido implementado globalmente para explotar sectores con un gran potencial de crecimiento dependiendo de cada lugar en particular. Son muchas las investigaciones previas a la presente realizadas con respecto al papel de estas estrategias en diferentes países y de qué forma generan un aporte a la economía o el desarrollo interno a nivel industrial. Dentro de las investigaciones existentes se encuentra la realizada por Jone M. Grajirena, Idoia I. Gamboa y Azucena Vicente Molina (2003) en la Comunidad Autónoma del País Vasco; orientada al análisis de los once *clusters* estratégicos en la región, dentro de ellos encuentran la aeronáutica, componentes de automoción, electrodomésticos, energía, máquina-herramienta, medio ambiente, papel, tecnologías de la información, marítimo, portuario y conocimiento en gestión empresarial. Como parte de las conclusiones obtienen que la contribución que generan los *clusters* a la ventaja competitiva empresarial y regional en los que sea aplicado, estimula a que los organismos públicos implementen este tipo de estrategias.

Otra de las investigaciones realizada por Josep Capó- Vicedo, Manuel Expósito- Langa y Enrique Masiá- Buades (2007) refieren al caso de estudio del *cluster* Textil Valenciano-

España enfocado hacia las PyMes y el aumento de la competitividad en éstas. Exponen que poseer ventajas competitivas es importante para las empresas en lo que se refiere a su supervivencia en el mercado; y que su alianza con otras empresas del mismo sector constituye una estrategia. Respecto a los *clusters* mencionan que “algunas empresas están comprobando que pueden sacar más partido de su conocimiento organizacional, aumentando incluso sus competencias, si se encuentran localizadas en concentraciones de empresas (*clusters*), entre las cuales se produce una interacción social, así como otros tipos de enlaces informales” (Capó-Vicedo, Expósito- Langa y Masiá-Buades, 2007, p. 129).

Del mismo modo que en estos casos, en Colombia se toman los *clusters* como estrategias para fomentar el crecimiento de los sectores industriales con más proyección en las principales ciudades. Es de gran interés para la presente investigación conocer los alcances realizados en Colombia y el nivel en el que se encuentran implementadas las estrategias debido a que el presente trabajo se delimita en una de las ciudades del país: Barranquilla.

En otra de las ciudades como es Antioquia - Colombia, se implementó la estrategia de *clusters*. La cámara de comercio de Medellín para Antioquia publicó un escrito referente a este tipo de estrategia. Dentro de él se expone que la creación de estas interconexiones a nivel estratégico es una prioridad en lo que refiere al aumento de la competitividad de Colombia en el futuro.

En la ciudad de Barranquilla, capital del departamento del Atlántico de Colombia, la Cámara de Comercio de la ciudad planteó desde el 2012 el movimiento *Clusters Atlántico*, el cual fue pensado para impulsar el desarrollo competitivo en el departamento, mediante el desarrollo de estrategias que permitan que las empresas se inserten en negocios atractivos a futuro. Se crearon los *clusters* en cuatro áreas con proyección de crecimiento en la zona: Muebles, Salud, Agro y Logística.

Para la presente investigación, se toma como eje central el *cluster* orientado al sector de mobiliario en la ciudad de Barranquilla. El *cluster* se conforma de proyectos estratégicos que deriven en un incremento de la competitividad del sector con la finalidad de hacerlo un fuerte en la economía local. Para ello toman en cuenta los agentes que componen el sector de mobiliario, desde los proveedores de insumos y materias primas, los encargados de la producción y las empresas que se dedican al diseño y comercialización de productos relacionados con el mobiliario. Se reportan alrededor de 176 empresas pertenecientes según el informe de la Cámara de Comercio en 2011.

Los pasos a seguir del movimiento están incluidos en la ruta competitiva “AmoblaR-C”, una ruta definida por los organizadores del movimiento que contempla las investigaciones realizadas por la institución de la situación del sector de muebles a nivel mundial y en el departamento; y las acciones a realizar con el fin de lograr cumplir los objetivos generales del programa.

Investigaciones realizadas en la ciudad por diferentes actores incluidos el *cluster*, demuestran la importancia de la implementación de este tipo de estrategias, el potencial de crecimiento que posee el sector de mobiliario y las acciones a seguir para lograr un cambio significativo.

