



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

**FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE DISEÑADOR CON MENCIÓN EN
DISEÑO DE PRODUCTOS**

**“APROXIMACIÓN A UNA PROPUESTA PARA UNA
POLÍTICA NACIONAL DE DISEÑO PARA EL ECUADOR”**

ERIKA GABRIELA PÉREZ CARBONELL

DIRECTOR: D. I. WILLIAM URUEÑA

**QUITO – ECUADOR
2013**

AGRADECIMIENTOS

Ante todo, principalmente, quiero agradecer a mis padres, por su apoyo incondicional, su amor y su comprensión, ellos han sido mi fuerza y mi sostén a lo largo de mi vida; a mi hermana que es mi amiga de juegos, de crecimiento, de aprendizaje. A toda mi familia y mis amigos, que son la extensión de la familia, por ser parte de mí, por ser los seres con los que se va caminando, de los que se va aprendiendo y con los que se comparte los momentos buenos y también los malos, la vida.

Quiero agradecer a William Urueña, quién ha sido un gran guía y un apoyo incondicional en este proceso para concretar esta etapa de mi educación, alcanzar este grado que es un peldaño más de mucho otros que siguen en mi vida.

Y por último quiero agradecer a un gran maestro que me enseñó a amar al diseño, a entender que si se trabaja desde los valores, los principios y las convicciones se puede contribuir, o al menos intentar, construir un mundo mejor, Ángel Jácome.

Índice

1. MARCO CONTEXTUAL	
1.1. INTENCIONALIDAD Y JUSTIFICACIÓN DEL TFC.....	1
1.2. ANTECEDENTES.....	1
1.3. OBJETIVO GENERAL.....	3
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
2. MARCO REFERENCIAL	
2.1. DEFINICIÓN DE TERMINOS Y CONCEPTOS.....	4
2.2. PANORAMA INTERNACIONAL DEL DISEÑO Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	
2.2.1. EN EL MUNDO.....	15
2.2.2. EN AMÉRICA LATINA.....	26
2.2.3. RESUMEN.....	37
3. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	
3.1. EL SECTOR PROFESIONAL DEL DISEÑO EN ECUADOR.....	39
3.1.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL DISEÑO EN EL PAÍS.....	39
3.1.1.1. OPINIÓN DE LOS DISEÑADORES ECUATORIANOS.....	39
3.1.1.2. LA NOCIÓN POPULAR DEL DISEÑO EN ECUADOR	52
3.1.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	55
3.1.3. CONSOLIDACIÓN DEL SECTOR PROFESIONAL DEL DISEÑO.....	58
3.2. APRECIACIÓN DE LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL DISEÑO EN ECUADOR.....	61
3.3. LA DESCONEXIÓN DEL DISEÑO EN LOS PLANES DE PROMOCIÓN E IMPULSO DE I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación) en Ecuador.....	62
3.4. SITUACIÓN DE LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO EN ECUADOR.....	66
3.4.1. ENSEÑANZA DEL DISEÑO EN EL CONTEXTO DEL ESPACIO LATINOAMERICANO DE EDUCACIÓN SUPERIOR.....	75
3.5. LAS BARRERAS EXISTENTES QUE IMPIDEN QUE SE UTILICE ESTRATÉGICAMENTE EL DISEÑO.....	80
3.6. EL BUEN VIVIR Y EL DISEÑO.....	83
4. MARCO METODOLÓGICO	
4.1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE UNA POLÍTICA NACIONAL DE DISEÑO.....	88
4.1.1. DEFINICIÓN DE POLÍTICA DE DISEÑO.....	90
4.1.2. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS DE LA POLÍTICA NACIONAL DE DISEÑO.....	91
4.1.3. SOBRE QUE CONCEPTO DE DISEÑO SE SOSTIENE LA POLÍTICA.....	93
4.1.4. QUE CAMBIOS CONLLEVA EN CUANTO A LA PRÁCTICA PROFESIONAL DEL DISEÑO.....	95
4.1.5. LOS ACTORES CONSIDERADOS EN LAS POLÍTICAS.....	98
4.1.6. ADMINISTRACIÓN RESPONSABLE DE LAS POLÍTICAS DE DISEÑO.....	98
4.2. LINEAMIENTOS DE LA PROPUESTA DE LA POLÍTICA NACIONAL DE DISEÑO.....	100

4.2.1.	POLÍTICA DE INVESTIGACIÓN.....	101
4.2.2.	POLÍTICA INDUSTRIAL.....	103
4.2.3.	POLÍTICA DE EDUCACIÓN.....	105
4.2.4.	POLÍTICA CULTURAL.....	106
4.2.5.	PLANIFICACIÓN DE INICIATIVAS: ACTUACIONES Y PROGRAMAS PREVISTOS.....	107
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1.	CONCLUSIONES.....	113
5.2.	RECOMENDACIONES.....	114
6.	BIBLIOGRAFÍA	
7.	ANEXOS	

“La transformación del diseño en algo banal e intrascendente supone uno de los rasgos más llamativos del mundo moderno. Para contrarrestar me gustaría argumentar que, si el diseño hubiera considerado ser utilizado de forma responsable, debería ser el elemento crucial sobre el que el entorno humano con todos sus detalles, se moldea y construye para la mejora y delicia de todos, y es que el diseño afecta a todas las personas, en todos los detalles que hacemos cada día.”

John Heskett

APROXIMACIÓN A UNA PROPUESTA PARA UNA POLÍTICA NACIONAL DE DISEÑO PARA EL ECUADOR

1. MARCO CONTEXTUAL

1.1. INTENCIONALIDAD Y JUSTIFICACIÓN DEL TFC

La intención de este trabajo de fin de carrera es expandir la visión que se tiene del diseño en el Ecuador, para que la producción de artificialidad este enfocada desde y hacia nuestro contexto apoyando así a la cohesión social en nuestro país. Por el término “Diseño” nos estamos refiriendo al diseño en general, en todas sus esferas de actuación, incluye al Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Diseño de Interiores y Diseño de Modas y Vestuario.

Se trata de generar un acercamiento a la importancia de tomar acciones estratégicas para promover el diseño a nivel nacional, a través de la creación de una política nacional de diseño, considerando para ello los aportes concretos que este puede realizar a la sociedad especialmente en los sectores económico, social y cultural. Con el fin de ampliar el campo de acción del diseño en Ecuador, beneficiando a los diseñadores nacionales y a la sociedad en general.

1.2. ANTECEDENTES

En nuestro país el diseño es una actividad y profesión que se encuentra limitada principalmente debido a la falta de conocimiento de la dimensión real de actuación que puede tener. Causando así que su potencial sea desperdiciado y su promoción y participación activa en la sociedad se vean reducidas. Estamos desperdiciando su capacidad como una herramienta que favorezca al país como satisfactor de necesidades sociales, potenciador del aparato productivo y generador de una producción material acorde con nuestra realidad. Nuestro país aún no ha logrado implementar las condiciones necesarias para impulsar estándares altos en materia de productividad y prosperidad, sin embargo esto es, precisamente, el propósito y el trabajo que se viene realizando en el actual gobierno¹, por lo que es propicio para los diseñadores involucrarnos, proponer y participar activamente.

El diseño en el Ecuador se encuentra aún distante de lograr su integración con los programas de gobierno en pro del crecimiento y desarrollo económico, cultural, social y ambiental, y de los programas para la Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) que son tan importantes en las sociedades actuales. Por lo que es necesario tomar acción para consolidar nuestra profesión en el país. Es necesario incorporar al diseño en las políticas públicas, por medio de la creación de una política nacional de diseño.

Las políticas públicas son el instrumento del cual se sirve el gobierno para desarrollar su acción, en un proceso participativo de la sociedad civil, permitiendo a diferentes colectivos intervenir en la identificación de problemas sociales, incrementando así la posibilidad de solucionarlos más rápidamente. El objetivo de las políticas públicas es mejorar la calidad de vida de la sociedad, a

¹ Ecuador, Ministerio de Industrias y Productividad (2013), *Comercio Exterior*, Internet: comercioexterior.com.ec/qs/content/mipro-apuesta-un-ecuador-con-altos-est%C3%A1ndares-productivos

través del buen funcionamiento de los mecanismos de inclusión social (salud, educación, vivienda, etc.) y el sentido de pertenencia y participación de los ciudadanos, todo lo cual se engloba en el concepto de Cohesión Social, que es el primer objetivo del Plan Nacional del Buen Vivir de nuestro gobierno². Y es precisamente aquí donde se encuentra el punto de convergencia entre la labor del diseño y las políticas públicas, ya que el primero se encarga de la satisfacción de necesidades a través de la artificialidad y el segundo busca solucionar problemas sociales, por lo que en conjunto el eje de acción sería la satisfacción de necesidades sociales.

La creación de políticas nacionales de diseño como herramienta para promover su ejercicio profesional de manera que contribuya al bienestar de las naciones no es nada nuevo, pues se ha venido desarrollando desde el siglo pasado, con el fin de poder aprovechar más el potencial del diseño diversos gobiernos han implementado Políticas de Diseño, ya que este posibilita la diferenciación de los productos, mejora la producción, reduce costos, crea una identidad e imagen favorable y cuida y preserva el medio ambiente³. Primero se dio en los países más desarrollados como Finlandia, Dinamarca, Inglaterra, Alemania, Polonia, Japón, Corea, Estados Unidos, entre otros, que vieron en el diseño una respuesta eficaz para consolidar su economía. Y en las últimas décadas varios países Latinoamericanos se encuentran tomando acciones para lograr los mismos fines. Pero en el Ecuador todavía existe desconocimiento sobre el tema y aún no se ha considerado actuar en ese sentido para fomentar el uso del diseño profesional para beneficio del país.

Es así, que en América Latina se han realizado en los últimos años los tres primeros encuentros Internacionales sobre diseño y políticas públicas, en los cuales representantes de los países asistentes, Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Brasil, Colombia, México y en los 2 últimos Ecuador; comparten sus experiencias de participación del diseño en proyectos sociales y las vinculaciones que se van estableciendo con los respectivos gobiernos; y de igual manera se hace una revisión de los progresos y avances obtenidos, se trazan nuevos proyectos para lograr el éxito en la introducción del diseño en las políticas públicas y se propone caminos para la organización administrativa y la estrategia política, así como parámetros para la identificación de la relevancia del diseño como eje de la política de Estado, entre otros.

El primero de estos eventos fue realizado en Buenos Aires en el año 2010, nuestro país no asistió. Y en noviembre del año 2011 se realizó en Bogotá el segundo encuentro, al mismo que Ecuador asistió. Dos representantes de la Universidad Católica asistieron, entre ellos el Diseñador Industrial William Urueña, quién gestionó para poder contar con la participación de un miembro del gobierno nacional en dicho evento. Asistió la Magister Celine Andrés, del Ministerio Coordinador de lo Social, quien manifestó que a nivel del Estado ecuatoriano en realidad no existe mayor conocimiento sobre diseño y menos sobre su dimensión social. De allí la consiguiente falta de promoción y fortalecimiento del campo del ejercicio profesional del diseño en el país.

A finales de Octubre del 2012 se realizó en Guadalajara, México, el tercer Encuentro Internacional de Política Pública y diseño, en el cual se contó con la presencia de Luis Vallejo, representante del Ministerio de Cultura, y a partir de este evento se dio comienzo al establecimiento de lasos entre

² SENPLADES, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador, Plan Nacional del Buen Vivir 2009 – 2013, Internet: plan.senplades.gob.ec/objetivo-1

³ FRÍAS PEÑA, Julio (2008), Coordinador de Diseña México. Director de la Cátedra de Innovación del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. CCM. Memorias del foro “Por una política de diseño en México”

la comunidad de diseñadores y el gobierno nacional. Es así que, posteriormente, en Abril del año 2013 se realizó en Cuenca, el primer Festival de Diseño y Artes Aplicadas del Ecuador, “CROMÍA” organizado por el Ministerio de Cultura, al cual asistieron más de 12000 participantes⁴, este evento fue un mecanismo de visibilización de la cantidad de diseñadores, artesanos y afines que existen en nuestro país y de la gran demanda de espacios para desarrollar estas actividades y por lo tanto, de la necesidad de contar con apoyo del gobierno para fomentarlas.

Este evento podría ser el detonante de una nueva etapa en nuestro país. Si trabajamos en acción conjunta con el gobierno para lograr que el diseño se introduzca activamente en la sociedad, como una herramienta potenciadora del aparato productivo nacional. Es por esto que, a través de este Trabajo de Fin de Carrera, se pretende generar una aproximación a estos conceptos y a las acciones necesarias para el desarrollo e implementación de políticas de diseño en nuestro país.

1.3. OBJETIVO GENERAL

El objetivo general es dar a conocer la importancia de generar políticas públicas de diseño para obtener un mejor y más consciente uso del diseño profesional, y presentar un primer acercamiento hacia una propuesta para una política nacional de diseño; que además de fortalecer su campo de actuación a nivel nacional pueda aportar en la construcción del Buen Vivir en Ecuador.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar a conocer los diversos ámbitos en los que puede intervenir el diseño en una sociedad, al ser el encargado de la producción artificial de la misma.
- Fomentar el ejercicio del diseño en el país desde una óptica de apropiación de la configuración material y simbólica para que esté de acuerdo con nuestro contexto.
- Señalar la responsabilidad que tiene el diseño en referencia al desarrollo económico, social y cultural del Ecuador.
- Contribuir a la expansión del enfoque tradicional del ejercicio de diseño que se tiene en nuestro país.
- Presentar una investigación inicial sobre la situación del diseño en nuestro país, así como de las relaciones entre diseño y políticas públicas.

⁴ Cámara de Diseño de Uruguay CDU (2013), Publicado en noticias 17/04/2013, Internet: <http://cdu.org.uy/es/Posts/Noticias>

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS Y CONCEPTOS

Al ser este trabajo una investigación teórica dónde intervienen diversos conceptos, concernientes a distintas ramas de estudio como son el diseño y las ciencias políticas, primero se procederá a una breve definición de la terminología que se va a utilizar, para contextualizar el ámbito de la investigación del TFC.

POLÍTICAS PÚBLICAS: son el instrumento del cual se sirve el gobierno para desarrollar su acción en un proceso participativo de la sociedad civil, buscando el consenso entre los actores que son favorecidos o afectados por la política pública. Deben desarrollarse alrededor de las necesidades que siente la sociedad. Se debe reconocer la necesidad de la organización social, de los grupos de interés, en definitiva de la ciudadanía y su participación en la toma de las decisiones y en los procesos democráticos⁵.

Es decir, las políticas públicas son las acciones del gobierno que responden a las demandas de la sociedad y al cumplimiento de los derechos de los ciudadanos (salud, educación, vivienda, empleo), pero para esto se requiere de la participación de la sociedad civil, una vez definidas las obligaciones del Estado. Existe una corresponsabilidad entre estado y ciudadanía.

Cuando hablamos de políticas públicas nos referimos a materias concretas: sanidad, educación, medioambiente,...; pero cuando se toman medidas se elaboran en forma de programas que engloban varias áreas o departamentos⁶.

Para elaborar una política pública se sigue el siguiente proceso⁷:

1. Reclamo de la sociedad (para que llegue a conocimiento del gobierno)
2. Se realiza un diagnóstico participativo (establecer la necesidad o problema a resolver)
3. Diseño de la política pública (se define qué hacer, cómo y con quienes, para satisfacer la necesidad) es una actividad conjunta del Estado y la sociedad
4. Ejecución (poner en práctica la política pública)

Posteriormente es necesario evaluar la aplicación y el desempeño de la política pública para realizar modificaciones, rectificaciones, etc. en caso de ser necesario. Y realizar evaluaciones periódicamente para constatar los avances que se generan a partir de la política pública en la solución del problema, para esto se debe monitorear a través de indicadores de proceso, de resultado, de impacto o de cualquier otro que nos permita determinar el rendimiento de la política pública.

⁵ ARIAS ALVEAR, José. (Marzo 2011). *Políticas Públicas del Ecuador*. Internet. www.buenastareas.com/ensayos

⁶ ENCARNI (2009), *Qué son las políticas públicas y por qué son importantes*. Internet www.rrhhblog.com

⁷ PROVEA ONG (Agosto 2011). *¿qué son las políticas públicas?*. Video. Internet. www.youtube.com/watch?v=SMj6rfU3tDE

En el Ecuador, las políticas públicas están enfocadas en alcanzar el Buen Vivir, como está establecido en la Constitución de la República vigente, en la cual se encuentra el siguiente artículo que trata acerca de las políticas públicas:

Art. 85.- La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.
2. Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto.
3. El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos.

En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades⁸.

COHESIÓN SOCIAL: La cohesión social se concibe como la solución ideal a las tensiones y los problemas sociales de las ciudades modernas, como la exclusión social, la pobreza y la violencia⁹.

Para la realidad de nuestro país este concepto se ha extrapolado a lo que se conoce como **EL BUEN VIVIR**, que es un modelo de vida que han impulsado particularmente los actores sociales de América Latina durante las últimas décadas, como parte de sus reivindicaciones frente al modelo económico neoliberal; que promueve un modelo económico incluyente; es decir, que incorpore a los procesos de acumulación y re-distribución, a los actores que históricamente han sido excluidos de las lógicas del mercado capitalista, así como a aquellas formas de producción y reproducción que se fundamentan en principios diferentes a dicha lógica de mercado, se construye también desde las posiciones que reivindican la revisión y reinterpretación de la relación entre la naturaleza y los seres humanos, velando por la igualdad, y la justicia social (productiva y distributiva), y desde el reconocimiento y la valoración de los pueblos y de sus culturas, saberes y modos de vida¹⁰. Los elementos que constituyen el Buen Vivir son:

«La satisfacción de las necesidades, la consecución de una calidad de vida y muerte dignas, el amar y ser amado, el florecimiento saludable de todos y todas, en paz y armonía con la naturaleza, y la prolongación indefinida de las culturas humanas. El Buen Vivir supone tener tiempo libre para la contemplación y la emancipación, y que las libertades, oportunidades, capacidades y potencialidades reales de los individuos se amplíen y florezcan de modo que permitan lograr simultáneamente aquello que la sociedad, los territorios, las diversas identidades colectivas y cada uno —visto como un ser humano universal y particular a la vez— valora como objetivo de vida deseable (tanto material como subjetivamente, y sin producir ningún tipo de dominación a un

⁸ Ecuador, Asamblea Constituyente. (2008) *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*.

⁹ SURT FOUNDATION. (Enero 2010). *Definición: Cohesión Social*. Internet. understandingsocialscience.wordpress.com

¹⁰ SENPLADES, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo de Ecuador, Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, Internet: <http://plan.senplades.gob.ec/3.3-el-buen-vivir-en-la-constitucion-del-ecuador>

otro). Nuestro concepto de Buen Vivir nos obliga a reconstruir lo público para reconocernos, comprendernos y valorarnos unos a otros— entre diversos pero iguales— a fin de que prospere la posibilidad de reciprocidad y mutuo reconocimiento, y con ello posibilitar la autorrealización y la construcción de un porvenir social compartido»¹¹

Para ampliar este concepto se utilizará también, en este trabajo, la teoría propuesta alrededor de la Cohesión Social que es el término de carácter más académico y utilizado a nivel mundial, que responde a los mismos fines que el Buen Vivir para nuestro país.

Con la cohesión social se busca la manera de potenciar la riqueza simbólica del multiculturalismo, las promesas de la sociedad de la información y la difusión del imaginario democrático, con el fin de avanzar hacia sistemas capaces de crear nuevos mecanismos de inclusión social y participación ciudadana. La cohesión social se refiere tanto a la eficacia de los mecanismos instituidos de inclusión social como a los comportamientos y valoraciones de los sujetos que forman parte de la sociedad. Los mecanismos incluyen, entre otros, el empleo, los sistemas educacionales, la titularidad de derechos y las políticas de fomento de la equidad, el bienestar y la protección social. Los comportamientos y valoraciones de los sujetos abarcan ámbitos tan diversos como la confianza en las instituciones, el capital social, el sentido de pertenencia y solidaridad, la aceptación de normas de convivencia y la disposición a participar en espacios de deliberación y en proyectos colectivos.

La cohesión social es un concepto muy amplio y difícil de delimitar pero se puede realizar una aproximación a través del establecimiento de su “universo semántico”, en el cuál se encuentran los siguientes conceptos:

- **El capital social**, entendido como patrimonio simbólico de la sociedad en términos de la capacidad de manejo de normas, redes y lazos sociales de confianza, que permiten reforzar la acción colectiva y sentar bases de reciprocidad en el trato, que se extienden progresivamente al conjunto de la sociedad. En este sentido, el capital social da cuenta, en buena medida, de un acervo de los agentes sociales que contribuye a una sociedad más cohesionada. Es decir, implica la sociabilidad de un conjunto humano y aquellos aspectos que permiten que prospere la colaboración y el uso, por parte de los actores individuales, de las oportunidades que surgen en estas relaciones sociales. Una sociabilidad entendida como la capacidad para realizar trabajo conjunto, la de colaborar y llevar a cabo la acción colectiva.
- **La integración social**, entendida como el proceso dinámico y multifactorial que posibilita a las personas participar del nivel mínimo de bienestar que es consistente con el desarrollo alcanzado en un determinado país, desde un punto de vista integral (educación, empleo, vivienda, salud, familia, situación legal, etc.). En un sentido más amplio, la integración de los miembros de la sociedad ha sido concebida como un sistema común de esfuerzos y recompensas, igualador en cuanto a oportunidades y meritocrático en términos de retribuciones. De esta forma, la integración social puede darse dentro de un país, cuando se busca que las personas que pertenecen a los estratos sociales más bajos logren **mejorar su calidad de vida**. Para esto, el Estado o las instituciones civiles deben promover políticas

¹¹ SENPLADES, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, Internet: <http://plan.senplades.gob.ec/presentacion>

y acciones para fomentar habilidades de autonomía personal y social, la inserción ocupacional, la educación y la adecuada alimentación.