Dentro de las investigaciones existentes con respecto a la aplicación de este tipo de estrategia en este sector industrial de mobiliario, se encuentra la de Danilo Antonio Junco Molina (2012) quien realizó una investigación orientada a la necesidad de la creación de modelos asociativos o relaciones en el sector de madera y muebles de la ciudad de Barranquilla. Como resultado obtuvo que resulta necesaria la implementación de estos enlaces con instituciones educativas como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), el gobierno y universidades locales con el fin de dar solución a problemas presentes en este

sector industrial. Estos problemas a los que refiere el autor van desde la capacitación del recurso humano, mejor calidad de materia prima, obtención de ésta a mejores precios y mejora en procesos tanto productivos como administrativos; todo esto para llegar a aumentar la competitividad en los mercados nacionales e internacionales (Junco, 2012, pp. 46- 47).

En cuanto al sector de mobiliario en la ciudad, Harold Pérez y Berta Villalobos (2010) pertenecientes a la Universidad de la Costa (CUC), realizaron un análisis competitivo del sector de madera y muebles en la ciudad. En ella dan justificación de la creación del *cluster* del sector muebles analizando la capacidad a futuro que tienen estas compañías y concluyen que este sector es el que tiene mayor contacto directo con sus usuarios finales y que por lo tanto debe orientar sus esfuerzos al desarrollo continuo de sus estrategias y diseño de productos.

Otro estudio realizado por Katherinne Salas (2011), ingeniera industrial de la CUC, se orientó en torno al abastecimiento del sector madera y muebles en Barranquilla. Salas (2011) señala que gran parte del abastecimiento de madera en la zona es utilizado para la producción de muebles, lo que conlleva a que este sector tenga un potencial para formar estrategias que deriven en un valor agregado para el cliente final.

Por otro lado, la Cámara de Comercio de Barranquilla registró tres actas de reuniones realizadas en las cuales se presentan los aspectos claves de la creación del *cluster* y la ruta “AmoblaR- C”. En las reuniones se presenta el propósito del movimiento, el estado del sector industrial a nivel mundial y local, las características del mercado y las acciones de mejora para lograr los objetivos.

La ruta “AmoblaR-C” también toma como referencia el mapa de del *cluster* de muebles o del sector, en el cual se contemplan todos los agentes que intervienen dentro del sector industrial. Desde los agentes pertenecientes al entorno, seguido de los servicios

especializados dentro de los que se encuentra el diseño; continuando con los pertenecientes a la cadena del modelo que inicia en los proveedores de insumos, los responsables de producción, distribución, canal de venta y cliente. El mapa es útil para conocer las relaciones entre los agentes del modelo del sector y poder determinar puntos de intervención para el cumplimiento de los objetivos propuestos, en el caso del *cluster* un aumento de la competitividad.

En el presente estudio, se hace una relación entre el modelo planteado del sector industrial de mobiliario de la ciudad de Barranquilla, específicamente en las áreas de producción, distribución y canal de ventas junto con la actividad del diseñador industrial, el cual se convierte en otro eje central del estudio en curso. Para el planteamiento de esta relación surgen interrogantes en cuanto a ¿es el diseño industrial actualmente un agente estratégico en el aumento de la competitividad de las empresas del sector industrial de muebles de Barranquilla?, ¿el diseño industrial puede ayudar al cumplimiento de los objetivos del *cluster* de muebles?, ¿la competitividad interna en las empresas de mobiliario puede derivarse de la labor de un diseñador industrial?, ¿resulta útil la incorporación de un profesional en diseño industrial en las empresas de mobiliario?, ¿responde el diseñador industrial a las exigencias y dinámica de este tipo de empresas?.

Para dar paso a la respuesta de estas interrogantes y posterior comprobación de la hipótesis planteada, es necesario comprender los aspectos que involucran la actividad del diseño industrial y las acciones particulares que el profesional está capacitado para ejercer dentro de las estructuras empresariales.

Previas investigaciones han sido realizadas en lo que refiere a la implementación del diseño como estrategia para generar desarrollos en la economía, se han realizado distintos estudios enfocados al análisis del desarrollo económico dado por la incorporación de

herramientas de diseño de producto directamente relacionado con el industrial para mostrarlo como una estrategia efectiva en la búsqueda de un desarrollo económico y competitivo.