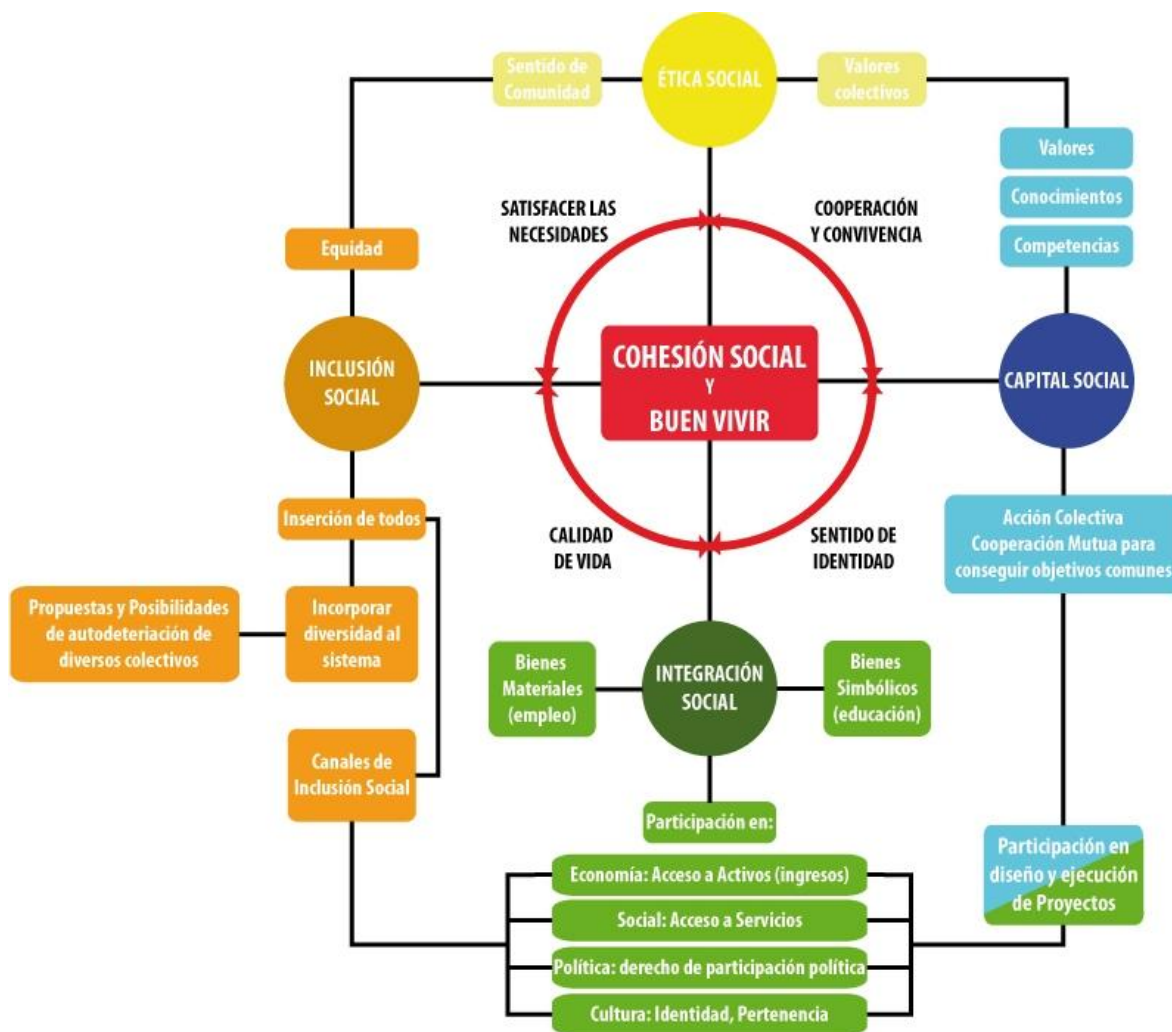
- **La inclusión social**, significa integrar a la vida comunitaria a todos los miembros de la sociedad, independientemente de su origen, de su actividad, de su condición socio-económica o de su pensamiento. Normalmente, la inclusión social se relaciona con los sectores más humildes, pero también puede tener que ver con minorías discriminadas y dejadas de lado. La inclusión social supone que, en lugar de poner el acento solo en una estructura a la cual los individuos deben adaptarse para incorporarse a la lógica sistémica, este también el esfuerzo por adaptar el sistema, de manera tal que pueda incorporar a una diversidad de actores e individuos. La inclusión no solo supone mejorar las condiciones de acceso a canales de integración, sino también promover mayores posibilidades de autodeterminación de los actores en juego.

En el Ecuador el Ministerio de Inclusión Económica y Social plantea las siguientes características en cuanto a la inclusión:

1. Considerar el bienestar y el buen vivir como un bien público, cuyo acceso está garantizado por la ciudadanía y clasificado por la diversidad propia de la población y sus necesidades específicas.
 2. El Estado se enfoca prioritariamente en generar oportunidades para todos en equidad, atiende directamente a la población con mayores necesidades y promueve su acceso autónomo en el futuro.
 3. El actual es un modelo que considera la estructura distributiva como parte del patrón de desarrollo económico, propone la equidad como eje de la economía y al sistema económico en función de la equidad. En el modelo neoliberal la política social compensatoria había servido para amortiguar las consecuencias de la política económica y el ámbito de “lo social” se había asociado a la pobreza.
 4. Recuperar el Estado como actor articulador, impulsador, rector y referente ético de las acciones públicas.
 5. La corresponsabilidad es una participación que exige derechos pero también toma a cargo la vida de los beneficiarios, la de su familia y sus potencialidades. La corresponsabilidad es equidad entre hombres y mujeres, entre la economía monetaria y la economía del cuidado¹².
- **La ética social** alude a otra dimensión imprescindible de la cohesión social. En ella se destacan la comunidad de valores, el consenso en torno a mínimos normativos y mínimos sociales, la solidaridad como valor ético y valor práctico y un principio asumido de reciprocidad en el trato. En resumen, trata de las acciones de un ser humano cuyos efectos directos recaen sobre la propiedad ajena. Abarca las normas de comportamiento en convivencia, frente a los demás.

¹² Ecuador, Ministerio de Inclusión Económica y Social. *El Ministerio*. Internet. www.inclusion.gob.ec

En este sentido, la cohesión social se define como la dialéctica entre mecanismos instituidos de inclusión y exclusión sociales y las respuestas, percepciones y disposiciones de la ciudadanía frente al modo en que ellos operan¹³.



PÚBLICO: Lo público supone un “todo para todos”, favorecer la igualdad, acentuar la solidaridad. Tradicionalmente lo público ha estado vinculado con la política, es decir con los gobiernos de las naciones, bajo esta visión lo público abarca todas las actividades, lugares e instituciones regidos y financiados por la administración pública. Son entidades que los gobiernos controlan, y que están abiertas en régimen de igualdad de derecho de accesibilidad para todos los ciudadanos¹⁴.

En la actualidad lo público se ha expandido hacia un ámbito no político sino colectivo, lo público ya no solo le pertenece a una persona o al estado sino a los ciudadanos que participan de ello dando sus ideas y pensamientos democráticamente para el mantenimiento de lo público. Actualmente existen actividades, lugares y entidades de acceso abierto para todos los ciudadanos pero que no

¹³ CEPAL. (Mayo 2007). *Cohesión Social. Inclusión y Sentido de Pertenencia en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas. Chile.

¹⁴ BOTELLA, Jorge. (Agosto 2003). *Lo Público, lo privado, lo social*. Internet. www.papelesparaelpromgreso.com

son controlados por el gobierno, como por ejemplo los ciclopaseos, las redes sociales en internet, o espacios de propiedad privada pero de uso público como los mercados, centros comerciales, etc. Todos hacemos lo público y por tanto tenemos que velar por los intereses sociales¹⁵.

PRIVADO: lo privado es financiado directamente por los usuarios, el entorno de los beneficiarios u otros ciudadanos interesados en el fin; y sirven según el orden establecido por sus promotores a un sector o grupo determinado de ciudadanos. Lo privado como opuesto a lo público (de propiedad estatal) es lo que pertenece al dominio de los particulares. La propiedad privada es la que gozan los individuos cuando poseen legítimamente algo.

SOCIAL: En sí el único fin de las actividades sociales es servir al conjunto de personas que forman parte de una determinada colectividad. Por eso, lo social se mide en condiciones de servicio, por el beneficio real que cubre un derecho del ciudadano.

Lo público y lo privado pierden su preeminencia frente a lo social: Lo determinante para que una política hacia los ciudadanos sea relevante es que sea social, que cumpla objetivos como:

- Que el servicio que se presta atienda un derecho o una necesidad ciudadana.
- Que los recursos habilitados se empleen realmente para el fin determinado.
- Que los agentes que prestan el servicio lo realicen con dimensión profesional.
- Que los destinatarios del servicio no sean discriminados en ninguno de sus derechos y represente una auténtica igualdad de oportunidades.
- Que existan mecanismos eficaces para evaluar la calidad del servicio prestado.
- Que esté impregnado de un espíritu de participación democrática en todos sus estamentos¹⁶

Lo esencial que debería distinguir lo público y lo privado debería ser la finalidad de la prestación. Lo público estaría dirigido, con independencia de financiación y gestión, a dotar de atención los derechos de los ciudadanos del conjunto de ese ámbito, y a realizarlo con una justa igualdad en su aplicación respecto a cualquier persona. Lo privado contemplaría, en cambio, la dotación de unos servicios en exclusiva promovida por un grupo para un subconjunto determinado de la sociedad. Aunque cualquier relación en la sociedad que produce un bien contiene una cierta dimensión social, en términos políticos -de la aplicación del autogobierno de la sociedad- lo social se identificaría con el bien que se distribuye en igualdad de derecho sobre todo el colectivo de ciudadanos¹⁷.

DESARROLLO SOCIAL: El concepto de Desarrollo Social refiere al desarrollo del capital humano (capital social) de una sociedad. El mismo implica y consiste en una evolución o cambio positivo en las relaciones entre los individuos, grupos e instituciones de una sociedad, siendo el Bienestar Social el proyecto de futuro.

Básicamente, el Desarrollo Social deberá ser entendido como un proceso de mejoramiento de la calidad de vida de una sociedad. Se considerará que una comunidad tiene una alta calidad de

¹⁵ (2010, 03). Público Y Privado. BuenasTareas.com. Internet: www.buenastareas.com/ensayos/Publico-y-Privado/156588.html

¹⁶ BOTELLA, Jorge. Agosto 2003. *Lo Público, lo privado, lo social*. Internet. www.papelesparaelpromgreso.com

¹⁷ ibídem

vida cuando sus habitantes, dentro de un marco de paz, libertad, justicia, democracia, tolerancia, equidad, igualdad y solidaridad, tienen amplias y recurrentes posibilidades de **satisfacción de sus necesidades y también de poder desplegar sus potencialidades y saberes con vistas a conseguir una mejora futura en sus vidas**, en cuanto a realización personal y en lo que a la realización de la sociedad en su conjunto respecta¹⁸.

El Ministerio Coordinador del Desarrollo Social del Ecuador lo define desde un enfoque de garantía de derechos donde el ser humano nace como ciudadano, con obligaciones y derechos, dentro de un entorno socio-cultural en el cual gran parte de la población se encuentra excluida económica y socialmente, y al no tener condiciones mínimas no puede ejercer de forma explícita sus derechos políticos, económicos, sociales y humanos. En este sentido, el desarrollo social debe procurar el montaje de espacios inclusivos en la sociedad y en la economía, que posibiliten la ampliación de capacidades y oportunidades para poder ejercer sus derechos y, por tanto, construir una ciudadanía activa, crítica, responsable y participativa.

El Desarrollo Social, entonces, debe ser concebido como el proceso dinámico de dos factores primordiales: la ampliación de las libertades fundamentales de las personas para conseguir distintos tipos de funcionamientos o capacidades; y la ampliación de las oportunidades que estas poseen para poder utilizar sus capacidades, funcionar adecuadamente, incluirse socialmente, ejercer sus derechos y elegir el tipo de vida individual y social que cada una tiene conciencia de apreciar.

El ciudadano y la **mejora en sus condiciones de vida**, es el fin último tanto de las políticas sociales como de las políticas económicas y no un medio, un instrumento o un objetivo secundario de las mismas. Lo anterior disuelve la dicotomía entre una política económica que perseguía el crecimiento económico considerando al ser humano solo como una variable de la ecuación del crecimiento, y una política social esencialmente compensatoria, (enfocada a mitigar los impactos negativos de una política económica excluyente), pero que no estaba integrada a un proceso de inclusión económica¹⁹.

BIENESTAR SOCIAL: Por Bienestar Social se designa al conjunto de factores o elementos que participan a la hora de determinar la calidad de vida de una persona, se refiere al nivel alcanzado en la **satisfacción de las necesidades básicas fundamentales de la sociedad**, que se expresan en los niveles de educación, salud, alimentación, seguridad social, vivienda, desarrollo urbano y medio ambiente, entre estos factores se incluyen e incidirán casi de la misma manera aspectos económicos, sociales y culturales²⁰.

Existen diversas maneras para medir el bienestar, en términos económicos se puede medir en función del incremento del producto per cápita real; el aumento en la participación del gasto social respecto al total de egresos, mejoría en la distribución del ingreso, aumento del empleo y fortalecimiento en la balanza de pagos; en el ámbito social se mediría por el incremento en los niveles de salud, educación, vivienda, alimentación, erradicación de la pobreza extrema, la esperanza de vida al nacer, la tasa de alfabetización, la cantidad de libros que se publican al año, el

¹⁸ Diccionario Definición ABC. 2007-2013. Definición de Desarrollo Social. Internet. www.definicionabc.com/social/

¹⁹ Ecuador, Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. *Valores*. Internet. www.desarrollosocial.gob.ec

²⁰ Diccionario Definición ABC. 2007-2013. Definición de bienestar Social. Internet. www.definicionabc.com/social

número de personas que pueden acceder a la Universidad, la disponibilidad que existe de algunos bienes de consumo que no estén considerados dentro de las necesidades básicas, como una computadora, un teléfono celular, entre otros. Desde el aspecto ecológico se mide a través del combate a la contaminación, reforestación de áreas verdes y fortalecimiento de la red hidráulica y su dosificación, entre otros²¹.

El Estado debe encargarse de promover el bienestar social entre todos sus ciudadanos. Para esto se requieren de medidas y políticas que corrijan las inequidades propias del mercado capitalista. La redistribución de la renta y el desarrollo de servicios sociales libres y gratuitos para todas las personas son condiciones necesarias para alcanzar el bienestar social.

La posibilidad de extender el bienestar social a todas las capas sociales implica la existencia de riqueza (para solventar los gastos estatales); por lo tanto, cada gobierno también debe encargarse de asegurar la generación de riquezas²².

SECTORES ECONÓMICOS: Un sector representa un conjunto de actividades económicas de un país, que presenta características peculiares y homogéneas.

SECTOR PÚBLICO: es el sector de la actividad económica en el que la propiedad de los medios de producción es pública. Comprende todo el ámbito que está directamente controlado por los poderes públicos, no sólo las administraciones sino también las empresas en las que participa el Estado, las demás instancias del poder y de sus organismos autónomos, es decir todas las actividades que están dentro de la esfera gubernamental: la administración, las empresas nacionalizadas, el sistema impositivo, la banca oficial, la seguridad social, las corporaciones públicas, etc. Incluye todas las agencias de todos los niveles del gobierno: provincial, estatal, municipal y local²³.

Además, el gobierno interviene en el desarrollo de la actividad económica como consumidor y como productor. Así, actúa como unidad económica de consumo a través de las instituciones públicas cuando adquiere bienes y servicios de las empresas públicas y privadas (nacionales o extranjeras) para desarrollar las funciones y los objetivos que tienen encomendados, los llamados servicios colectivos (salud, educación, defensa, infraestructura, etc.); para ello se financia, fundamentalmente, a través de los impuestos y contribuciones obligatorias. Por otro lado, actúa como unidad económica de producción a través de las empresas públicas que producen bienes y prestan servicios de interés público (telefonía, luz eléctrica, etc.) y sus fuentes de financiamiento se determinan por los precios y tarifas que cobran.

Aquí vale la pena aclarar que Estado y gobierno no son lo mismo, ya que el Estado es la máxima forma de organización jurídica de los individuos que integran un conglomerado social o una colectividad, en donde cada uno de sus integrantes cede una parte de su libertad, para conformar un organismo denominado Estado; el cual se subdivide en poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial a fin de garantizar un orden social y de regular a gobernantes y gobernados, por su lado el gobierno es el órgano colegiado formado por un Presidente o Primer Ministro y unos Ministros, al

²¹ Diccionario Definición ORG. Internet. *Bienestar social*. www.definicion.org/

²² Diccionario Virtual, Definición de bienestar social - Significado y Concepto. Internet. definicion.de/bienestar-social/

²³ Diccionario de Conceptos económicos. Internet. www.ecobachillerato.com/diccionario

que la Constitución o la norma fundamental de un Estado le atribuye el poder ejecutivo. Constituye una parte del Estado, cuyo objetivo directo es lograr el cumplimiento de los fines del mismo, es el centro desde el cual se ejerce el poder político sobre la sociedad²⁴.

Las funciones que se le asignan al sector público en una economía mixta²⁵ son las siguientes:

- **Fomentar la eficiencia económica**, para ello, interviene tratando de corregir los fallos del mercado, por ejemplo: lucha contra los efectos nocivos de determinados procesos productivos como la contaminación, fomenta las externalidades positivas como la I+D+i, provee de bienes públicos, defiende la libre competencia, etc.
- **Mejora la distribución de la renta**. El Estado redistribuye la renta, tratando de ayudar a los ciudadanos con rentas más bajas, por medio de la política de impuestos y de gastos y también mediante la regulación.
- **Propiciar la estabilidad y el crecimiento económico**. Al tratar de suavizar las fluctuaciones cíclicas intenta evitar los aumentos del nivel de desempleo en las recesiones y de los precios en las fases expansivas.

Todas estas funciones las realiza el sector público con los objetivos de estabilizar los precios, propiciar el crecimiento económico haciéndolo a su vez sostenible con la protección del medio ambiente, conseguir el pleno empleo, mejorar la distribución de la renta, y evitar el déficit público y el déficit exterior en la medida de lo posible²⁶.

SECTOR PRIVADO: Incluye todas las empresas de propiedad independiente que buscan la obtención de beneficios, las organizaciones no lucrativas y las familias. Todas las unidades de la economía que toman decisiones y no forman parte del gobierno²⁷. Sin embargo cabe recalcar que a pesar de la libertad de actuación que tiene la empresa privada, debe ser cada vez mayor la conciencia del grado de responsabilidad que tiene en la consecución del desarrollo sostenible de la sociedad, entendiendo que las necesidades del futuro dependen de la coherencia y equilibrio de las decisiones tomadas por los actores sociales.

AUTOGESTIÓN: Por autogestión se entiende un sistema de organización de una entidad social (principalmente económica) en el que las actividades se desarrollan mediante la cooperación entre las personas que las realizan, y las decisiones relativas a su conducción son tomadas directamente por las mismas. Implica una nueva formulación de las relaciones de poder, en la que las relaciones de mando-obediencia son reemplazadas por relaciones interactivas coordinadas, eliminando la diferencia entre quien toma las decisiones y quien las ejecuta; y una superación de

²⁴ RODRÍGUEZ SUÁREZ, Maura; GARCÍA DOMÍNGUEZ, Claudia y JUSTAFRÉ GARCÍA, Yeslin (Junio 2012), *LA DIFERENCIA TÉCNICA- JURÍDICA ENTRE ESTADO Y GOBIERNO*, Contribuciones a las Ciencias Sociales, Internet: www.eumed.net/rev

²⁵ Una economía mixta es aquella en la que algunos medios de producción son de propiedad privada y otros de propiedad pública. Puede decirse que es una economía en la que la asignación de recursos y el nivel de actividad lo deciden los individuos, las empresas, las cooperativas, las corporaciones públicas y las autoridades que reaccionan, crean o controlan las oportunidades de mercado. Se compone de tres sectores fundamentales: El sector público, el sector social y el sector privado, nacional y extranjero. Definición.org, Internet: www.definicion.org/

²⁶ BAENA, Eva. Noviembre 2009. *El Sector Público*. Internet. aprendeconomia.wordpress.com

²⁷ AGIM Corporation. Glosario Económico. Internet. www.agimmobilier.com/resource-center/glosario-economico

las presiones externas en las decisiones inherentes a su actividad. Supone un marco político y social general de amplia descentralización y pluralismo²⁸.

La autogestión comunitaria es un enfoque integral de la vida en sociedad, que no solo se refiere a organizar democrática o participativamente el lugar de trabajo o la empresa productora de bienes o servicios que se extiende a todas las dimensiones de la vida económica y social en comunidad. Es una gestión de la comunidad que ocurre como consecuencia de transformar la espiral descendente de la pobreza en espirales ascendentes de desarrollo. A través de la cual el ser humano canaliza sus esfuerzos hacia el logro de una vida digna mejorando la calidad de vida de cada uno de los miembros de la comunidad, de acuerdo a sus propios objetivos, metas y con el apoyo solidario de sus semejantes.

Se caracteriza por la acción comunitaria para disminuir la dependencia de ayudas gubernamentales para sobrevivir, para responder y buscar soluciones a las necesidades o intereses de la población. La auto responsabilidad, colaboración, contribución y trabajo voluntario para búsqueda de soluciones. La participación en las estructuras de poder, acceso al derecho y a las formas de prevención de los males sociales.

El Desarrollo económico comunitario se genera principalmente por:

1. **Cooperativas de producción** de artesanías, de alimentos, de productos y servicios múltiples, producción agrícola y pesca.
2. **Cooperativas de desarrollo comunitario:** Centros de cuidado de ancianos, niños o enfermos, amas de llaves, organización para la construcción de viviendas, músicos, planchado a domicilio, arreglo de pelo y uñas, masajes, limpieza, ornato y otros²⁹.

DISEÑO: es un conjunto de actividades técnicas y creativas, muy cercanas al usuario y destinadas a la satisfacción de necesidades y a la mejora de la calidad de vida. La palabra DISEÑO nos remite tanto a idea, proyecto, plan, propósito e intención, como a plano, esquema, bosquejo, boceto, croquis, dibujo, trazo o delineación. Es decir, por un lado, es el propio proyecto y, por otro, es también su plasmación. El diseño desarrolla productos con un conjunto de valores de diferenciación, funcionalidad, utilidad, calidad, estética, aprovechamiento de recursos, ergonomía, comunicación, etc., que serán recibidos favorablemente por el mercado³⁰.

El término “diseñador” debe usarse para reunir, al menos, cuatro profesiones diferenciadas que pueden trabajar conjuntamente para la creación y desarrollo de un proyecto empresarial. Estas cuatro profesiones son:

- **Diseñador de espacios o Diseñador de interiores:** Se trata de un profesional que se ocupa de la configuración del espacio, ya sea doméstico, empresarial o comercial (oficinas, tiendas, stands, exposiciones, bares, restaurantes, etc.). Es un profesional muy cercano al arquitecto, aunque su nivel de actuación y responsabilidad sea sensiblemente menor.

²⁸ Enciclopedia Virtual. Glosario de Conceptos políticos usuales. Internet. www.eumed.net/diccionario

²⁹ MARTÍNEZ DÍAS, Angélica. *Autogestión Comunitaria*. Puerto Rico. Internet. academic.uprm.edu/amartinez/

³⁰ Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación–DDI. INNOVA y Ministerio de Economía de España. *“Mira el diseño con otros ojos”, Guía básica de innovación en diseño para la PYME*. España

- **Diseñador de productos o Diseñador industrial:** Es el profesional responsable de crear todas las partes del producto que entran en contacto físico y psíquico con el consumidor; y que permitirá que éste entienda su funcionamiento, interactúe con él y lo acepte culturalmente.

- **Diseñador gráfico o de comunicación visual:** Se ocupa de la información y la comunicación visual. Y tiene como especialidades el diseño de imagen de marca, el diseño editorial, la imagen corporativa, la publicidad en cualquiera de sus soportes, cartelismo, señalización, etiquetado de packaging (envase y embalaje), ilustración y, más recientemente, diseño de páginas web.

- **Diseñador textil y de indumentaria:** Esta actividad incluye todas las profesiones que crean los tejidos y la moda (confección, calzado, marroquinería y complementos del vestir)³¹.

El diseño, al desarrollar productos que satisfacen necesidades para mejorar la calidad de vida de las personas, tiene gran oportunidad de colaborar en varios de los aspectos que se consideran en los proyectos del gobierno del Ecuador en la búsqueda por el Buen Vivir, debido a que si existe una mejora en cuanto a calidad, variedad y eficiencia de la producción nacional, existe un impulso en el Aparato Productivo nacional, lo cual potencialmente, puede generar nuevas plazas de empleo, expansión y reconocimiento de los mercados locales, también en el aspecto social se puede conseguir que más personas puedan acceder a diversos productos y servicios a través de un diseño incluyente y mejorar el bienestar general de la población mediante un diseño responsable con el medio ambiente, que realice un uso consciente y eficiente de los recursos y por último contribuir al fortalecimiento de la identidad nacional por medio del desarrollo de productos y servicios con atributos culturales.

INNOVACIÓN³²: una Innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Las actividades innovadoras se corresponden con todas las operaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen efectivamente, o tienen por objeto conducir, a la introducción de innovaciones. Entre estas se incluyen también las actividades de I+D (Investigación + Desarrollo). Existen 4 tipos de innovaciones:

1. Innovación de Producto: introducción de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Esto incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso y otras características funcionales. **El diseño forma parte integral del desarrollo y la introducción de las innovaciones de producto.**
2. Innovación de Proceso: introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y los programas informáticos. Estas innovaciones tienen por objeto disminuir

³¹ Ibídem

³² Definición según el Manual de OSLO. Ref. APA: OECD (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) y Eurostat (Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas), 2005, MANUAL DE OSLO 3ra Edición, Guía para la recogida e interpretación de Datos sobre Innovación, Comunidad Europea.

los costes unitarios de producción o distribución, mejorar la calidad o producir o distribuir nuevos productos o mejoras.

3. Innovación de Mercadotecnia: es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación. Estas innovaciones tratan de satisfacer mejor las necesidades de los consumidores, de abrir nuevos mercados o de posicionar en el mercado de una nueva manera un producto de la empresa con el fin de aumentar las ventas. Principalmente incluyen cambios significativos en la estética del producto que son parte del nuevo concepto de comercialización. **En este caso los cambios de diseño del producto se remiten a cambios de forma y aspecto que no modifican las características funcionales o de uso del producto.** Estos cambios incluyen también modificaciones del envasado de los productos.
4. Innovación de organización: introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa. Estas innovaciones tratan de mejorar los resultados de una empresa reduciendo los costes administrativos o de transacción, mejorar el nivel de satisfacción en el trabajo, facilitando el acceso a bienes no comerciales (como el conocimiento externo no catalogado) o reduciendo los costes de los suministros.

2.2. PANORAMA INTERNACIONAL DEL DISEÑO Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

2.2.1. EN EL MUNDO

En los países más desarrollados se ha realizado iniciativas de promover al diseño como una herramienta fortalecedora de la economía desde el siglo pasado. Actualmente existen varios estudios y documentos de análisis y descripción de las acciones llevadas a cabo, así como de cifras comparativas del incremento económico obtenido en ciertas áreas gracias al diseño. Uno de ellos fue realizado por el ICSID, el *ICSID World Design Report* iniciado en Corea en el 2003 y puesto en marcha a partir del 2005.

En el 2003 fue realizado por Designium, "*Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions*" desde Finlandia, un análisis comparativo de los elementos comunes y los temas considerados por las políticas públicas de diseño de los países que ya las tenían en vigor.

En el 2006 se hizo una actualización del reporte realizado en el 2003, el "GLOBAL DESIGN WATCH" en Abril del 2006. Realizado por DESIGNIUM, the New Centre of Innovation in Design, University of Art and Design in Helsinki.

A continuación se resume los datos más relevantes de dichos informes, por países, para obtener así una noción sobre cómo se componen las políticas públicas de diseño en algunas de las economías más fuertes del mundo: Finlandia, Dinamarca, Noruega, Estonia, Bélgica, Reino unido, Irlanda, Nueva Zelanda, Corea del sur y Singapur, entre otros.

REINO UNIDO: A partir de 1944 se creó el Council of Industrial Design, el cual después paso a llamarse British Design Council. Esta institución desde 1995 enfocó su labor en “*inspirar el mejor uso del diseño en el Reino Unido, en un contexto mundial, para mejorar la prosperidad económica y el bienestar.*”³³ Desde entonces ha ido perfilando su comunicación hacia la enseñanza del valor del uso efectivo del diseño a las autoridades competentes dentro del sector público y del privado. Anualmente esta organización emite informes con el fin de ayudar a probar la relación existente entre diseño y mejor rendimiento en los negocios. En el 2005 realizó un estudio en el cual se entrevistó 1500 empresas con un mínimo de 10 empleados. Del total se identificaron 250 en las que el uso del diseño había tenido un impacto directo en la competitividad, la facturación y el empleo. Las conclusiones obtenidas fueron:

- Por cada £100 que se invierten en diseño, se incrementa la facturación en £225.
- De las empresas donde se considera al diseño como un factor integral, más de las tres cuartas partes afirman que han incrementado su competitividad y facturación a través del diseño.
- El crecimiento de las empresas que consideran crucial al diseño en sus negocios es 3 veces superior al resto.
- En los últimos 3 años, un 71% de las empresas que utilizan habitualmente el diseño han desarrollado nuevos productos o servicios, mientras que la media es del 36%.³⁴



En 2005, Sir George Cox, actual director del Design Council, redactó un documento denominado “*Cox Review of Creativity in Business: building on the UK’s strengths*” (*Informe de creatividad en negocios: construyendo sobre las fortalezas del Reino Unido*) en el cual se presentaban una serie de recomendaciones para mejorar la competitividad de la industria británica a partir de la utilización estratégica del diseño. Recogía la experiencia acumulada mediante los programas y planes llevados a cabo anteriormente para proponer como seguir. Este informe ha sido aprobado por el Gobierno y adoptado como política nacional de diseño.

Las recomendaciones resultantes están agrupadas en 5 categorías:³⁵

- 1. Aumentar la conciencia y promover un cambio de actitud hacia la creatividad y el diseño entre los empresarios.** Involucrar a las PyMEs y demostrar los beneficios derivados de la incorporación de la creatividad en la cultura empresarial. El concepto de diseño es mostrado en su sentido más amplio, desde la estrategia al diseño de producto, packaging, procesos de producción, posicionamiento de mercado y comunicación.³⁶

³³ Design Council. 2005. *Our History*. Internet. www.designcouncil.org.uk

³⁴ Design Council. 2007. *The value of design. Factfinder Report*. Internet. www.designfactfinder.co.uk

³⁵ COX, George (Septiembre 2005). *The barriers to greater creativity in the smaller business*. Chapter 3. Internet. www.hm-treasury.gov.uk/d/coxreview

³⁶ Ibid. Chapter 4. Internet. www.hm-treasury.gov.uk/d/coxreview-chap4rasingawareness.pdf

2. **Ayudas e incentivos.** Programas de ayuda financiera para el fomento de la I+D, tanto en las empresas nacionales, para que realicen más investigación, como para atraer a las multinacionales a que se instalen y realicen investigación en el Reino Unido.³⁷
3. **Preparar futuras generaciones de especialistas en creatividad y líderes en negocios.** Destaca aquí la importancia de establecer relaciones entre PyMEs y universidades, por un lado, y la formación de estudiantes avanzados para que aprendan a interactuar en grupos multidisciplinares.³⁸
4. **Aprovechar la importancia del sector público.** En lo que respecta a la adquisición de bienes y servicios públicos, se propone promover la innovación y aprovechar el potencial del sector público para impulsar y promover en la región mejores servicios y a menor coste.³⁹
5. **Generar mayor difusión de las capacidades creativas del Reino Unido.** la importancia de establecer una red de centros de innovación y creatividad en todo el Reino Unido con un eje central en Londres. Los diferentes centros deben ofrecer: espacio para exposiciones, seminarios, lugar de reuniones para las industrias creativas, educación, espacio para entidades profesionales, incubadora de negocios, oficina de servicios y fomentar en general la difusión de conocimientos entre las empresas creativas.⁴⁰

Algunos ejemplos del diseño británico, en proyectos sociales que incluyen programas en las áreas de Salud, Seguridad, Medio Ambiente y comunidades:

Objetos diseñados por el Design Council para el programa “Diseño para la Dignidad de los pacientes”⁴¹



³⁷ Ibid. Chapter 5. Internet. www.hm-treasury.gov.uk/d/coxreview-chap5providingsupport.pdf

³⁸ Ibid. Chapter 6. Internet. www.hm-treasury.gov.uk/d/coxreview-chap6preparingfuture.pdf

³⁹ Ibid. Chapter 7. Internet. www.hm-treasury.gov.uk/d/coxreview-chap7usingthe_power.pdf

⁴⁰ Ibid. Chapter 8. Internet. www.hm-treasury.gov.uk/d/coxreview-chap8creatinggreater.pdf

⁴¹ Design Council. *Industry Challenges: Health*. Internet. www.designcouncil.org.uk/our-work



Diseños del Desig Council para el programa “Design out Crime”⁴²



SINGAPUR: dispone de una política de diseño desde el 2003 cuyo planteamiento involucra la participación de diversas agencias estatales dependientes de los Ministerios de Economía e Industria, de Información y de Cultura. Su logro inmediato ha sido la creación de una marca nacional, la DesignSingapore.

El programa DesignSingapore contempla los siguientes objetivos a alcanzar:

- Convertir al diseño en uno de los pilares del crecimiento económico.
- Hacer del diseño un componente de la estrategia corporativa de las empresas.
- Desarrollar un grupo de industrias y actividades emergentes y multidisciplinares en Singapur que sea relevante y tenga impacto a escala global.
- Incorporar la cultura del diseño en la dirección empresarial; acercar el diseño a nuevos mercados y nuevas audiencias.
- Promover el uso del diseño por parte del sector público.
- Desarrollar una comunidad sólida de diseñadores profesionales.
- Conseguir que, con el tiempo, se consolide una cultura del diseño singular y omnipresente.
- Atraer a empresas extranjeras para que se instalen en Singapur.
- Conseguir que las industrias creativas contribuyan al PIB en un 6% para el año 2012.

Las estrategias del DesignSingapore se han desarrollado dentro de los siguientes tres conceptos:

⁴² Design Council. *Industry Challenges: Security*. Internet. www.designcouncil.org.uk/our-work/challenges/Security/

1. El diseño es una cultura con incidencias económicas y sociales.
2. El diseño está en las economías del conocimiento y creativas, valorado en términos de PI (Propiedad Intelectual) y perseguido a través de la creatividad y la investigación.
3. El Diseño está dentro de un eco-sistema inter-disciplinario y es parte de las industrias creativas con el arte, media, tecnología y negocios.⁴³



El DesignSingapore Council fue fundado en agosto de 2003. Actúa como una plataforma común desde donde dirigir la agenda nacional para el diseño y coordinar la implementación de la iniciativa. Sus principales tareas son:

- Definir las líneas de actuación y ocupar una posición de liderazgo en la política de diseño.
- Coordinar los recursos de las diversas agencias, instituciones y empresas implicadas con el fin de promover y desarrollar la excelencia en diseño.
- Establecer una sólida red entre Singapur y la comunidad internacional del diseño.⁴⁴

Algunos ejemplos de empresas de diseño:



45

Ropa deportiva y telas elásticas especiales para deportes

⁴³ DesignSingapore Council, Ministry of Information, Communications and the Arts.2009. *Strategic Blueprint Of The DesignSingapore Initiative*. Singapore. Internet. www.designsingapore.org/Files/Dsg_II_Strategic_Blueprint.pdf

⁴⁴ Designsingapore. *Who we are*. Singapore. Internet. www.designsingapore.org

⁴⁵ Designsingapore. *Why design*. Internet. www.designsingapore.org



Packaging para microondas

FINLANDIA: Aprobó una política nacional para el impulso del diseño en el año 2000 que consistía en un plan quinquenal, 2001-2005, tras considerar insatisfactorio el uso que hacía del diseño la industria nacional, haber detectado que las consultoras de diseño no se encontraban en condiciones de exportar sus servicios y que el país contaba con un sector débil en investigación. El programa denominado *Design 2005!*, contemplaba la utilización estratégica del diseño para mejorar la competitividad del sector industrial, aumentar las exportaciones y, consecuentemente, favorecer el crecimiento de la economía en general y además, prestaba especial atención a la dimensión cultural del diseño como factor importante para mejorar la calidad de vida de la población.⁴⁶

Los principales objetivos que se plantearon en la estrategia *Design 2005!* son:

- Conseguir que el diseño industrial forme parte de la competitividad industrial.
- Fomentar el uso del diseño dentro de la estrategia de desarrollo de productos y negocios en las compañías.
- Mejorar la oferta y calidad en los servicios de diseño.
- Alcanzar el estándar habitual en los países desarrollados y subir el nivel de la investigación en diseño hasta alcanzar los estándares propios para hacer un uso experto del diseño en el desarrollo corporativo de productos, considerando la ampliación de los servicios que proveen las empresas de diseño.
- Incentivar el estudio del contexto socio-cultural en el desarrollo de productos.
- Incrementar la competitividad en la industria, especialmente en mercados internacionales.
- Fortalecer la identidad y la cultura nacional a través de una alta calidad estética y física del entorno.
- Fortalecer la competitividad internacional del país elevando el nivel de la educación en diseño e investigación, e integrando el diseño a una política de promoción de Finlandia como país innovador.
- Fomentar la cooperación entre los centros educativos y la industria para crear un conocimiento en diseño del más alto nivel comparándolo con los más altos estándares internacionales.

⁴⁶ RYYNÄNEN, T. Toni (2006). University of Art and Design Helsinki, Finland. *Representations of Finnish Design Policy Discourses of Design Policy in Economical Press*. Design Research Society . International Conference in Lisbon . IADE.

- Mejorar la producción y los procesos de distribución de productos y servicios uniendo el mercado y la innovación centrada en el usuario y la cultura.⁴⁷

El proceso de implementación se realizó a través de las siguientes organizaciones e instrumentos

- El Programa de Tecnología de Diseño en la Agencia Nacional de Tecnología de Finlandia.
- Designium. Centro de Innovación en Diseño
- Museo del Diseño, para dar a conocer el diseño finlandés⁴⁸
- Promoción del diseño en la industria y los negocios
- Proyecto de internacionalización de las empresas de diseño
- Educación continua, con prioridad en gestión de negocios y diseño estratégico
- Redefinición de la educación del diseño para incrementar el número de diseñadores con nivel terciario, creando altos estándares educacionales y desarrollando competencias en los negocios para los diseñadores profesionales, junto con integrar educación en diseño en programas de ingenierías, tecnologías y negocios. Y por último elevar el nivel de comprensión del diseño en la educación media.
- Programas de investigación y desarrollo de grados multidisciplinarios vinculando el diseño con otras universidades y programas de investigación.
- Estrategia publicitaria para promover el diseño, el sector público como modelo y promotor de la cultura del diseño, estrategia de marketing para posicionar el diseño finlandés en los mercados internacionales y amueblamiento de los edificios públicos y de las embajadas finesas.
- Design Forum Finland: Asistencia técnica para las pymes, en particular para utilizar servicios de diseño e incubadoras de negocios apoyadas por centros regionales de empleo y negocios.⁴⁹

Existen varios premios de diseño otorgados a la innovación, al uso responsable del diseño y la alta calidad:

Fennia Prize – Good Design Grows Global

Kaj Franck Design Prize

Young Designer of the Year

Estlander⁵⁰

Algunos ejemplos de diseño fines⁵¹:

⁴⁷ CALVERA, Anna; TARANTO, Fabián y VECIANA, Stella. 2005-2008. *Políticas públicas nacionales para el aprovechamiento del diseño.pdf*. Barcelona. Internet. www.adp-barcelona.com

⁴⁸ Design Museo. Finlandia. Internet. www.designmuseum.fi/main.asp?sid=2

⁴⁹ Finnish design. *Design Forum Finland*. Internet. www.finnishdesign.com/finnish-design/design-forum

⁵⁰ Design Forum Finland. (2012). *Prizes and Competitions*. Internet. www.designforum.fi

⁵¹ Finnish design. *Design Companies*. Internet. www.finnishdesign.com/finnish-design-companies



Mobiliario “Artek”



Dalhia Lamp. Freedom of Creation (FOC)



Toikka Glass Birds

COREA DEL SUR: inició con el desarrollo de políticas de diseño en 1993, posteriormente se han realizado varias actualizaciones en 1999 y 2003. Actualmente se maneja con planes quinquenales de gobierno para la promoción del diseño.

Entre las primeras iniciativas llevadas a cabo se puede destacar la construcción de un centro nacional de diseño, el Korea Design Centre, KDC y varios centros regionales denominados Regional Design Centers, RDC, una serie de centros de innovación en diseño, Design Innovation Centers, DICs 33 en todo el país y un centro de investigación en diseño, el International Design Trend Research Centre.

En 1970 fue creado el Instituto Coreano de Promoción del Diseño, **KIDP**, con el fin de mejorar la exportación de productos coreanos a través de la promoción del diseño. Conjuntamente con el Ministerio de Comercio, Industria y Energía, el KIDP dirige el programa “Knowledge-based Design Experience”, un programa de intercambio internacional con el fin de compartir la experiencia y el conocimiento de la industria del diseño coreana con la internacional.

Desde el año 1957 existe en Japón un reconocimiento de la excelencia en diseño a través de una marca para el buen diseño denominada GD Mark, (Good Design) la cual se entrega a productos considerando su forma, su calidad estética, usabilidad, satisfacción del consumidor y cuidado del entorno.



El plan del 2003-2007 continuó con el fortalecimiento de la industria del diseño ya abordando el tema desde las bases hacia la estrategia de internacionalización proponiendo formar una red regional entre China, Japón y Corea. El punto de partida fue precisamente el fortalecimiento de las bases de la industria del diseño, considerando como principales objetivos mejorar la conexión entre institutos de diseño y PyMEs y, al mismo tiempo, educar al sector público haciéndolo consciente de su capacidad para el reconocimiento del diseño y promover la demanda de buen diseño.

En temas de innovación, el plan presentaba una importante serie de iniciativas para:

- 1) fortalecer las capacidades locales de innovación en diseño,
- 2) fortalecer las capacidades de I+D en diseño y
- 3) fomentar la innovación de la imagen nacional.