Dentro de las investigaciones realizadas en materia de diseño, se encuentra una realizada en Kenia, en la cual se contempla al diseño como agente que genera un avance social y humano en el tipo de economía que posee la cual describen como menos industrializadas. Donaldson (2004) en su investigación analiza las características de Kenia y su economía la cual clasifica dentro de las menos industrializadas y la define como aquella que tiene poca capacidad para diseñar y producir productos propios. Se observó que en el caso de Kenia existían procesos de diseño incoherentes y como conclusión se obtuvo que el diseño en este tipo de circunstancias debe ser centrado en el usuario más que en las tecnologías.

De acuerdo a lo anterior, se observa que el diseño es afectado directamente por las características sociales, económicas y culturales del entorno en el que se aplique.

Otra de las investigaciones relacionadas con el diseño industrial implementado en sectores específicos, está realizada en la Comunidad Autónoma de Galicia por Susana Barbeito, Eduardo Guillén S y Manuel Martínez C (2004) quienes exponen que el diseño genera valor agregado, contar con un buen diseño de producto contribuye notablemente a la mejora de la calidad, a la reducción de costos y de tiempo ejecución, logrando productos que satisfagan las necesidades de los clientes. Dentro de las conclusiones de su estudio en las empresas gallegas se encuentra que el diseño industrial además de brindar ventajas competitivas medibles de forma tanto cualitativa como cuantitativa en las empresas, generando por un lado aumento en la participación del mercado lo cual representa ganancias y por otro generando valor agregado a nivel cualitativo.

Con respecto a otro caso a nivel global, se encuentra el informe *The economic effects of design* realizado en el 2003 por la *National Agency for Enterprise and Housing*, en la cual

centran el estudio en Dinamarca. Se enfocaron en realizar encuestas a 1000 compañías del sector con un mínimo de diez empleados para examinar su inversión en diseño y la generación de ingresos brutos en compañías que usan y las que no el diseño. En sus conclusiones obtuvieron que casi un 50% de las compañías invertían en diseño en diferentes formas y que en estas compañías se veía reflejado un aumento en sus ingresos brutos frente a las que no invertían en diseño. Es decir que la aplicación del diseño en las empresas muestra una relación directa con el crecimiento económico de las mismas.

Estas investigaciones son relevantes para el presente estudio dado a la relevancia del diseño industrial como herramienta de desarrollo económico en diferentes regiones lo que lo hace apto para ser foco de interés como agente de desarrollo competitivo en estrategias de desarrollo como la anteriormente mencionada de *cluster*.

Enfocando el análisis a un nivel local en el país de Colombia con respecto al diseño industrial, se han creado planes estratégicos para el diseño como el Programa Nacional de Diseño industrial dirigido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En la presentación del programa se expone el fin del plan que es el fomentar el uso de la actividad del Diseño Industrial como puente de innovación en la industria manufacturera y de servicios colombiana a través de capacitación y desarrollo de proyectos dirigidos especialmente a las micro, pequeñas y medianas empresas. Como resultado de esto se observa el diseño como una fuente que ayuda a mejorar la competitividad de las empresas y aumentar los niveles de diferenciación y calidad del producto colombiano para hacerlo competente en el mercado nacional e internacional.

Investigaciones en cuanto al diseño y las empresas de mobiliario, se encuentran realizadas en otros países como Argentina. Las investigaciones y aportes realizados en este país son cercanos al interés de esta investigación debido a que es un país Latinoamericano con un

desarrollo a nivel industrial medio, pero que contempla dentro de sus políticas de desarrollo al diseño como un agente importante.

El Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de Argentina (2011, p.224) planteó la implementación de un Plan Nacional de Diseño, los objetivos de este plan es estimular el diseño como un factor de competitividad y concientizar a los industriales de la necesidad de la inclusión de la gestión estratégica de diseño dentro de su organización interna.

Otros organismos nacionales como el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y el Centro Metropolitano de Diseño (CMD). Se dedican a realizar estudios y publicaciones como el de la *Guía de buenas prácticas de diseño*, para poner a disposición el conocimiento con respecto a la actividad y las formas de incorporación dentro del desarrollo de productos, así como el nivel de incorporación y conocimiento actual por parte de las empresas de lo que se relacione con el diseño.