Los principales objetivos de los planes para la promoción del diseño son:

- Aumentar la competitividad de los productos coreanos y fortalecer una nueva imagen de Korea mediante la promoción del Diseño Coreano.
- Promover el diseño industrial e incrementar el número de diseñadores, empresas de diseño e inversiones en infraestructura para el diseño.
- Incrementar la inversión en desarrollo de diseño, especialmente en la Pymes
- Expandir la creatividad y aumentar la calidad del diseño y el diseño orientado al usuario.
- Desarrollar la industria del diseño como un referente del Asia oriental

Otras iniciativas destacables son:

Como parte de la política de posicionamiento de Corea como lugar de referencia del diseño en el noreste de Asia, el plan destacaba la importancia de planificar y elaborar una marca país. Ha fundado un centro para mostrar la innovación en diseño coreano en China, el cual estaría

encargado de difundir y promover el diseño y la marca coreana en China, estudiar las tendencias en China y brindar apoyo a las firmas coreanas que se instalen en China.

La participación en el desarrollo del informe sobre la industria internacional del diseño, el IDA World Design Report promovido por ICSID-ICOGRADA-IFI, y su rol en el establecimiento y mantenimiento de un “Northest Asia Design Forum” entre Corea, China y Japón junto a la organización de un congreso internacional y una exposición con el mejor diseño del mundo, como fue Design Korea 2005. Seúl fue designada por el ICSID para ser la Capital Mundial del Diseño en el 2010.⁵²

Algunas imágenes del Korea Design Centre⁵³:



⁵² CALVERA, Anna; TARANTO, Fabián y VECIANA, Stella. 2005-2008. *Políticas públicas nacionales para el aprovechamiento del diseño.pdf*. Barcelona. Internet. www.adp-barcelona.com

⁵³ Korea Design Center. (2013) *Showcase*. Internet. <http://koreadesigncenter.com>

ESPAÑA: se dio inicio en el año 2005, a cargo de la *Asociación de Diseñadores Profesionales ADP y el resto de asociaciones miembros de la UADE, Unión de Asociaciones de Diseñadores de España*. Se detectó “*la necesidad de iniciar una política coordinada a largo y corto plazo que priorice el diseño y la investigación y ordene su enseñanza. Una política audaz y ambiciosa que permita racionalizar la profesión y ponerla al servicio de una estructura industrial y comercial renovada y competitiva. Debe existir un programa de gobierno que de verdad promueva y divulgue el diseño como instrumento dinamizador del entorno económico, tecnológico y cultural de nuestro país*”⁵⁴

Algunas de las actuaciones que se contemplaron para preparar las medidas para implementar una política de diseño, eran en el 2005:

- **Conocimiento:** desarrollo de un pensamiento avanzado en diseño y mayor difusión del mismo.
- **Gestión:** facilitar la introducción del *Design Management* en las empresas como una herramienta estratégica de gestión para una mayor productividad y una mejor competitividad.
- **Difusión:** incrementar la rentabilidad de las inversiones en diseño. Promoción en España y en el exterior de sus resultados.
- **Servicios:** alinear el concepto de diseño empleado por la administración pública.

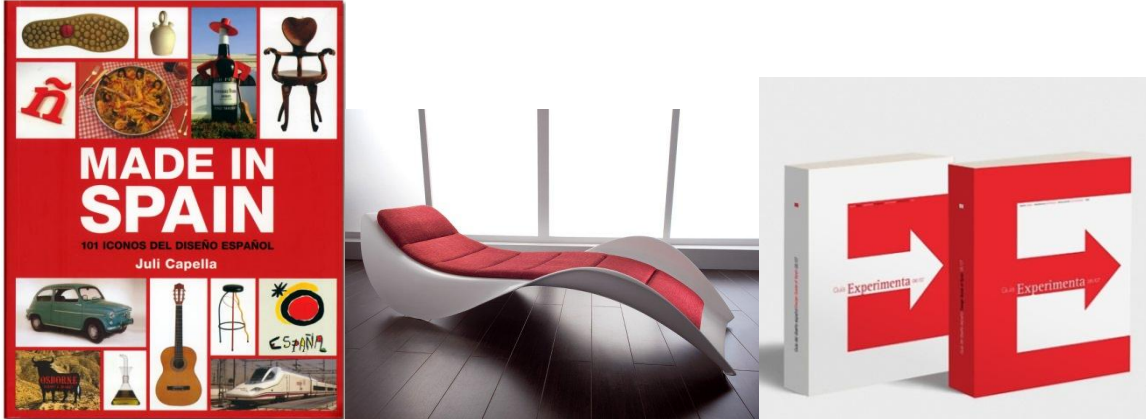
Proyectos concretos:

- Estudios sobre el impacto económico del diseño en España, el primero en el 2005, y el segundo en el 2008, en el cual se contemplaron los siguientes indicadores⁵⁵:
 - ✓ Qué puesto ocupa el diseño entre las funciones consideradas estratégicas para la empresa.
 - ✓ Cómo y dónde contrata los servicios de diseño, una vez detectada la necesidad de incorporarlos.
 - ✓ Cómo se organiza y gestiona la función diseño en la empresa, cuál es su nivel de integración y su dependencia operativa respecto a otras áreas funcionales.
 - ✓ Cómo mide, valora e interpreta la empresa el retorno y los beneficios tangibles e intangibles que le aporta el diseño.
- Otorgar premios a tesis doctorales sobre diseño.
- Creación de una red de consultores en Gestión del Diseño (iniciada en septiembre de 2006)
- Facilitar y promover la certificación de calidad según normas ISO para las empresas de servicios de diseño (campaña ya iniciada con la concesión de las normas a varios estudios de diseño).
- Llevar a cabo unas jornadas sobre diseño español en Tokio (exposición de 2007).
- Fomentar un mejor uso del diseño por parte de las administraciones públicas.⁵⁶

⁵⁴ ADP, Asociación de Diseñadores Profesionales. (Marzo 2005). *Para una nueva política del diseño en España. Memoria descriptiva y técnica*. Barcelona.

⁵⁵ Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación DDI (2008), *Estudio del Impacto Económico del Diseño*. España.

⁵⁶ CALVERA, Anna; TARANTO, Fabián y VECIANA, Stella. 2005-2008. *Políticas públicas nacionales para el aprovechamiento del diseño.pdf*. Barcelona. Internet. www.adp-barcelona.com



2.2.2. AMÉRICA LATINA

En el caso Latinoamericano aún no se cuenta con mayores avances en el tema, los países pioneros son Brasil, México y Argentina, los cuales han iniciado acciones para la promoción y utilización estratégica del diseño.

BRASIL: Existe el Programa Brasileño de Diseño, lanzado en el 2003, este proyecto tiene como objetivo fomentar el reconocimiento internacional del diseño y de los productos y servicios desarrollados en Brasil así como el fortalecimiento de la marca Brasil. Este programa permite, a través de apoyo logístico y financiero, la participación de los productos brasileños en concursos y premios internacionales, logrando progresivamente visibilidad y reconocimiento internacional de la marca Brasil como factor de diferenciación de mercado. El diseño pasó a formar parte de la política industrial, tecnológica y de comercio exterior a partir de 1995 en el marco de la reestructuración y expansión competitiva del sistema industrial y de la puesta en marcha del Programa Brasileiro do Design. Este último incluye también la red de núcleos de apoyo que ofrece asesoramiento en materia de diseño. Vía Design está dirigido a pequeñas y medianas empresas.



El Programa está destinado a fomentar el desarrollo del diseño en el mundo empresarial de Brasil, reforzando el aspecto de identidad fuerte y creativa del país. Sus objetivos son:

- Incrementar la calidad y competitividad de los bienes y servicios producidos en Brasil a partir de una inducción hacia la modernidad industrial y tecnológica mediante el diseño.
- Popularizar los bienes y servicios producidos en el país de cara al exterior.
- Desarrollar la marca Brasil en el mercado internacional.

Para promover las propuestas del programa son desarrollados convenios con agentes económicos y sociales, de organismos gubernamentales y privados, con el objeto de intensificar, ampliar y fortalecer las posibilidades existentes y crear nuevos mecanismos e instrumentos de apoyo, fomento y financiación para el diseño. Para ello, los proyectos más importantes son:

- Taller de Diseño
- Concurso de Diseño de carácter social
- Bial Brasileña de Diseño e Innovación⁵⁷
- Design Excellence Brazil⁵⁸ Programa que busca promover el reconocimiento internacional del diseño brasilero y difundir en el país una cultura de exportación de productos de valor agregado, una iniciativa del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio exterior y la Agencia de promoción de exportaciones e Inversiones.



⁵⁷ MIASAKI, Debora; POUGY, Geraldo y SAAVEDRA, Juan (Septiembre 2006). *Panorama de Acciones de Diseño en Brasil*. Centro de Design Paraná. Reporte solicitado por la Agencia Brasileira de Desarrollo Industrial. Internet. www.designbrasil.org.br

⁵⁸ Design Brazil. *Desing Excellence Brazil*. Internet. debrazil.designbrasil.org.br

MÉXICO: Desde el 2007 un grupo de académicos, diseñadores independientes y personas interesadas en el diseño, se han venido reuniendo de manera continua para elaborar de manera colectiva una Política Pública de Diseño. En el 2008, John Heskett, experto inglés que ha asesorado al gobierno inglés y neozelandés en el desarrollo de políticas de diseño, se reunió con la Cámara de Diputados para hablar de la importancia del diseño en una economía y presentar la primera parte del proyecto. Se estableció un grupo de trabajo conformado por destacados académicos, diseñadores independientes, representantes de asociaciones, despachos de diseño, así como directores de revistas, páginas Web y de la televisión educativa.

La iniciativa trabaja en cinco ejes principales: economía y negocios; sustentabilidad; cultura e identidad nacional; educación; ciencia y tecnología. Por ejemplo el eje de economía y negocios tiene entre sus objetivos promover una actitud innovadora entre los emprendedores y empresarios que haga del contexto económico contemporáneo una oportunidad para generar bienestar, desarrollo e incremento de la competencia de nuestros sectores económicos. Otro de los objetivos de este eje es facilitar que las empresas nacionales integren procesos de innovación y desarrollo a partir de la investigación y el diseño.⁵⁹

Las principales iniciativas de diseño en México son:

- Centro Promotor de Diseño: creado por la combinación de la iniciativa pública y privada en 1994, tiene como objetivo apoyar a micro, pequeñas y medianas empresas en su búsqueda de competitividad. Ofrece una serie de servicios como asesoría en el desenvolvimiento del producto y diseño gráfico.⁶⁰



- A! Diseño: es una revista que tiene 14 años de circulación y es líder en publicaciones en el área del diseño.⁶¹
- Quorum: es una asociación de diseñadores que desde 1985 actúa en la promoción del diseño mexicano. Realizan cursos, exposiciones y conferencias para profesionales y estudiantes de diseño. entre sus objetivos están: guiar la conducta profesional de los

⁵⁹ MARTÍNEZ, Jorge Rodríguez. "Memorias 2008". Congreso Nacional de administración y tecnología para la arquitectura, ingeniería y diseño, *POLÍTICAS NACIONALES DE DISEÑO: CASOS DE ÉXITO EN DISEÑO INDUSTRIAL EN MÉXICO*.

⁶⁰ Centro Promotor del Diseño. México. Internet. www.centrodiseno.com

⁶¹ Revista a! diseño. Internet. www.a.com.mx/

diseñadores mexicanos, apoyar a las instituciones académicas y contribuir para el rescate de los valores culturales y estéticos del país.⁶²



Casos de éxito en el diseño industrial en México

A pesar de que el uso del diseño no se ha generalizado entre las compañías en México, particularmente entre las pequeñas y micro empresas, sí se pueden mencionar algunos casos de éxito en empresas grandes y medianas, de diversos sectores económicos:

- Sector de la moda y la joyería: Pineda Covalín tiene una amplia gama de productos como son corbatas, bolsas, lentes, y también han tenido experiencia en el diseño de botellas de tequila con una presentación diferente de lo que se vende tradicionalmente en el mercado
- Sector de auto transporte, vehículos de pasajeros foráneos y urbanos. Varias empresas que han destacado son: DINA, Catosa, Eurocar, Capre, Casa, etcétera.
- Mobiliario urbano, este es el caso de la empresa EUMEX, que diseña y produce paraderos de autobuses, puestos de revistas, casetas telefónicas, etc.
- Muebles para baño, hay dos empresas mexicanas que destacan por sus diseños. Helvex y Urrea.
- Línea blanca, la empresa mexicana líder es Mabe, que desarrolla sus propios diseños que comercializa en varios países de Centro y Sudamérica.
- Vehículos especiales, El diseñador Daniel Mastretta tiene una amplia experiencia tanto en el diseño de autobuses, y más recientemente ha incursionado en el diseño del que es considerado el primer auto deportivo en México, el vehículo Mastretta MXT, mismo que apareció en la Revista de Negocios Expansión en su portada en el numero de julio de 2008. El vehículo se planea distribuir no sólo en México, sino también en Europa. Para su desarrollo la compañía recibió apoyo como proyecto tecnológico de parte del CONACYT:

⁶² México, Premio Quorum. Internet. <http://quorum.org.mx/>



1998



2008 – Mastretta MXT

ARGENTINA: Desde el 2003 cuenta con el Plan Nacional de Diseño PND⁶³ Este plan está conectado a la Subsecretaria de Industria del gobierno de Argentina. Tiene por objetivo destacar al diseño como factor clave de competitividad industrial y sensibilizar a los empresarios sobre las ventajas de insertar la gestión de diseño en las políticas de calidad de las empresas.



Tiene 4 líneas de acción:

- **Promoción de Diseño:** las acciones de promoción son direccionadas de acuerdo con diagnósticos de los sectores productivos, realizados por los Foros Nacionales de Competitividad Industrial.

⁶³ Argentina, Plan Nacional de Diseño. Internet. www.pnd.gov.ar.

- **Red Nacional de Diseño:** La idea es promover la mejora de gestión empresarial a través de la propagación de información y conocimiento de los servicios de las instituciones centradas en la investigación, difusión y actividades dedicadas a la gestión de diseño.
- **Capacitación y Eventos:** Realización de seminarios itinerantes para sensibilizar a las empresas por el interior del país. En 2003 se efectuó la 1ra Jornada Nacional de Diseño, dirigida tanto a empresarios como a diseñadores.
- **Fortalecimiento Institucional del Plan:** tiene como objetivo formar vínculos institucionales con reconocidas entidades de promoción de diseño de los países europeos.

Otras iniciativas de diseño importantes en el país:

- Programa de Diseño del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)
- Feria Puro Diseño
- Programa INNOVAR: es un programa de innovación que estimula el uso del diseño. Se propone ser un espacio permanente de soluciones a los problemas que enfrentan los emprendedores en el campo del diseño, tecnología y comercio, para que sus creaciones lleguen y se difundan en el mercado.⁶⁴
- Sello "Buen Diseño Argentino"⁶⁵



Productos distinguidos SELLO BUEN DISEÑO⁶⁶

⁶⁴ RAULIK, Gisele (Septiembre 2006). *Panorama Internacional de las Políticas de Promoción e Incentivo de Diseño*. Brasil.

⁶⁵ Argentina, Plan Nacional de Diseño. *Sello Buen Diseño*. Internet. <http://www.pnd.gov.ar>

⁶⁶ *Ibíd.*



CUBA: en este país debido a su forma de gobierno, socialista, casi todas las instituciones y entidades pertenecen al Estado y de igual manera los profesionales cubanos trabajan para el gobierno, por lo que el diseño está enfocado concretamente en asuntos de carácter social, con proyectos orientados a mejorar la producción industrial y la calidad de vida de sus habitantes, sin necesidad de establecer políticas públicas para ello. Los diseñadores profesionales se forman en el ISDI (Instituto Superior de Diseño). La diseñadora Milvia Pérez, Jefa del Departamento de Diseño Industrial del ISDI comenta “El diseño es una carrera elitista y muy bien pagada en el mundo entero, que en los países capitalistas está enfocada al consumo. Sin embargo, nosotros creemos en el diseño y no en el consumismo. Por eso decimos que nuestra actividad no es inherente al capitalismo, sino también al socialismo”

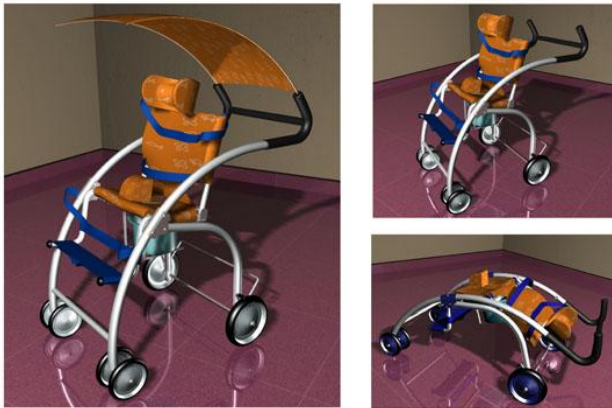
En el ISDI los estudiantes desarrollan en sus trabajos de fin de carrera proyectos reales que su ciudad o país necesitan y en la mayoría de los casos es factible llevarlos a cabo en la práctica.

Algunos ejemplos de diseño cubano (imágenes del ISDI)⁶⁷:

⁶⁷ Instituto Superior de Diseño. Galería. Internet. www.isdi.co.cu/galeria.html



Cama Fowler para hospitales



Coche para niños discapacitados



Sistema de Electro física



Mobiliario Urbano



Monitoreo Inteligente



Telefonía Pública ETECSA



Kioscos Kaserita

Software Educativo. Proyecto para Enseñanza Primaria

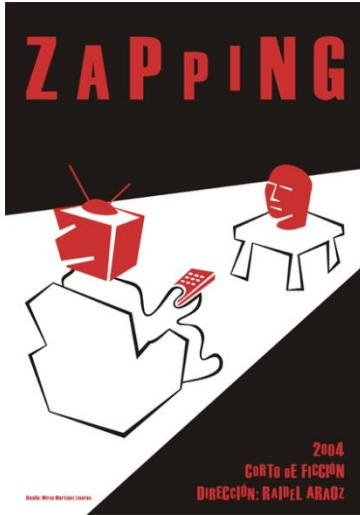


Software Educativo. Proyecto para Enseñanza Primaria

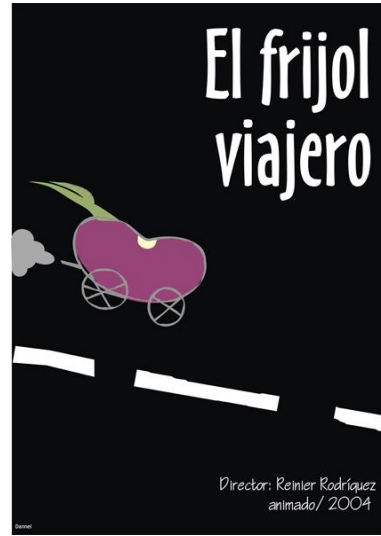


Software Educativo.

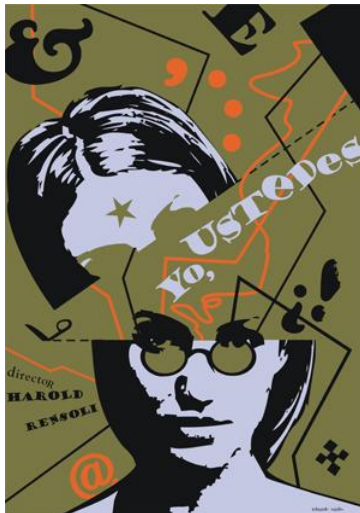
Proyecto para enseñanza Primaria



Campaña de Ahorro



Rediseño del Semanario Opciones



Eduardo, Yo y Ustedes



Reedición del Semanario OPCIONES

Cuentan en Cuba con los Programas Nacionales de Ciencia y Tecnología, organismo que busca el desarrollo científico, económico y social del país, que sirviéndose del diseño desarrolla proyectos en ese sentido, un ejemplo de esto son una serie de hornos, calentadores y secadores solares. Estos hornos atienden necesidades específicas como la reducción del costo del litro de agua caliente, y el secado de tabaco y de madera.⁶⁸

⁶⁸ Revista d- culto. *Diseño Industrial en Cuba*. Internet. www.d-culto.com



2.2.3. RESUMEN:

Los principales elementos considerados en las políticas de diseño de estos países son:

1. La cuestión de la identidad nacional, la imagen del país o región y la posibilidad de hacer *branding* de la marca país (posicionar la marca).
2. Referencias a la calidad de vida y al bienestar de los habitantes a través de:
 - Mayor atención al diseño del entorno.
 - Aprovechamiento de los valores culturales y sociales del diseño que beneficien a las personas y al público en general.
3. Educación.
 - Impulso de la formación profesional y de la educación multidisciplinar avanzada.
 - Facilitar la circulación efectiva de conocimiento nuevo.
4. Economía.
 - Impulso del diseño como estrategia económica para el progreso en los sectores público y privado.
 - Uso del diseño para la creación de nuevos puestos de trabajo y mayores oportunidades de negocio.
 - Más diseño para incrementar el volumen de la exportación.
 - Uso del diseño para mejorar la competitividad de las empresas y del propio sector diseño.⁶⁹

⁶⁹ DESIGNIUM. the New Centre of Innovation in Design in the University of Art and Design in Helsinki. Octubre 2003)
"Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions" Finlandia.

En las memorias del Foro “Por una política de diseño en México” el académico Julio Frías Peña realiza un análisis de las políticas de diseño a nivel mundial y obtiene una serie de conclusiones de las cuáles se menciona las más relevantes para este trabajo:

- El objetivo de las políticas es elevar la productividad de las empresas y por consiguiente la competitividad nacional.
- La gran mayoría de las políticas de diseño han sido establecidas por las Secretarías de Economía y en algunos casos con los ministerios de Ciencia y Tecnología y de Cultura.
- Los sectores de desarrollo más impactados han sido principalmente el de manufactura, seguido de comercio y servicios, así como el de la llamada economía creativa.
- Las herramientas de ejecución han sido el establecimiento de programas nacionales de diseño y centros promotores de diseño.

Además las políticas coinciden en la importancia de un modelo de diseño capaz de actuar activamente en la planificación de objetivos empresariales, que comprenda y prevea las necesidades de los usuarios y que aborde soluciones de manera holística formando parte de grupos multidisciplinares. Más concretamente, gobiernos, empresarios, diseñadores y consumidores con una mayor conciencia del impacto cultural y económico del diseño.

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1. EL SECTOR PROFESIONAL DEL DISEÑO EN ECUADOR

3.1.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL DISEÑO EN EL PAÍS

Para determinar el estatus del diseño en nuestro país se requiere la realización de varios estudios que permitan observar el grado de uso del diseño por parte de los sectores público y privado, detectar carencias e identificar las posibles barreras con las que se encuentran las empresas a la hora de hacer un uso eficiente del diseño. También hacen falta estudios que posibiliten retratar el estado y las condiciones en las que se encuentra el sector diseño –denominado a veces “industria del diseño”—, el nivel de los profesionales, la calidad y orientación del sistema educativo y la situación de los principales centros de formación en diseño, el nivel de investigación que desarrollan comparándolos con instituciones similares de otros países.

Para este TFC se presentará una aproximación a algunos de los aspectos nombrados anteriormente para establecer un punto de partida en la investigación sobre el estado actual del diseño en nuestro país, debido a que en su totalidad es una investigación muy compleja que requiere de la colaboración del sector productivo nacional, tanto empresas públicas como privadas, así como de las cifras oficiales del Ministerio de Industrias y Productividad y del Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, además del acceso a la información de los centros educativos de diseño a nivel nacional. Para todo lo cual hace falta en primera instancia establecer los indicadores de diseño pertinentes y después contar con el aval, el respaldo y que el proyecto sea impulsado por alguna institución o entidad relacionada e interesada en los beneficios e impactos de tal investigación.

3.1.1.1. OPINIÓN DE LOS DISEÑADORES ECUATORIANOS

Para tener una aproximación a la opinión de los diseñadores en nuestro país acerca de la situación de la profesión se realizó la siguiente encuesta:

ENCUESTA DE OPINIÓN PARA DISEÑADORES

1. ¿Cuál es tu especialización en diseño?⁷⁰

- Diseñador Gráfico
 Diseñador Industrial

Otro (especifique)

2. ¿Actualmente trabajas ejerciendo el diseño?

- Sí
 No

3. ¿En qué sector laboral te encuentras?

- Empresa Privada
 Empresa Pública
 Independiente

Otro (especifique)

4. ¿Consideras difícil conseguir trabajo como diseñador?

- Sí
 No

5. ¿Consideras que son bien remunerados los trabajos de diseño en el país?

- Sí
 No

6. ¿Cuál crees que sería la mejor manera de consolidar el ejercicio profesional del diseño?

- Más empresas de diseño
 Vincular al diseño con proyectos públicos (del estado)
 Autogestión de colectivos de diseño
 Vinculación con sectores productivos específicos (producción comunitaria)

⁷⁰ En esta pregunta se consideró solo las opciones específicas de las dos especializaciones que existen en la FADA, PUCE.

Otro (especifique)

7. ¿En qué campo crees que aporta tu trabajo de diseño a la sociedad ecuatoriana? Enumera del 1 al 5 según la incidencia que consideres en los siguientes campos. 5 es el mayor 1 el menor

Publicidad, consumo

Mercado, producción, comercio

Cultura, educación

Bienestar social

Estética, originalidad

8. ¿Cuál consideras que debería ser el aporte del diseño a la sociedad ecuatoriana? Enumera del 1 al 5 según la importancia que consideres. 5 es el más importante 1 el menos importante.

Publicidad, consumo

Mercado, producción, comercio

Cultura, educación

Bienestar Social

Estética, originalidad

9. ¿Consideras que la enseñanza Académica del diseño está enfocada en función de la realidad laboral del diseño en Ecuador?

Sí

No

10. ¿Crees que la sociedad ecuatoriana tiene un grado de conciencia suficiente sobre el diseño existente? (sabe de que se trata, para que sirve, le parece útil)

Sí

No

GUÍA DE LA ENCUESTA

OBJETIVOS DE LA ENCUESTA:

1. Determinar la percepción que tienen los diseñadores nacionales sobre la situación laboral del diseño, en cuanto al grado de dificultad para conseguir empleo, así como el nivel de satisfacción de su salario, y determinar los sectores dónde hay un mayor campo laboral para el diseño.
2. Determinar la percepción que tienen los diseñadores en cuanto a la incidencia que tiene el diseño en la sociedad ecuatoriana, cuál es el aporte del trabajo del diseñador para el país.
3. Determinar la percepción que tienen los diseñadores acerca de la necesidad de promover el campo laboral del diseño en el país, la importancia o no de vincular la profesión con el sector público para expandir su ámbito de acción.
4. Determinar la percepción de los diseñadores sobre la cultura de diseño que hay en el país.

TAMAÑO DE LA MUESTRA:

Para obtener el tamaño de la muestra cuando se desconoce el tamaño de la población (es decir se desconoce el número total de diseñadores que hay en el país) se utiliza la siguiente fórmula⁷¹:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde,

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Seguridad = 95%;

Precisión = 8%; (para el propósito de este trabajo de fin de carrera se eligió este valor de precisión debido a la limitación de recursos para realizar encuestas a un mayor tamaño de muestra, considerando que es un primer acercamiento a la investigación de la situación del diseño en nuestro país)

Proporción esperada = si no se tiene ninguna idea de dicha proporción se utiliza el valor p = 0.5 (50%) que maximiza el tamaño muestral.

- Z $\alpha=2$ = 1.962 (ya que la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)
- q = 1 – p (en este caso 1 – 0.5 = 0.5)
- d = precisión (en este caso deseamos un 8%) quedando como resultado:

⁷¹ TORRES, Mariela y PAZ, Karim. *Tamaño de una muestra para investigación de mercado*. Facultad de Ingeniería. Universidad Rafael Landívar. Internet. www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_02_BAS02.pdf

$$n = \frac{1,962^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,08^2}$$

$$n = \frac{0,962}{0,0064}$$

$$n = 150$$

Lo que quiere decir que lo ideal sería encuestar a 150 diseñadores para obtener los resultados ajustados a los requerimientos.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

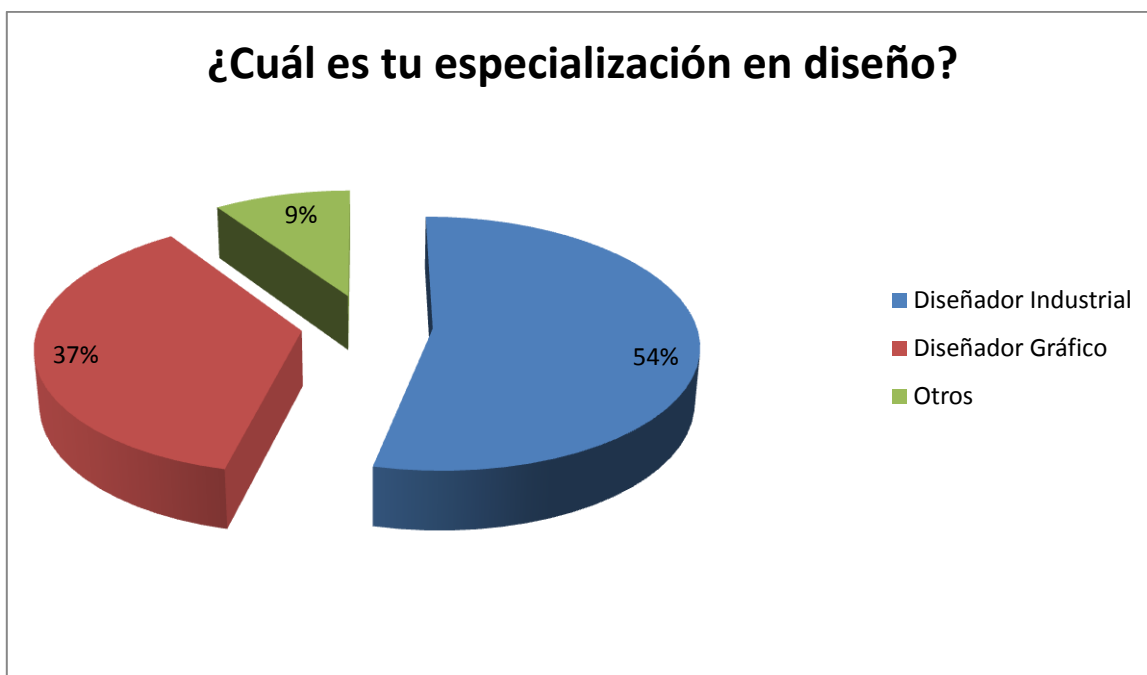
En total obtuve una muestra de 136 encuestas realizadas en la ciudad de Quito y a través de las redes sociales y correos electrónicos, los resultados fueron los siguientes:

1. ¿Cuál es tu especialización en diseño?

Diseñador Gráfico 50

Diseñador Industrial 73

Otros 13: Gráfico e Industrial 6
 Diseño De Ambiente Interior y Exterior 2
 Diseño de Modas 2
 Diseño de Interiores 3



2. ¿Actualmente trabajas ejerciendo el diseño?

Si 128

No 8



3. ¿En qué sector laboral te encuentras?

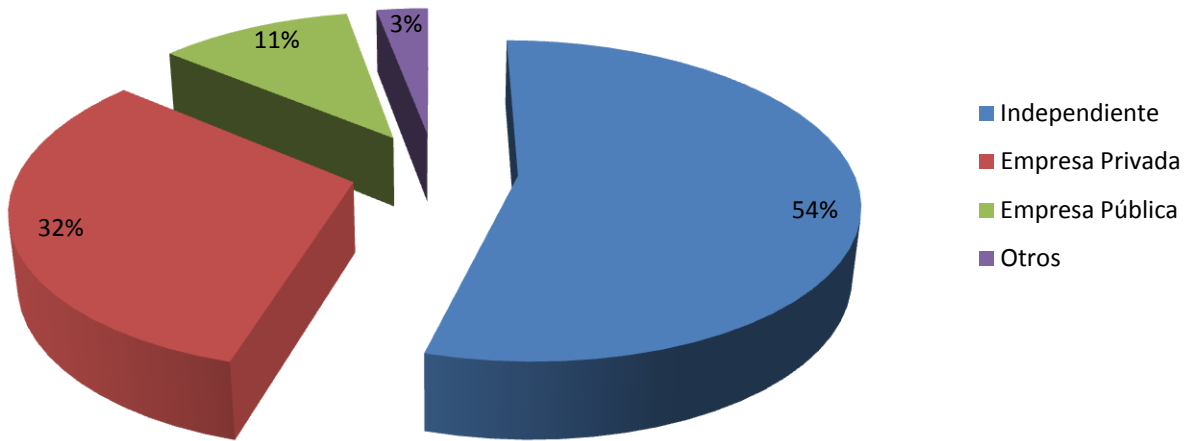
Sector Público 15

Sector Privado 43

Independiente 74

Otros: Academia 4

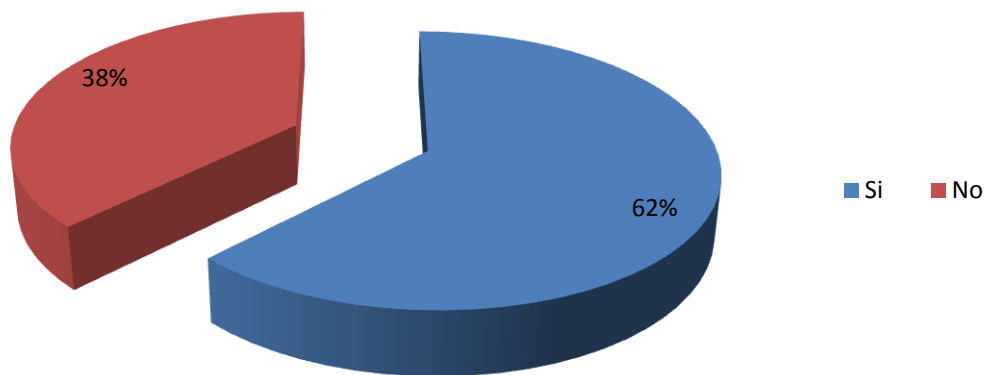
¿En qué sector laboral te encuentras?



4. ¿Consideras difícil conseguir trabajo como diseñador?

Si 85
No 51

¿Consideras difícil conseguir trabajo como diseñador?



5. ¿Consideras que son bien remunerados los trabajos de diseño en el país?

Si 18

No 118



6. ¿Cuál crees que sería la mejor manera de consolidar el ejercicio profesional del diseño?

Más empresas de diseño 11

Vincular al diseño con proyectos públicos (del estado) 54

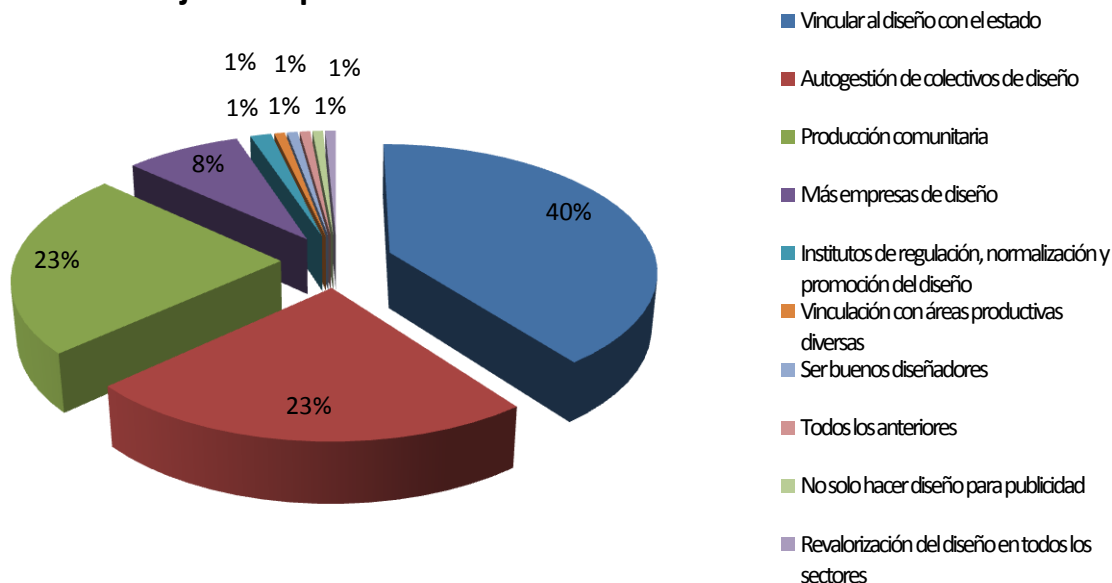
Autogestión de colectivos de diseño 32

Vinculación con sectores productivos específicos (producción comunitaria) 32

Otro 7:

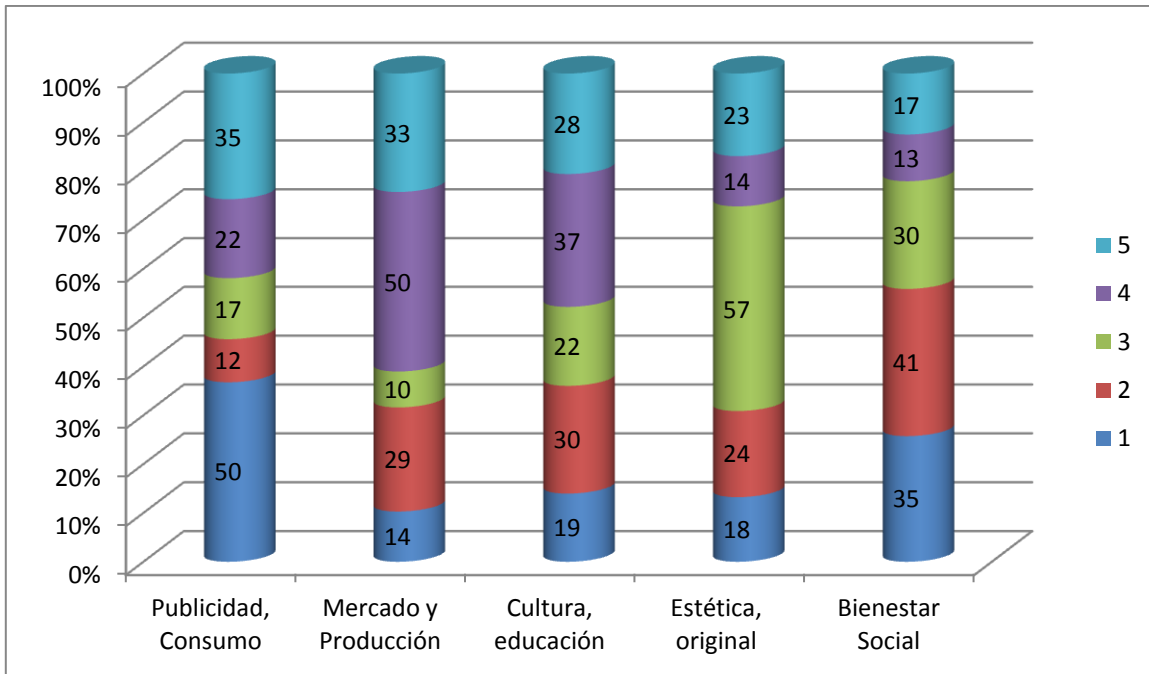
- Carreras de diseño que se involucren con áreas productivas. (estatales, privadas, de economías mixtas, participativas, comunitarias)
- Ser buenos diseñadores
- Todos los anteriores
- Más trabajos complejos en diseño en diferentes áreas a la publicidad
- Institutos de regulación y normalización de la carrera así como de promoción de profesionales 2
- Revalorización del diseño en todos los sectores

¿Cuál crees que sería la mejor manera de consolidar el ejercicio profesional del diseño?



7. ¿En qué campo crees que aporta tu trabajo de diseño a la sociedad ecuatoriana? Enumera del 1 al 5 según la incidencia que consideres en los siguientes campos. 5 es el mayor 1 el menor

	1	2	3	4	5
Publicidad, consumo	50	12	17	22	35
Mercado, producción, Comercio	14	29	10	50	33
Cultura, educación	19	30	22	37	28
Bienestar social	35	41	30	13	17
Estética, originalidad	18	24	57	14	23



Para obtener la valoración media de cada categoría se realiza mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{1(f_1) + 2(f_2) + 3(f_3) + 4(f_4) + 5(f_5)}{(f_1 + f_2 + f_3 + f_4 + f_5)}$$

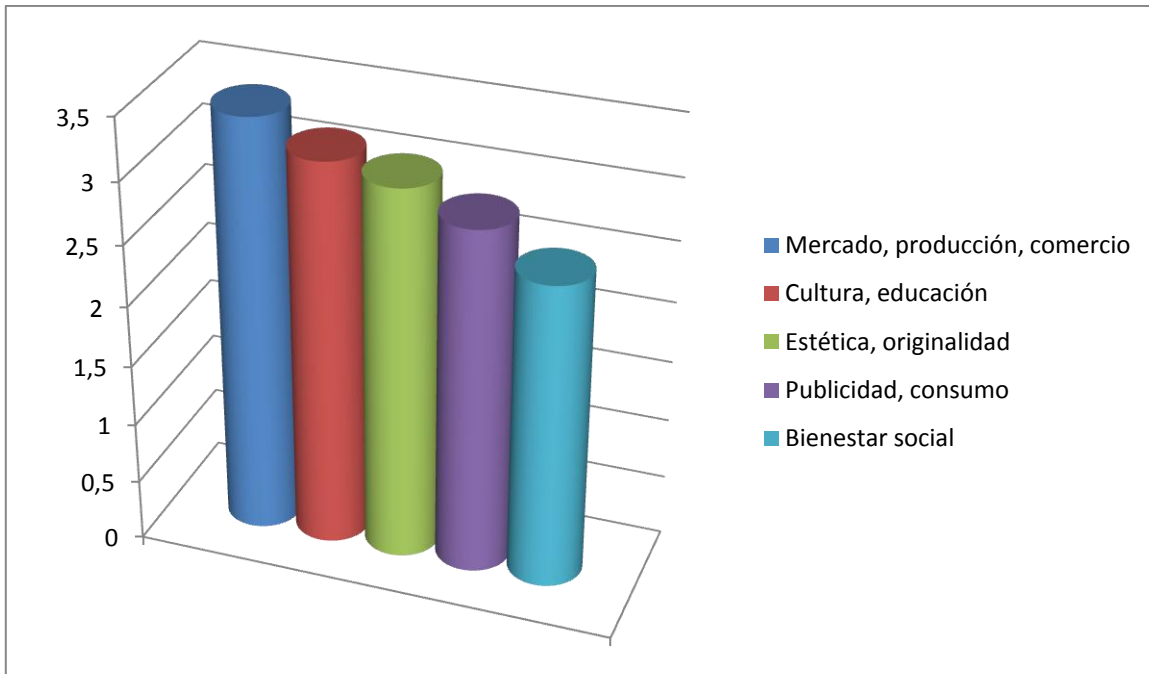
Donde: las cantidades fuera de los paréntesis son los valores ponderados asignados a las columnas. La cantidad multiplicada por el valor ponderado corresponde a la cantidad de encuestados o la "frecuencia" f de quienes eligieron esa clasificación.