Dentro de las publicaciones está la del INTI, en la revista de la Asociación de Fabricantes y Representantes de Máquinas, Equipos y Herramientas para la Industria Maderera de Argentina (ASORA), publicó siete fascículos que hablan acerca de herramientas del diseño para PyMes de muebles y muestran a modo de ejemplo casos prácticos de la intervención del profesional en diferentes empresas.

Al analizar las investigaciones previamente mencionadas, se obtiene que no se han realizado investigaciones puntuales del papel que tiene la inclusión del diseño en el sector de mobiliario de Barranquilla, es por esto que se encontró una oportunidad para la realización del presente trabajo. Teniendo en cuenta también, que empresas locales dedicadas al diseño, fabricación y comercialización de mobiliario tienen incorporados profesionales del diseño

industrial en su estructura empresarial y profesionales de esta área en forma independiente ejercen su labor dentro de este sector.

De acuerdo a lo anterior, son de interés los alcances de la profesión y la situación del sector en la ciudad para la presente investigación para ser tomadas como punto de partida en el análisis de estrategias que aporten al cumplimiento de los objetivos del movimiento en cuanto al aumento de la competitividad.

Para el análisis y entendimiento de esto, se plantea dentro del marco de esta investigación, cuatro capítulos para el desarrollo de las teorías y estudios.

En el primero de los capítulos, se hace un recorrido desde el concepto de diseño industrial, seguido con el estudio de su forma de incorporación en áreas como la producción, la distribución, canal de ventas y la relación con los clientes. El papel del profesional se contrasta con las teorías que se desarrollan en torno a la gestión del diseño, diseño estratégico y cultura de diseño para el entendimiento de su desempeño dentro de las estructuras empresariales.

Con respecto a las áreas de intervención, en la parte productiva específicamente de este sector, el diseñador industrial se desempeña en la proyección de productos que contemplen la optimización de recursos y materia prima con lo que cuenta la empresa y hacerlo tangible a través del diseño de producto y sus planos productivos.

En la parte de distribución, su intervención está relacionada a la proyección del producto para ser distribuido de una manera óptima, reduciendo espacios y tiempos de entrega desde el planteamiento inicial del diseño; por otro lado en las empresas locales, es más común observar el papel de los diseñadores industriales en el canal de venta y la relación con los clientes. Muchos prestan servicios de asesoría comercial en la cual de acuerdo a las

necesidades del consumidor final pueden dar respuesta a través de una propuesta de diseño completa, ya sea personalizada o a través de las exhibiciones mismas del producto pensada en dicho usuario.

Continuando con el desarrollo de los capítulos, en el segundo se ahonda en estrategias que deriven en un crecimiento económico; estrategias que giran en torno a la competitividad tienen un fondo económico y son foco de interés de los gobiernos y organizaciones para logran un incremento en su participación en el mercado ya sea local o globalmente.

Para ello, se recorren conceptos dentro de los que se incluyen la competitividad entendida desde la capacidad de una organización para sobrevivir en el mercado junto con sus competidores, esta supervivencia está relacionada con las ventajas competitivas que esta logre desarrollar a partir de las estrategias implementadas internamente para alcanzar los objetivos propuestos.

Del anterior, se desprenden conceptos como la ventaja competitiva e innovación que se entiende como la capacidad de cambio de la empresa en particular para alcanzar los objetivos internos como la rentabilidad y el desarrollo, así como los externos que se traducen en la mejor manera de satisfacer las necesidades de la demanda.

Al abarcar estas estrategias y conceptos, se da paso al tercer capítulo teórico de la investigación el cual abarca los conceptos de *cluster* y sus características particulares del movimiento en la ciudad de Barranquilla.

Los *clusters* abarcan el conjunto de industrias y entidades importantes para la competitividad e involucran a los proveedores, la maquinaria, tecnología y los servicios y provisiones de una infraestructura en específico. Todos estos agentes pasan a ser analizados

desde el conocimiento del entorno en el que se desenvuelven en la ciudad de Barranquilla, tomando un apartado dedicado a la exposición de las características de la ciudad.