En este caso los valores ponderados corresponden:

- 1= menor incidencia
- 2= baja incidencia
- 3= incidencia media
- 4= alta incidencia
- 5= mayor incidencia

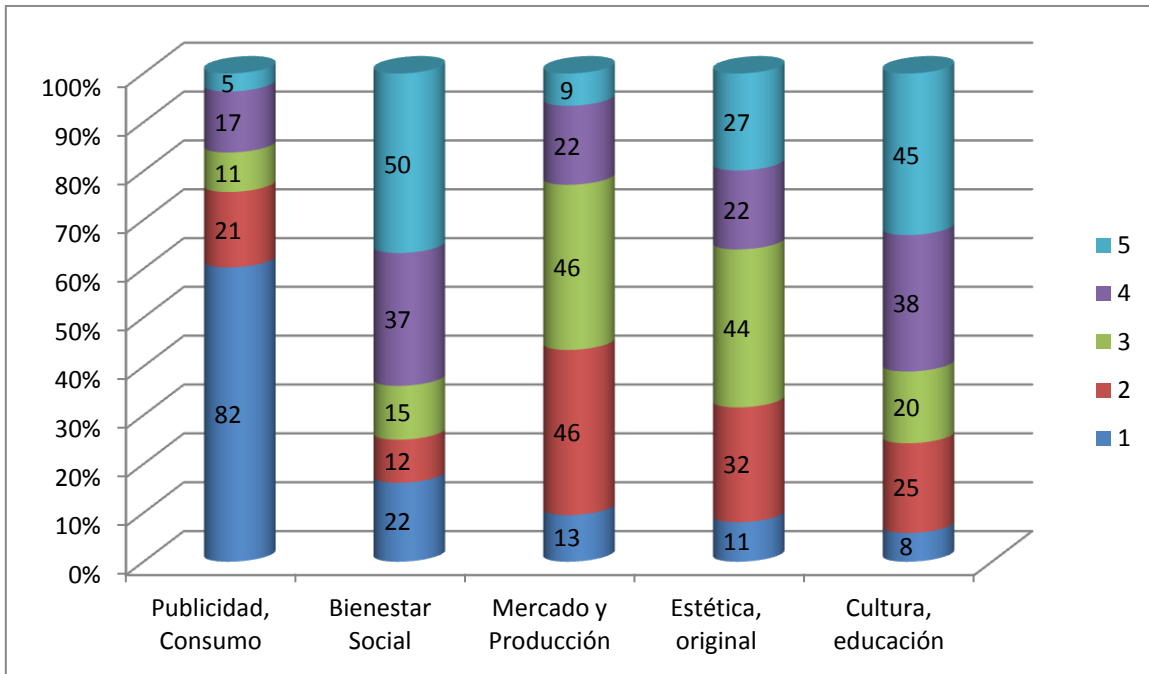
Valoración Media

Publicidad, consumo	2,85
Mercado, producción, Comercio	3,43
Cultura, educación	3,18
Bienestar social	2,52
Estética, originalidad	3,07



8. ¿Cuál consideras que debería ser el aporte del diseño a la sociedad ecuatoriana? Enumera del 1 al 5 según la importancia que consideres. 5 es el más importante 1 el menos importante.

	1	2	3	4	5
Publicidad, consumo	82	21	11	17	5
Mercado, producción, Comercio	13	46	46	22	9
Cultura, educación	8	25	20	38	45
Bienestar social	22	12	15	37	50
Estética, originalidad	11	32	44	22	27



De igual forma obtenemos la valoración media.

En este caso los valores ponderados corresponden:

1= menor importancia

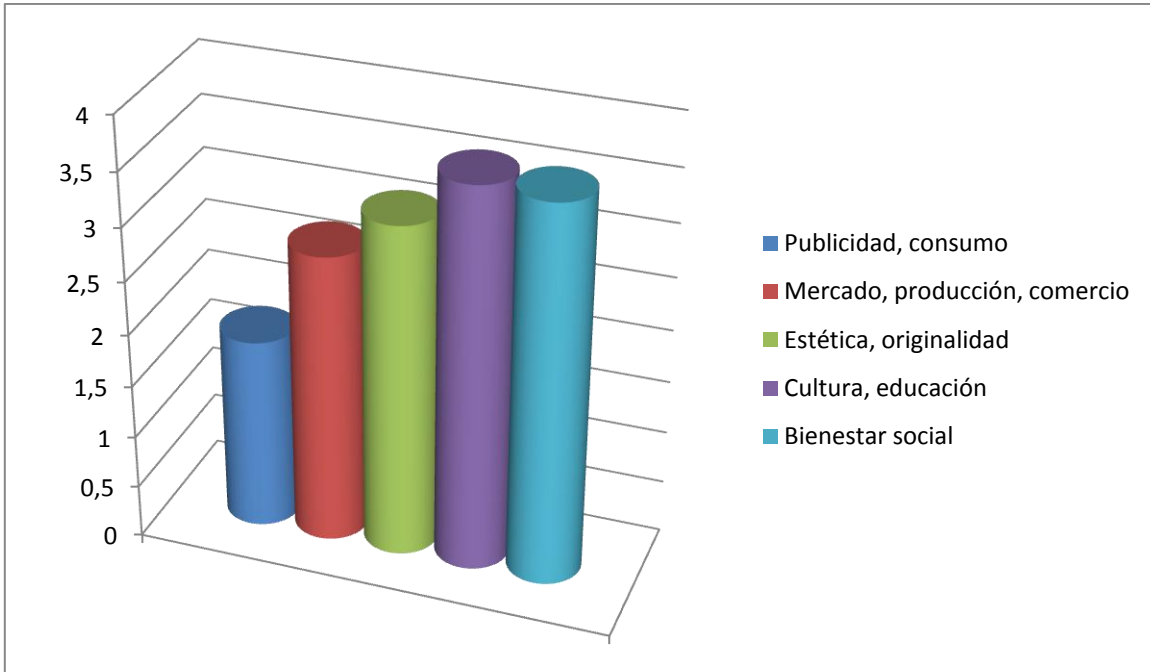
2= baja importancia

3= importancia media

4= alta importancia

5= mayor importancia

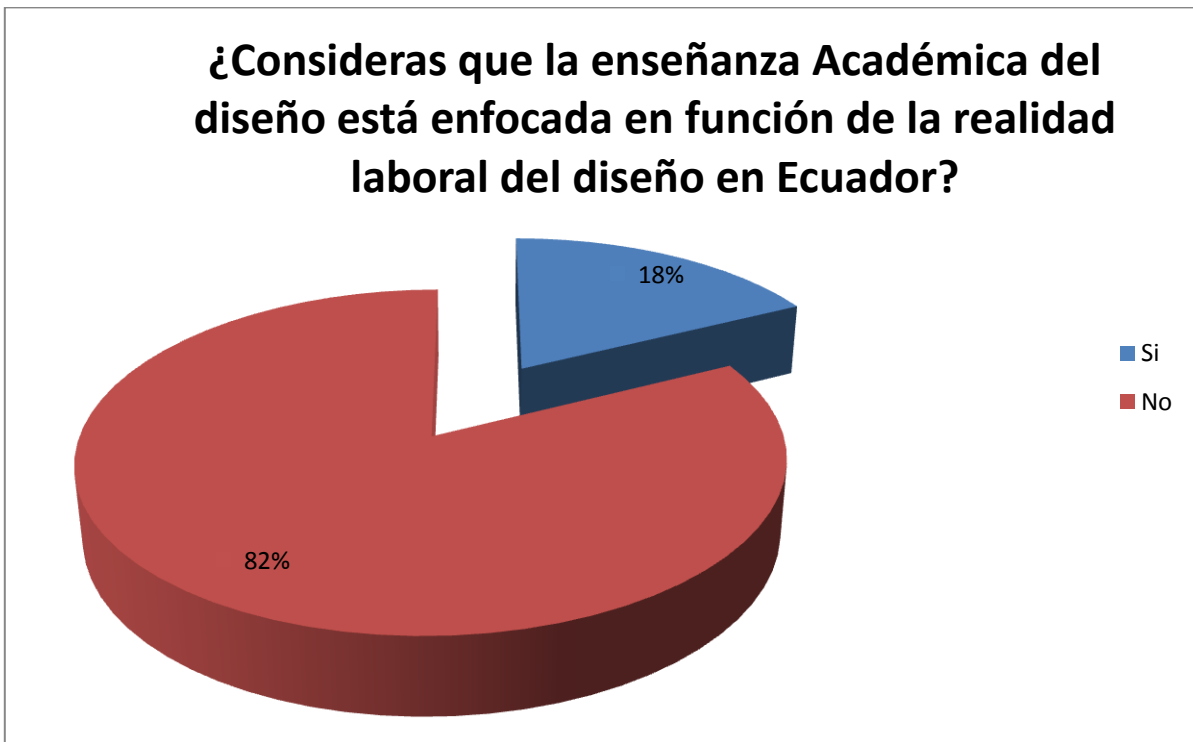
	Valoración Media
Publicidad, consumo	1,83
Mercado, producción, Comercio	2,76
Cultura, educación	3,63
Bienestar social	3,59
Estética, originalidad	3,16



9. ¿Consideras que la enseñanza Académica del diseño está enfocada en función de la realidad laboral del diseño en Ecuador?

Si 24

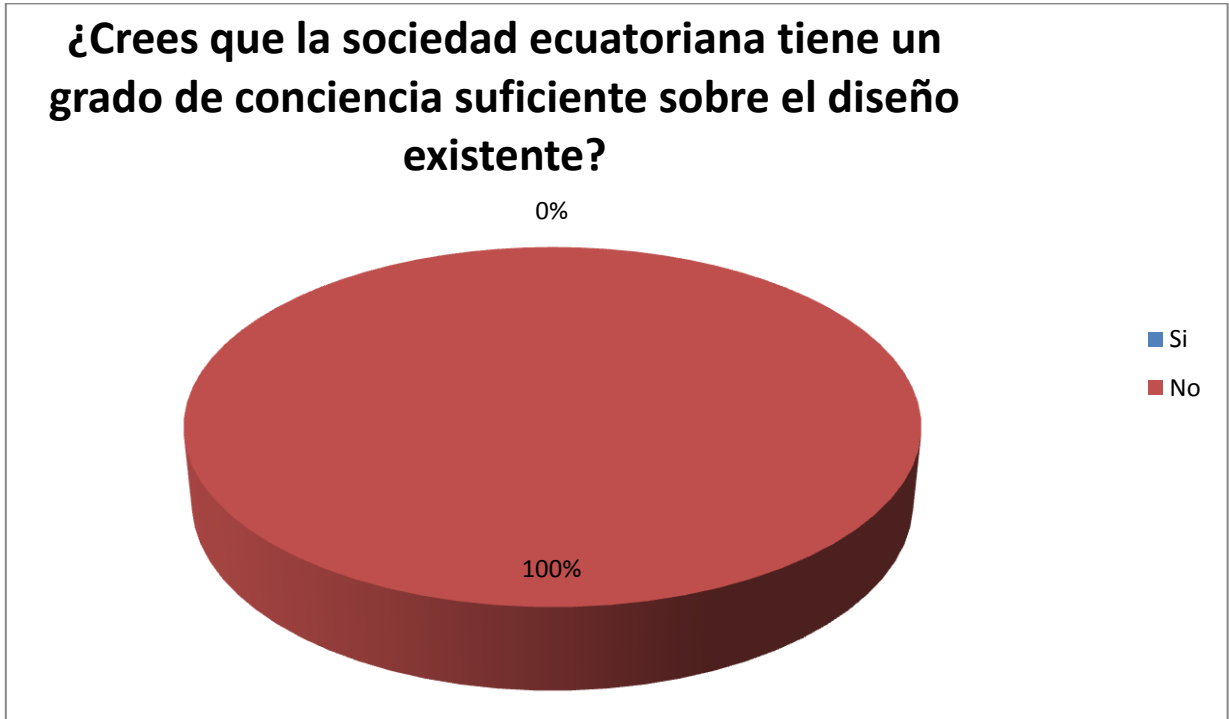
No 112



10. ¿Crees que la sociedad ecuatoriana tiene un grado de conciencia suficiente sobre el diseño existente? (sabe de qué se trata, para que sirva, le parece útil)

Si 0

No 136



3.1.1.2. LA NOCIÓN POPULAR DEL DISEÑO EN ECUADOR, ESTUDIO DEL ESTATUS CULTURAL Y EL GRADO DE CONCIENCIA DEL DISEÑO EXISTENTE

Se realizó una encuesta de opinión a diversas personas de diferentes edades, profesiones, ocupaciones y estratos de la sociedad, en la ciudad de Quito, para conocer lo que saben y entienden los ecuatorianos sobre el diseño.

La encuesta consistió de dos preguntas de opinión abierta:

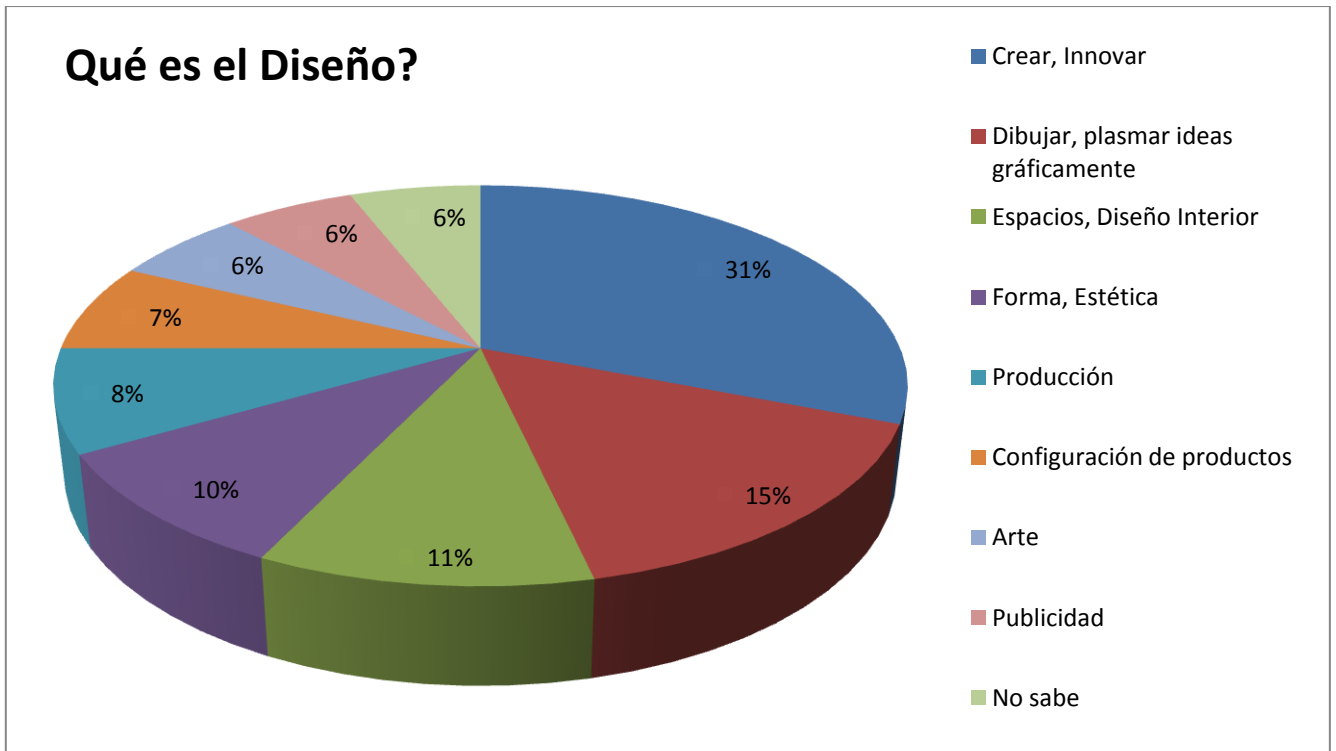
1. ¿Qué es el diseño como profesión? (lo que hacen los diseñadores)
2. ¿Puede identificar algún producto de diseño ecuatoriano? (objeto, imagen, marca o alguna empresa de diseño o diseñador)

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Al ser una encuesta de opinión abierta sus resultados no son realmente cuantificables, pero para obtener un análisis más descriptivo acerca de la noción popular del diseño en nuestro país, se realizó una aproximación a una clasificación de las respuestas en varias categorías que las contienen o tienen semejanza con las mismas.

Para la primera pregunta ¿qué es el diseño? determiné las siguientes categorías:

CREACIÓN O INNOVACIÓN (de algo): 30,95%
CONFIGURACIÓN DE PRODUCTOS: 7,14%
FORMA Y ESTÉTICA DE OBJETOS: 9,52%
ESPACIOS, AMBIENTES: 10,71%
PRODUCCIÓN: 8,33%
PUBLICIDAD: 5,95%
DIBUJAR, PLASMAR IDEAS GRÁFICAMENTE: 15,47%
ARTE: 5,95%
NO SABE: 5,95%



Para la segunda pregunta, ¿puede identificar un producto de diseño ecuatoriano?, las respuestas encajan dentro de las siguientes categorías:

ARTESANÍA (sombreros de paja toquilla, maderas de San Antonio de Ibarra, cueros de Cotacachi, artesanías de Otavalo, muebles de mimbre y de sogá, objetos de tagua, tejidos, artesanías Vega, etc.): **19,35%**

ROPA Y CALZADO (Maqueño Republik, Cholo Machine, Venus, Buestan, Ropa de Atuntaqui, Camiseta de la Selección del Ecuador, Susana Rivadeneira, Susana Queirolo, pantalones de Pelileo, Lanafit, ropa de cuero de Cotacachi, Tribu, fashionlana, etc.): **31,45%**

LOGOTIPOS Y MARCAS (logotipos de los Ministerios, marca “Ecuador ama la vida”, slogan “Mucho mejor si es Hecho en Ecuador”, “Primero lo Nuestro”, Maquita Cushunchic, Baterías Ecuador, Banco del Pichincha, Ecuador TV, etc.): **8,87%**

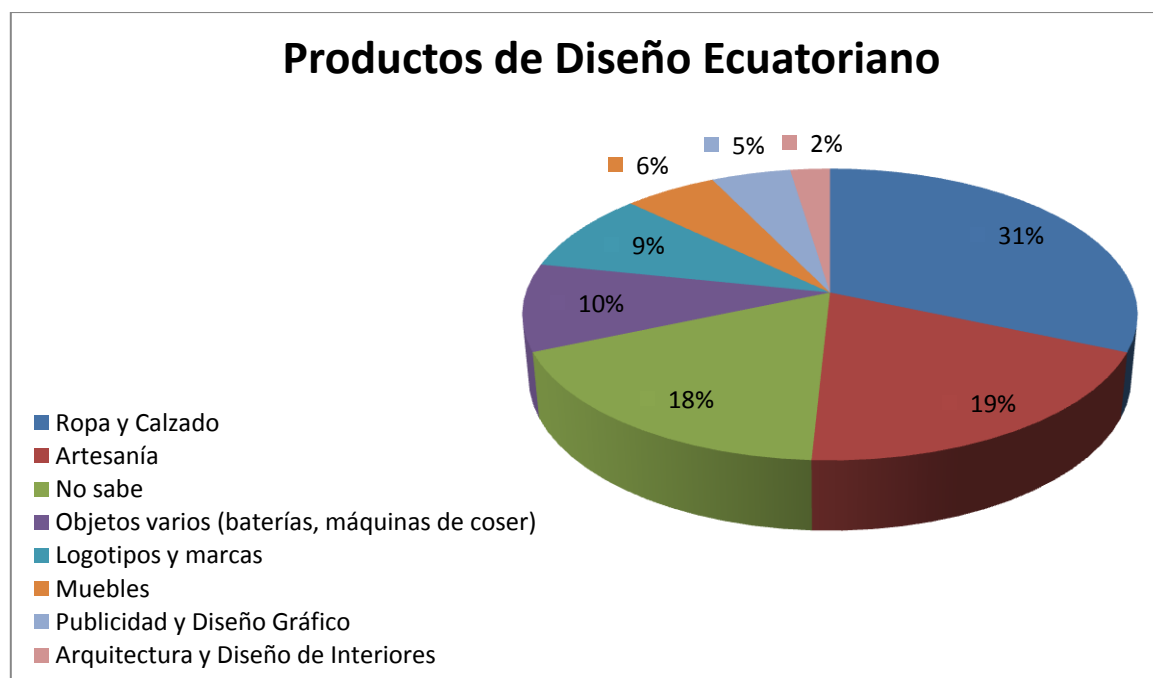
PUBLICIDAD Y DISEÑO GRÁFICO (Letrasigma, Dupla, páginas web del gobierno, publicidad contra el alcoholismo, etc.): **4,83%**

MUEBLES (muebles Rosita, muebles de Cuenca, muebles de mimbre, muebles de papel, muebles de sogá, muebles de San Antonio de Ibarra, etc.): **5,64%**

OBJETOS VARIOS (mesas y floreros de San Antonio de Ibarra, maquinaria, electrodomésticos, baterías, Aymesa, máquinas de coser, etc.): **9,67%**

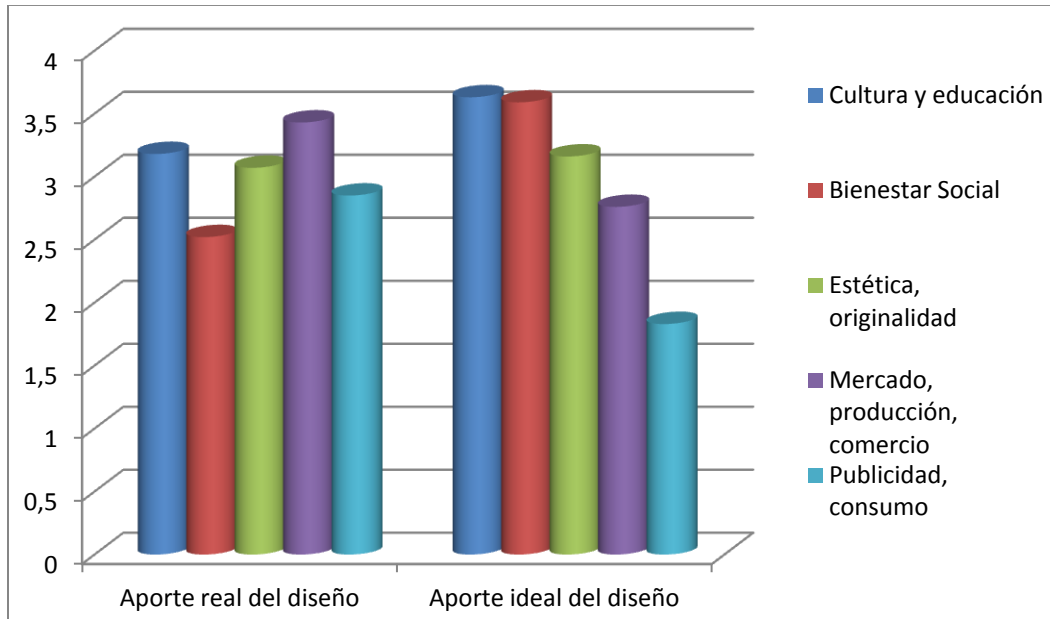
ARQUITECTURA Y DISEÑO DE INTERIORES (Uribe Schwarzkopf, Konzept, Naranjo Ordoñez) **2,41%**

NO SABE: (Chocolate ecuatoriano, semáforos inteligentes, paneles solares, fósforos, velas, tableros de transferencia de electricidad, baterías Ecuador, generadores de energía eólica) **17,74%**



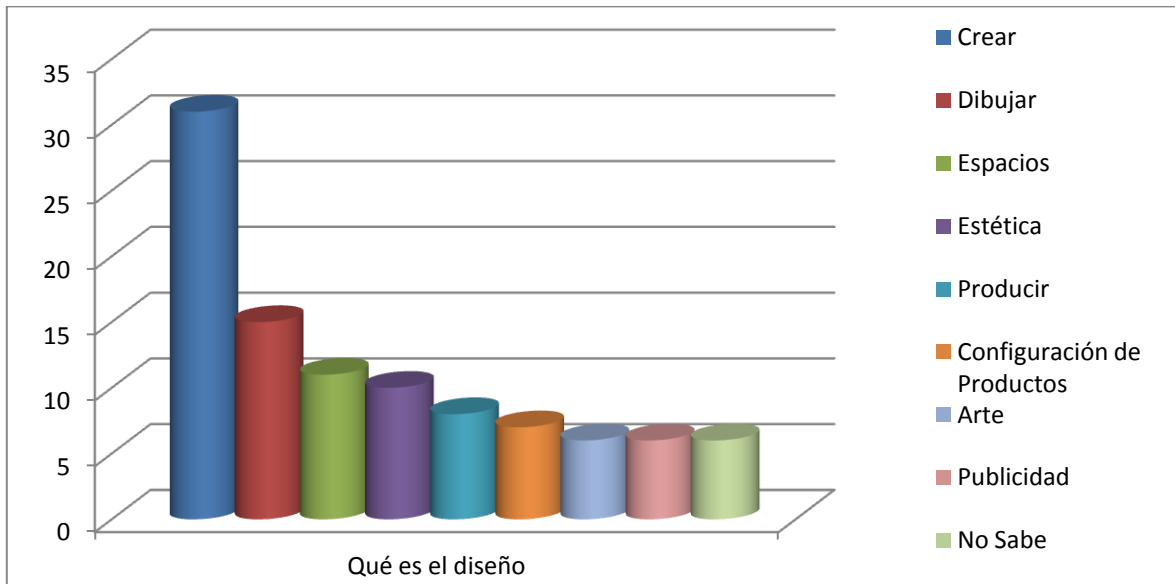
3.1.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS

COMPARACIÓN DE LOS APORTES DEL DISEÑO A LA SOCIEDAD SEGÚN LOS DISEÑADORES



Es uno de los aspectos que se evidencia con los resultados y que llama la atención, como se puede apreciar en el cuadro comparativo entre el aporte real y el aporte ideal del diseño en nuestro país, se puede concluir que los diseñadores no estamos haciendo lo que quisiéramos o lo que creemos que deberíamos hacer, es decir cuál es nuestro rol es la sociedad, por lo que se evidencia la necesidad de modificar los espacios laborales que se están generando en torno a nuestra profesión; partiendo desde la educación, en la formación académica, revisar los planes de estudio y los enfoques que se le está dando al diseño en el Ecuador. Es necesario tomar en cuenta la realidad del sector productivo nacional para dirigir la práctica profesional del diseño en función de la demanda y las necesidades del mismo; y desarrollar programas que nos permitan desempeñar nuestro quehacer de manera más afín con la contribución que el diseño puede ofrecer a la sociedad y con los proyectos de construcción del Buen Vivir.

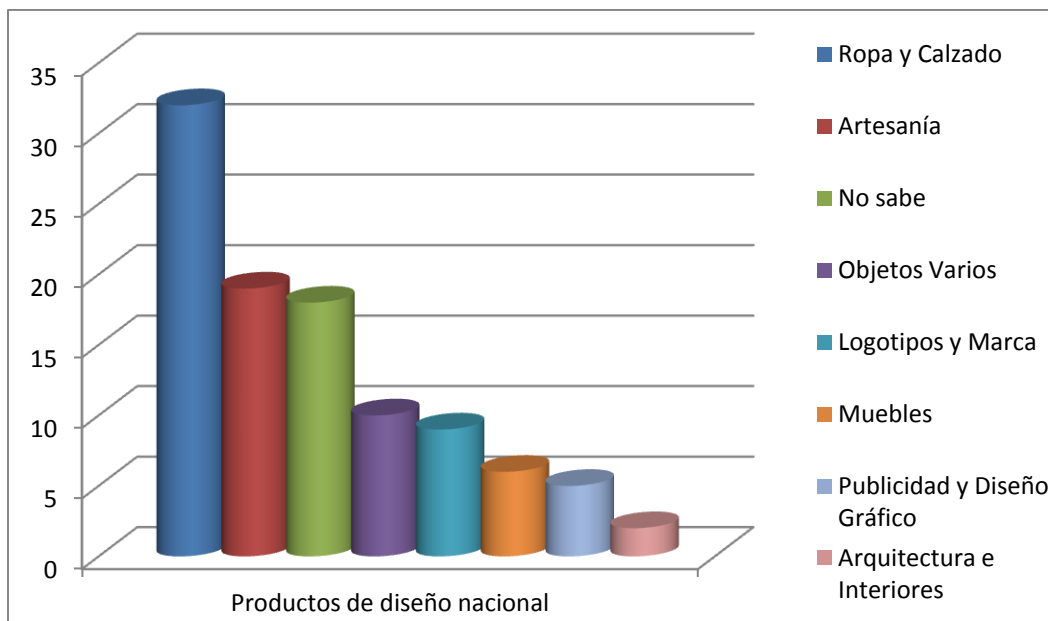
RESUMEN DE LA ENCUESTA SOBRE LA NOCIÓN POPULAR DEL DISEÑO



Con relación a la encuesta sobre la noción popular del diseño, se puede concluir que si existe un alto grado de desconocimiento en nuestro país, pues a pesar de que la mayoría de respuestas definen al diseño como crear, que sí es parte de nuestra labor, la mayoría de personas no supo definir qué es lo que crean los diseñadores, muchos simplemente respondieron “crear algo” y por lo tanto se evidencia que ese CREAR no está asociado directamente con productos de diseño en el conocimiento popular. La siguiente definición más común dice que el diseño es dibujar, o plasmar las ideas gráficamente, si bien dibujar es una herramienta que podemos utilizar en el proceso pero obviamente no es el fundamento del mismo. Apenas el 7% respondió una definición relacionada con la configuración de productos, (ya sean en 2 o 3 dimensiones), considerando los materiales, los procesos, la estética, y el ciclo de vida de los objetos.

De esta forma se demuestra el escaso conocimiento que tienen los ecuatorianos sobre diseño, y por consiguiente se puede deducir que también los empresarios y las entidades gubernamentales, razón por la cual nuestro campo laboral se ve reducido y no somos tomados en cuenta en muchas actividades que son de nuestra competencia.

Por todo esto, es importante que generemos actividades de socialización entre el diseño y la sociedad en general, a nivel académico a través de una mayor difusión de salones, ferias y diversos eventos de diseño, y a nivel profesional se requiere de una colaboración conjunta de todos los diseñadores nacionales para crear redes y programas nacionales para la promoción y mejoramiento del diseño. Actualmente, como está registrado en el tercer capítulo, la mayoría de países cuenta, o está implementando, centros promotores del diseño a nivel nacional, para establecer espacios de conexión entre la oferta y demanda de diseño, así como para dar a conocer e informar sobre las innovaciones y estado del diseño de cada país.



Con respecto a la identificación de productos de diseño ecuatoriano, por parte de los ecuatorianos, se ve claramente que los productos más reconocidos son de Vestuario y calzado, existen varias marcas y lugares de producción de vestuario que son muy famosos, como Maqueño Republik, Cholo Machine, Los jeans de Pelileo, la ropa de Atuntaqui, los zapatos Venus, son los más destacados de la encuesta. Es una gran oportunidad para el mejoramiento y crecimiento del sector del Diseño de Modas, de Vestuario y el Diseño Textil en nuestro país.

La siguiente categoría más identificada como diseño ecuatoriano es el sector de las artesanías (sombreros de paja toquilla, artesanías de tagua, de cuero, de Otavalo, de San Antonio de Ibarra, etc.) que si bien algunas hacen uso del diseño, en su mayoría aún no se ha logrado vincular al diseño con el sector artesanal, la mayoría de las artesanías son más bien producto de la tradición cultural de nuestro país, que es ancestralmente artesano y que sus procesos no utilizan las herramientas, ni las fases, ni los factores de conceptualización, pre configuración y desarrollo de objetos que considera el diseño. Y por el contrario, está condicionado a la repetición de formas y procesos que son lo que le da su valor cultural e identitario característico.

Es importante tomar en cuenta la visión de nuestros compatriotas para lograr entender desde una óptica fuera del diseño la percepción que se tiene sobre el mismo. Tal vez sea el momento idóneo para que el diseño se apropie de cierta manera de los valores de la artesanía para utilizarlos como una forma de posicionarse en el mercado aprovechando la gran aceptación y demanda que estos productos tienen en nuestro país, como por ejemplo a través de la artesanía utilitaria, o lograr crear nexos fuertes entre el sector artesanal y del diseño para que sea una construcción participativa de las dos disciplinas para innovar y mejorar la producción artesanal del país, como se ha venido desarrollando en Colombia, por ejemplo, en Artesanías de Colombia.

Por otro lado también existió un porcentaje notable de personas que identificaron productos que son elaborados en Ecuador pero que no son de la línea del diseño como: chocolates, fósforos, velas, paneles solares, semáforos inteligentes, tableros de transmisión de electricidad, baterías de autos, etc. con lo que se continúa evidenciando el desconocimiento, se podría afirmar que ciertas

personas confunden el diseño con la producción, no es lo mismo producir tableros aglomerados que diseñar objetos de madera.

Algo que me resulta particularmente curioso es que en nuestro país el diseño gráfico tiene gran campo laboral y su presencia es mucho más antigua que el diseño de modas y el industrial, e incluso las personas están más familiarizadas con el quehacer del diseñador gráfico, pero al analizar la encuesta se pone en evidencia que en realidad no existe mucha retención a nivel de la población de marcas y logotipos de empresas e instituciones nacionales, (que no sean de vestuario y zapatos), pues solo el 9% identifico logotipos, marcas y slogans, como producto ecuatoriano, de los cuales muchos fueron una generalidad (los logotipos de los Ministerios), algunos específicos fueron “Ecuador ama la vida”, “Hecho en Ecuador”, y solo dos referidos a instituciones específicas: Banco Pichincha y Ecuador TV.

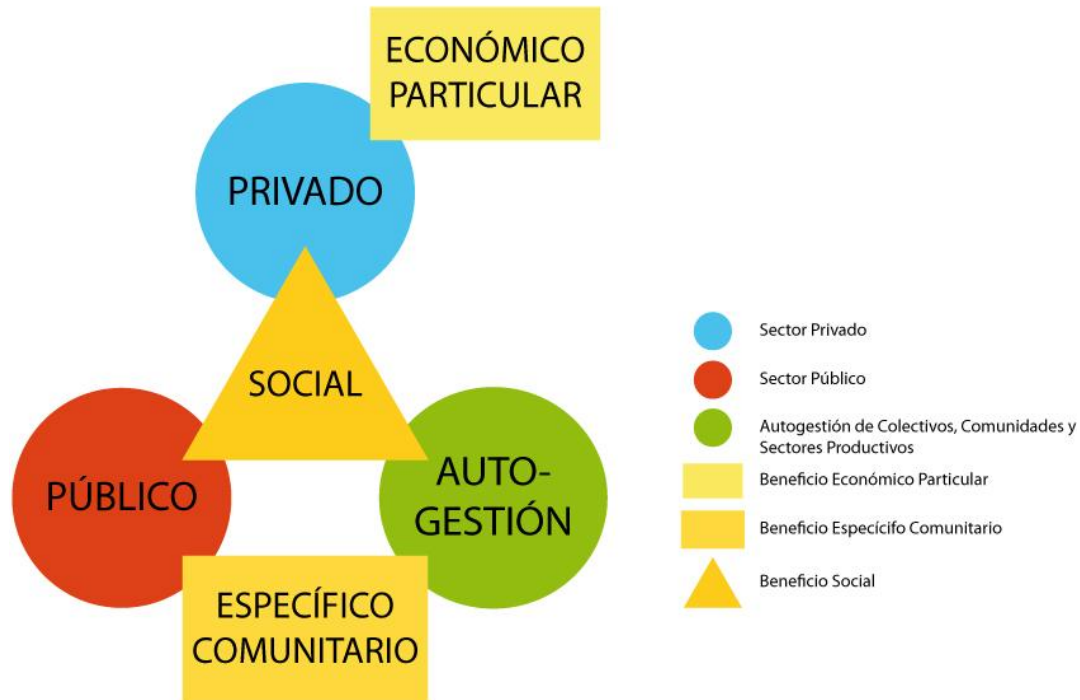
En el Ecuador el diseño es aun relativamente nuevo y en consecuencia desconocido, y es nuestra responsabilidad generar tanto los espacios como el posicionamiento y la consolidación de nuestro sector profesional, lo cual no es una tarea fácil, pero a su vez resulta conveniente y puede ser muy beneficioso que tengamos la oportunidad de construir y constituir el entorno para el desempeño de nuestra profesión. Debe hacerse con visión, con planificación y una definición clara del futuro que deseamos edificar para el ejercicio del diseño en nuestro país.

3.1.3. CONSOLIDACIÓN DEL SECTOR PROFESIONAL DEL DISEÑO

En el Ecuador el ejercicio profesional del diseño aún no se ha consolidado. Con esto quiero referirme a que no ha logrado posicionarse por completo en nuestra sociedad. No ha alcanzado los suficientes espacios para expresar todo su potencial como una profesión “propositiva e innovativa con capacidad de generar soluciones a demandas sociales”⁷². Y la cultura de diseño en nuestro país es escasa.

Por lo cual es importante tomar en consideración todas las opciones que tiene el diseño para intervenir en la sociedad. Dentro del amplio campo del desarrollo de la actividad humana se propone para este trabajo la siguiente separación de la actividad del diseño según los sectores de actuación y las oportunidades (beneficios) que representaría.

⁷² Universidad Católica del Ecuador. Carrera de Diseño. *Objeto de Estudio*. Internet. www.puce.edu.ec



Existen 3 sectores principales en los que se puede desarrollar el ejercicio del diseño, que son: el sector público, el sector privado y a través de la autogestión de colectivos, comunidades y sectores productivos específicos.

Más allá de los beneficios que el uso del diseño puede generar para cada sector en específico, se pretende considerar las oportunidades que cada sector representa para la sociedad en general, que se determinan según el grupo beneficiario, es decir según el alcance que tiene su contribución para la sociedad.

Desde los tres sectores se puede lograr, en mayor o menor grado, un beneficio social, mediante el diseño, es decir contribuir al bienestar y desarrollo de los habitantes de nuestro país. Aunque en el caso del sector privado el aporte al bienestar social sería una derivación del beneficio particular y/o económico que por definición es la finalidad de la actuación privada.

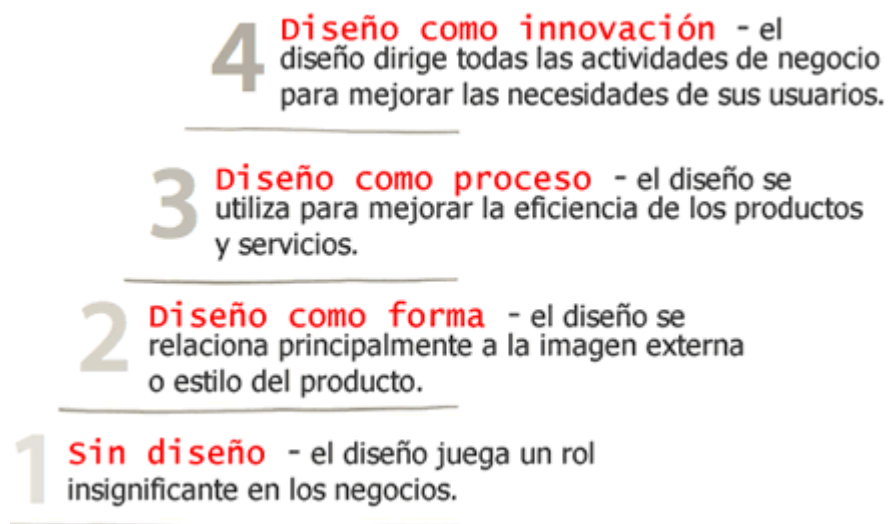
En el caso de la autogestión de colectivos de diseñadores, comunidades productivas, artesanales y sectores productivos que se auto organizan para satisfacer sus necesidades hablamos que el diseño podría aportar a un desarrollo social específico, para un determinado sector, pero dependiendo del espectro que cubra ese sector puede ser mayor su alcance.

Y en el sector público la actuación del diseño estaría determinada a satisfacer las necesidades sociales que son, o deberían ser, la prioridad de la acción gubernamental. Es decir que estaría estrechamente ligado al bienestar y desarrollo social.

Lo ideal para la consolidación del sector profesional del diseño sería afianzar su participación en los tres sectores; en el Ecuador el área más desarrollada principalmente es el ejercicio profesional

de forma independiente y a través de la empresa privada, hace falta su implementación en el sector público y fomentar la actuación y participación del diseño en más colectivos de diseñadores y comunidades productivas auto gestionadas. Este TFC está enfocado en proponer la expansión de su campo de acción y promover su consolidación, mediante la vinculación e instauración en la empresa pública, en el accionar gubernamental, y en la intervención en comunidades productivas, a través de la creación de políticas públicas de diseño. Desde las cuáles también se puede incidir en la mejora y crecimiento del sector privado a través de nuevas políticas industriales o generación de mejores estándares de calidad en la producción nacional.

Por otro lado, es necesario, para poder consolidar el sector profesional del diseño en nuestro país, que se dé a conocer la importancia que tiene como herramienta estratégica para las empresas y organizaciones. El Centro de Diseño Danés realizó una escalera del estado ideal de incorporación del diseño como herramienta estratégica:



73

Claves para adoptar el diseño de forma estratégica

- Implicación de la dirección. Si de verdad se desea que el diseño impulse la estrategia empresarial, la apuesta por el diseño debe venir desde la cúpula de la organización, no puede ser decisión ni competencia de sólo un departamento o área dentro de la empresa.
- Integración desde el principio. El diseño no puede aportar todo su valor si no participa desde el principio. Si consideramos al diseño como mera cosmética, el resultado será inconsistente y superficial. El diseño ayuda a identificar problemas, a focalizar puntos clave y a depurar soluciones, de forma progresiva, hasta el modelo final.
- Coherencia global. El mejor diseño no puede hacer nada por la empresa si no se toman las decisiones adecuadas en todos los demás aspectos de la dirección. El diseño debe estar al servicio de una estrategia global, y no al revés. En una estrategia basada en el diseño, es

⁷³ LA CALLE, Alberto. (Septiembre 2007). *Estrategia y Diseño*. Internet. albertolacalle.com/diseño/escalera.htm

especialmente importante la coordinación de esfuerzos con el área de marketing, pero también con producción y con el resto de departamentos que forman la empresa.⁷⁴

5 características del diseño en marcas y empresas, que se deben conocer:

IDENTIFICAR: el diseño tiene como objetivo el que una marca, producto o servicio pueda ser fácilmente identificado y reconocido entre todas las ofertas en un mercado.

INFORMAR: el diseño es un lenguaje, y como tal, comunica e informa. El diseño de información, está adquiriendo cada vez más relevancia en nuestra sociedad hiperconectada e hiperinformada, es algo que Joan Costa denomina “La Esquemática” o tercer lenguaje, el visualizar la información.

ENTRETENER: por ejemplo el doodle de Google, que va cambiando prácticamente todos los días, es dentro de las funciones que tiene el diseño, la de entretener. Muchas empresas que han entendido el valor del diseño, lo aplican adecuadamente, por ejemplo el iPad, y los BMW. El diseño se siente y se percibe en sus interfaces.

PERSUADIR: El diseño es una estrategia de persuasión. Para que a través de lo que comunica pueda dirigirse a un grupo de usuarios determinado, es decir, puede lograr que las personas se identifiquen y deseen un producto específico.