De acuerdo a lo anterior y al relacionar los puntos de acción y mejora que propone el *cluster* de muebles junto con las acciones particulares del diseñador industrial, la finalidad en la investigación es comprobar la hipótesis planteada para el presente trabajo que es si la intervención del diseñador industrial en la producción, distribución, canal de ventas y relación con los clientes en empresas de mobiliario de la ciudad de Barranquilla impulsa al aumento de la competitividad en el sector industrial.

Para la corroboración de la hipótesis se propone responder a la interrogante de ¿Cómo la labor del diseñador industrial se involucra con los distintos eslabones o etapas del sector industrial de muebles para generar un aporte a la competitividad? Con la respuesta a esto, se pretende dar un aporte en el conocimiento de la profesión del diseño industrial y aportar a proyectos existentes como el *cluster*.

En el último capítulo del trabajo, se presentan los resultados obtenidos de las técnicas metodológicas implementadas de acuerdo a la hipótesis y la anterior interrogante; estas técnicas incluyen el estudio de caso del *cluster* de muebles y entrevistas a agentes de campo que son diseñadores industriales y que desempeñan su labor de diferentes formas en el sector de mobiliario de la ciudad.

El análisis de los resultados obtenidos y la presentación de conceptos se realizó bajo los objetivos planteados para el trabajo en curso, se plantea un objetivo general el cual involucra estudiar la intervención del diseñador industrial con la producción, distribución, canal de ventas y relación con los clientes en empresas de mobiliario de la ciudad de Barranquilla para evaluar si genera un aporte a la competitividad del sector industrial.

Estas variables que contemplan la hipótesis y el objetivo general, son determinadas por el mapa del *cluster* del sector de mobiliario determinado por la ruta competitiva “Amoblar-C” y las capacidades de intervención que posee el diseñador industrial para influir en los resultados de la organización en la que se encuentre incorporado.

Seguido a esto, en la presente investigación se plantean unos objetivos específicos que corresponden a analizar el rol del diseñador en los campos de producción, distribución, canal de ventas y relación con los clientes en empresas de mobiliario. Seguido de determinar cómo se está desempeñando el rol del diseñador en cada uno de estos campos en las empresas de mobiliario de la ciudad de Barranquilla y por ultimo evaluar la participación del diseñador junto con los objetivos planteados por el *Cluster* de muebles para determinar su nivel de aporte al programa en cuanto a aumento de la competitividad y al mapa de funcionamiento del sector industrial de mobiliario.

Hipótesis

La intervención del diseñador industrial en la producción, distribución, canal de ventas y relación con los clientes en empresas de mobiliario de la ciudad de Barranquilla impulsa al aumento de la competitividad en el sector industrial.

Objetivos

Objetivo general

Estudiar la intervención del diseñador industrial en la producción, distribución, canal de ventas y relación con los clientes en empresas de mobiliario de la ciudad de Barranquilla para evaluar si genera un aporte a la competitividad del sector industrial.

Objetivos específicos

- Analizar el rol del diseñador en los campos de producción, distribución, canal de ventas y relación con los clientes en empresas de mobiliario.
- Determinar cómo se está desempeñando el rol del diseñador en cada uno de estos campos en las empresas de mobiliario de la ciudad de Barranquilla.
- Evaluar la participación del diseñador junto con los objetivos planteados por el *cluster* de muebles para determinar su nivel de aporte al programa y al mapa de funcionamiento del sector industrial de mobiliario.

Línea temática de investigación

La presente investigación se acoge a dos líneas temáticas, la primera de Nuevos Profesionales y la segunda de Empresas y marcas. El estudio del diseñador industrial como profesional y sus posibilidades de desempeño dentro de estructuras empresariales como lo son las empresas de mobiliario, reafirma la pertinencia de la incorporación de estos

profesionales por su formación académica y aptitudes laborales como una opción eficiente para la solución de problemáticas puntuales.

Periodización

Esta investigación se enmarca dentro del periodo de años del 2012 a inicios del 2016, periodo determinado desde el año de fundación del *Cluster* de muebles hasta el año actual en que se realizó el presente estudio. Esto con el fin de obtener información actualizada referente al contexto en el que se desenvuelve el objeto de estudio.