DIFERENCIAR: la diferenciación es un elemento que definitivamente nos ayuda a separarnos de cualquier producto, servicio, marca, empresa y demás. El concepto y la estética de los productos los diferencian de otros que pueden, incluso, realizar la misma función pero se percibe desde una óptica distinta.⁷⁵

Para el desarrollo de la política nacional de diseño se deben considerar las oportunidades y demandas de cada sector, para determinar cuáles serían las acciones propicias que se deben tomar para que el diseño contribuya al crecimiento y bienestar de cada sector.

3.2. APRECIACIÓN DE LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL DISEÑO EN ECUADOR

Fortalezas

- Hay un gran número de profesionales del diseño.
- Hay empresas que creen en el diseño y lo utilizan como una herramienta estratégica.
- Hay un tejido asociativo muy disperso geográficamente y de importancia, (Quito, Guayaquil, Cuenca y comunidades artesanas productivas en muchos lugares del territorio nacional), entre los cuales se puede potenciar el diseño y establecer redes de afianzamiento e intercambio de conocimiento.

⁷⁴ IMPIVA DISSENY (Junio 2006). *El diseño como estrategia*. Internet. www.impivadisseny.es/es/disenyo-y-empresa/como-puede-el-disenyo-ayudar-a-la-empresa/el-disenyo-como-estrategia.html

⁷⁵ H Estudio (Enero 2013). *Diseño como estrategia*. Internet. hachestudio.com/

- Hay cada vez más oferta de carreras de diseño a nivel universitario y de muchos institutos, de los cuales algunos están bien dotados a nivel de recursos materiales y humanos.
- Hay cada vez más ferias y eventos de diseño, al menos en Quito, que generan un espacio de acercamiento entre el diseño y el público en general.

Debilidades y carencias

- Falta conocimiento en las empresas y organizaciones para utilizar la herramienta que representa el diseño y sus capacidades.
- Falta concentrar esfuerzos en la promoción del diseño dentro y fuera del país.
- Falta algún elemento aglutinador de la profesión y sus intereses como, por ejemplo, una Cámara Ecuatoriana de Diseño.
- Falta prestigiar los estudios de la profesión de diseñador, fortaleciendo la enseñanza académica, puesto que aún no existe una visión consensuada a nivel nacional, un sistema de formación del diseño.
- Falta consolidar las relaciones entre la empresa, el Estado y la academia, para que el discurso del diseño sea coherente con las necesidades reales del país.

3.3. LA DESCONEXIÓN DEL DISEÑO EN LOS PLANES DE PROMOCIÓN E IMPULSO DE I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación) en Ecuador.

En nuestro país aún no tenemos los espacios a nivel de las estructuras laborales de importancia para el desarrollo y crecimiento de la sociedad. A pesar de que ahora existe mayor oportunidad para poder integrar al diseño en algunos planes y proyectos para mejorar la Investigación, Desarrollo e Innovación, realizados a nivel estatal, como por ejemplo la posibilidad de involucrarnos en el proyecto Yachay⁷⁶. Pero esta integración resulta meramente teórica si los diseñadores no aprovechamos este momento y ponemos el empeño y la tenacidad necesaria para demostrar todos los alcances y competencias de nuestra profesión para poder consolidarla realmente en el Ecuador.

⁷⁶ Universidad de Investigación de Tecnología Experimental YACHAY tiene como misión promover la investigación científica, la generación y difusión del conocimiento para resolver necesidades en un ambiente interdisciplinario, con el objeto de formar profesionales creativos e innovadores, de alta calidad humana, que contribuyan proactivamente al fortalecimiento de las capacidades sociales y al desarrollo del Ecuador y de la región. Internet: www.yachay.ec



77

En este cuadro del ciclo de I+D+I, del Instituto ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) se puede observar que los diseñadores tenemos incidencia en cuanto a la generación de nuevos productos y nuevas empresas, pero no estamos siendo parte aún en ese proceso. Es indispensable que el diseño logre el reconocimiento necesario para ser considerados dentro de este ciclo.

La propiedad intelectual es una manera de medir la innovación y el desarrollo de productos, servicios, marcas y empresas. Por lo cual el diseño ecuatoriano debe incorporar en sus herramientas todo lo relativo al registro de la propiedad intelectual del diseño y a la propiedad industrial. “La propiedad intelectual debe entenderse constitutiva del concepto industria creativa, porque es el seguro mínimo que esta tiene y su principal garantía para la generación de riqueza y empleo”⁷⁸.

En el Ecuador, el gobierno ha venido desarrollando el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes para el Buen Vivir, a cargo de la SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). Que es una herramienta de planificación plurianual que establece objetivos, políticas, planes y proyectos, así como indicadores y metas. Su objetivo es definir políticas públicas que permitan cumplir con el mandato constitucional y conformar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Diálogo de Saberes, para coordinar y gestionar acciones de cambio en la matriz productiva del Ecuador y transformar a un país primario

⁷⁷ SENESCYT (Agosto 2011). *Instituto Ecuatoriano de la propiedad Intelectual.*. Internet. www.senescyt.gob.ec/c/

⁷⁸ RODRÍGUEZ ALCALÁ, Luciano. 2011. *Una Aproximación a experiencias de fomento del diseño en el MERCOSUR*. Revista Acto Diseño 11. Pág. 33. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes. Bogota.

exportador en un país terciario basado en el conocimiento. Lo que busca es fomentar la transformación productiva, potenciar la economía popular y solidaria, mejorar la equidad, implementar mecanismos financieros y de gestión de los conocimientos, ampliar las capacidades del talento humano y de las instituciones del país, gestionar los saberes en todas sus expresiones y formatos desde el diálogo, con miras a la transformación social, económica, política y ambiental para una construcción colectiva del Buen Vivir⁷⁹. Y en estas instancias el diseño puede realizar grandes contribuciones principalmente en lo concerniente a la transformación de la matriz productiva, y puede hacerlo con responsabilidad social y respeto al medio ambiente.

Para la elaboración de las políticas y estrategias del Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes para el Buen Vivir, Plan CITS (Ciencia, Innovación, Tecnología y Saberes), la SENPLADES realizó primero un diagnóstico de los problemas que afectan en cada uno de estos campos. En el componente de Innovación, que es el ámbito que le compete al diseño, se determinó como problemas⁸⁰:

- Carencia de centros de apoyo de diseño
- Problema en la definición de roles de los actores, es decir quiénes son los encargados de la innovación y la tecnología y en qué categorías
- Muy bajo nivel en Investigación
- Universidades aisladas, con escasa vinculación con el sector productivo. La investigación no es aprovechada por las empresas. Falta de diálogo
- Especialización en industrias tradicionales
- Escasez de incentivos o ayudas a la innovación y al emprendimiento;
- Como que la innovación tecnológica no es parte de la cultura y de la gestión empresarial, salvo contadas excepciones
- Pocas empresas multinacionales. Escasa participación en redes internacionales
- Poca asistencia pública a la innovación y ayudas poco adaptadas a las necesidades de las PYMES locales
- Descoordinación entre las instituciones gubernamentales. Instituciones paralelas. Sensación de que los recursos se gastan mal. Dispersión de esfuerzos
- Objetivos del Sistema de Innovación nada claros
- Falta de ayudas a la exportación
- Pocos servicios de consultoría; escasa demanda y oferta de innovación
- Pocos Centros Tecnológicos
- Ausencia de una estrategia que integre a los empresarios
- Sistemas financieros poco desarrollados.

Como consecuencia de lo anterior, se identificaron como efectos principales los siguientes:

- Bajo nivel de valor agregado en la producción de bienes y servicios;
- Bajo posicionamiento tecnológico a nivel internacional;
- I+D+I desvinculada de las necesidades del sector productivo;
- Baja productividad de la industria manufacturera;
- Balanza de pagos desequilibrada;
- Entorno desfavorable al emprendimiento de base tecnológica;
- Desaprovechamiento de oportunidades de empleo calificado

⁷⁹ Plan Nacional de Ciencia y Tecnología. *Qué es el Plan*. Internet. www.somosciencia.gob.ec/

⁸⁰ SENPLADES, Plan Nacional Para el Buen Vivir 2009 – 2013. Internet: plan.senplades.gob.ec/innovacion-tecnologica

Para lo cual han propuesto las siguientes estrategias:

- Abrir espacios para la comunicación permanentemente sobre las problemáticas de los ciudadanos.
- Seguimiento de los problemas generados.
- Ferias de innovación.
- Feria inversa de innovación para canalizar la innovación (demanda de innovación).
- Sistema de vinculación entre las necesidades de la sociedad y las posibilidades de realización de investigación, que permita catalogar las investigaciones existentes, diferenciando investigación de innovación y sus derivaciones, y vinculando a todos los actores⁸¹.

En el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes para el Buen Vivir CITS, se hace referencia también a los ámbitos que abarcan cada una de las categorías. En el ámbito de la tecnología e Investigación dice que esta es entendida como **un conjunto de conocimientos y saberes ordenados, que permiten el diseño, la creación y el desarrollo de bienes y servicios cuyo principal objetivo es la satisfacción de necesidades sociales y ambientales elementales**. Bajo este contexto la tecnología se encuentra ligada tanto a las ciencias duras como a las ciencias cuyo desarrollo permita mejorar la calidad de vida en armonía con el medio ambiente⁸². Aquí el diseño tiene mucho que decir, por ejemplo podría aportar con investigación de nuevos materiales realizados con fibras naturales que mitiguen el impacto ambiental producto del uso de plásticos.

En el ámbito de la Innovación: El incorporar conocimientos e innovación de manera sistemática para la generación de valor agregado supone un medio de desarrollo de la sociedad que conlleva a la mejora de la equidad. Así también, potenciar la creatividad, la excelencia para generar capacidades en innovación, contribuyen a la realización del Buen Vivir.⁸³ (Utilizar el diseño como herramienta de innovación en las empresas y productos nacionales). Y en el ámbito de los saberes plantea la recuperación, reactivación y desarrollo de Técnicas artesanales: Alfarería, mazapán, textiles, ebanistería, herrería, trapiches-producción de aguardiente. Algunas técnicas de las cuales el diseño puede hacer uso para contribuir en la recuperación de los saberes nacionales, es decir trabajar en el diseño para la Artesanía.

Es por ello que se requiere de políticas, estrategias y programas que promuevan e impulsen la innovación, a través de la creación de capacidades, la generación de redes de conocimientos, y la creación de incentivos para la implementación de la innovación.

Todo lo anterior se refiere a que en el actual gobierno de nuestro país se están estableciendo, teóricamente, en principio, estos espacios para promover la satisfacción de necesidades sociales a través de la innovación, y es ahí donde los diseñadores tenemos la gran oportunidad de empezar a establecer nuestros espacios profesionales y de actuación en las distintas esferas de la sociedad. Pero es nuestra tarea lograr establecernos en el entorno laboral del país mediante la formulación de propuestas y programas para incentivar el uso, desarrollo y crecimiento del diseño ecuatoriano,

⁸¹ Ecuador, Plan Nacional de Ciencia y Tecnología. Componente de Tecnología e Innovación. Internet. www.somosciencia.gob.ec/images/docs/innovacion/Resumen_Tecnologa_e_Innovacion_10.11.2011.pdf

⁸² *Ibíd*em

⁸³ Ecuador, Plan Nacional de Ciencia y Tecnología. *Ámbito*. Internet. www.somosciencia.gob.ec/index.php?option=com_easyblog&view=entry&id=6&Itemid=7

para cada punto de los mencionados anteriormente, podemos proponer una alternativa desde nuestra profesión. Es el momento para generar, a través de las políticas públicas de diseño y otras acciones, proponer e implementar tanto programas como instituciones y reconocimientos al diseño nacional. Lo cual trataremos más adelante en el capítulo correspondiente a la formulación de las políticas públicas de diseño.

Además en el mandato constitucional se incluye un artículo del cual la tercera finalidad, principalmente, nos compete directamente a los diseñadores:

Art. 385

«El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.
2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.
3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir».

3.4. SITUACIÓN DE LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO EN ECUADOR

Haciendo una investigación sobre la educación del diseño en el Ecuador se pudo determinar que existen actualmente 34 universidades y 43 institutos superiores, aprobados por el SENESCYT, que ofrecen carreras de Diseño, entre las que se encuentran Diseño Industrial, Diseño Gráfico, Diseño de Joyas, Diseño Publicitario, Diseño de Modas, principalmente, cada uno tiene su propio plan de estudios, métodos y sistemas de enseñanza.

A continuación se presenta un cuadro de las universidades e institutos de educación superior del país que ofrecen carreras de diseño y afines:

UNIVERSIDAD	CARRERA	NIVEL	CATEGORÍA U.
U. CATÓLICA DE QUITO	DISEÑO GRÁFICO DISEÑO INDUSTRIAL	3 NIVEL	A
U. TÉCNICA DE AMBATO	DISEÑO DE MODAS DISEÑO GRÁFICO	3 NIVEL	A
U. CENTRAL DEL ECUADOR	DISEÑO GRÁFICO DISEÑO Y CULTURA ESTÉTICA INGENIERIA EN DISEÑO INDUSTRIAL	3 NIVEL	A
U. DE CUENCA	DISEÑO	3 NIVEL	A
U. DEL AZUAY	DISEÑO DE OBJETOS	3 NIVEL	A

	DISEÑO DE INTERIORES DISEÑO GRÁFICO DISEÑO TEXTIL Y DE MODA INGENIERIA DE LA PRODUCCIÓN Y OPERACIONES		
U. SAN FRANCISCO DE QUITO	DISEÑO AMBIENTAL DISEÑO COMUNICACIONAL COMUNICACIÓN VISUAL DISEÑO DE INTERIORES DISEÑO DE MODAS DISEÑO GRÁFICO DISEÑO MULTIMEDIA	3 NIVEL 3 NIVEL 3 NIVEL 3 NIVEL NIVEL TÉCNICO SUPERIOR NIVEL TÉCNICO SUPERIOR 3 NIVEL	A
U. TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA	ARTES PLÁSTICAS Y DISEÑO	3 NIVEL Y TECNOLOGÍA	A
U. DE GUAYAQUIL	DISEÑO GRÁFICO DISEÑO DE INTERIORES LIC. DISEÑO INTERIORES INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR NIVEL TÉCNICO SUPERIOR 3 NIVEL 3 NIVEL	B
U. DE LAS AMÉRICAS	INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DISEÑO GRÁFICO INDUSTRIAL DISEÑO DE LA IMAGEN Y VESTUARIO	3 NIVEL	B
U. NACIONAL DE CHIMBORAZO	LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO	3 NIVEL	B
U. NACIONAL DE LOJA	DISEÑO DE INTERIORES Y DECORACIÓN DE AMBIENTES	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	B
U. TÉCNICA DEL NORTE	INGENIERÍA EN DISEÑO TEXTIL Y MODAS LIC. DISEÑO GRÁFICO LIC. DISEÑO Y PUBLICIDAD	3 NIVEL	B
U. CATÓLICA DE CUENCA	DISEÑO DE AMBIENTES INGENIERÍA EN DISEÑO	3 NIVEL	C
U. CATÓLICA DE GUAYAQUIL	DISEÑO DE INTERIORES	3 NIVEL Y TECNOLOGÍA	C
U. ESTATAL DE MILAGRO	DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD	3 NIVEL	C

U. INTERNACIONAL DEL ECUADOR	COMUNICACIÓN SOCIAL EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD	3 NIVEL	C
	INGENIERIA EN DISEÑO INDUSTRIAL	3 NIVEL	
	DISEÑO INTERIOR	3 NIVEL	
	DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	
U. LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL	3 NIVEL	C
U. TÉCNICA DE COTOPAXI	INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO	3 NIVEL	C
U. TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO	INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA	3 NIVEL	C
U. TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL	DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO DISEÑO DE MODAS	3 NIVEL	C
U. CASA GRANDE	DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL	3 NIVEL	D
U. DE LOS HEMISFERIOS	DISEÑO DE JOYAS	3 NIVEL	D
U. INTERNACIONAL SEK	INGENIERÍA DE SISTEMAS EN DISEÑO Y MULTIMEDIA	3 NIVEL	D
U. LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	DISEÑO	3 NIVEL	D
U. PARTICULAR SAN GREGORIO DE MANABÍ	DISEÑO GRÁFICO	3 NIVEL	D
U. ALFREDO PÉREZ GUERRERO	INGENIERÍA EN DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA	3 NIVEL	E
U. AUTÓNOMA DE QUITO	COMUNICACIÓN VISUAL	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	E
	INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN VISUAL	3 NIVEL	
	DISEÑO INDUSTRIAL	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	
U. CRISTIANA LATINOAMERICANA	DISEÑO DE MODAS DISEÑO GRÁFICO DISEÑO INDUSTRIAL DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS	3 NIVEL	E
U. DE OTAVALO	INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO	3 NIVEL	E
U. IBEROAMERICANA DEL ECUADOR	DISEÑO DE JOYAS	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	E
U. METROPOLITANA	INGENIERÍA EN DISEÑO	3 NIVEL	E

	GRÁFICO		
U. TECNOLÓGICA AMÉRICA	DISEÑO GRÁFICO DISEÑO DE MODAS	3 NIVEL	E
U. TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA	DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA	3 NIVEL	E
U. TECNOLÓGICA ISRAEL	DISEÑO GRÁFICO INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR 3 NIVEL	E

Y a continuación los institutos de educación superior:

INSTITUTO	CARRERA	NIVEL	PROVINCIA
I. AUTÓNOMO DEL ECUADOR	DISEÑO DE MODAS DISEÑO TEXTIL	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	PICHINCHA
I. CEMLAD	DISEÑO DE MODAS	NIVEL TECNOLÓGICO Y NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	PICHINCHA
I. CORDILLERA	DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	PICHINCHA
I. DAVID P. AUSUBEL	DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD	NIVEL TECNOLÓGICO	PICHINCHA
I. DE ARTES VISUALES	DISEÑO DE INTERIORES DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	PICHINCHA
I. DISMOD	DISEÑO DE MODAS	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	PICHINCHA
I. EL PACÍFICO	DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TECNOLÓGICO	PICHINCHA
I. GALILEO	DISEÑO DE METALES Y JOYERÍA	NIVEL TECNOLÓGICO	PICHINCHA
I. GRAN COLOMBIA	DISEÑO DE MODAS	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	PICHINCHA
I. LATINO	DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR NIVEL TECNOLÓGICO	PICHINCHA
I. METROPOLITANO DE DISEÑO	DISEÑO DE INTERIORES DISEÑO DE MODAS DISEÑO FOTOGRAFICO DISEÑO GRÁFICO DISEÑO INDUSTRIAL DISEÑO MULTIMEDIA DISEÑO PUBLICITARIO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	PICHINCHA
I. VEINTICUATRO DE MAYO	DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TECNOLÓGICO	PICHINCHA

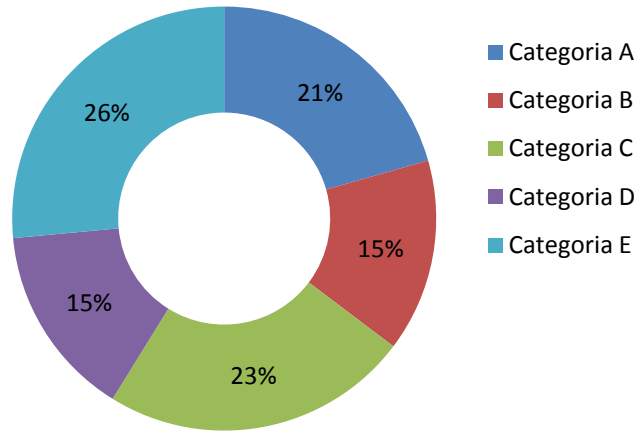
I. ANA PAREDES DE ALFARO	DISEÑO DE MODAS	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	GUAYAS
I. ARGOS	DISEÑO DE LA INFORMACIÓN	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	GUAYAS
I. DE FORMACIÓN PROFESIONAL ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL	DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA	NIVEL TECNOLÓGICO	GUAYAS
I. DYBRAIN	DISEÑO DE MODAS	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	GUAYAS
I. ESPÍRITU SANTO	DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	GUAYAS
I. EUROAMERICANO	DISEÑO GRÁFICO DISEÑO GRÁFICO MENCION AUDIOVISUALES	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	GUAYAS
I. EURODISEÑO DEL ECUADOR	DISEÑO DE INTERIORES DISEÑO DE JARDINES DISEÑO DE JOYAS DISEÑO DE MODAS DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	GUAYAS
I. GUAYAQUIL	DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	GUAYAS
I. SUDAMERICANO - GUAYAQUIL	DISEÑO DE INTERIORES DISEÑO GRÁFICO DISEÑO DE MODAS	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	GUAYAS
I. URDESA	DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	GUAYAS
I. ELOY ALFARO MANABÍ	DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	MANABÍ
I. STELLA MARIS	DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO	NIVEL TECNOLÓGICO	MANABÍ
I. BABAHOYO	DISEÑO DE MODAS DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO	NIVEL TECNOLÓGICO	MANABÍ
I. OCHO DE NOVIEMBRE	DISEÑO DE MODAS	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	EL ORO
I. INTERNACIONAL	DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	EL ORO
I. COTACACHI	DISEÑO DE CALZADO DISEÑO DE CONFECCIONES DISEÑO DE MARROQUINERIA	NIVEL TECNOLÓGICO	IMBABURA

I. DANIEL REYES	ARTE ESPECIALIDA DISEÑO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	IMBABURA
I. JOSÉ CHIRIBOGA GRIJALVA	DISEÑO DE MODAS Y PASARELA	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	IMBABURA
I. RAMÓN BARBA NARANJO	DISEÑO INDUSTRIAL DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN INDUSTRIAL	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR NIVEL TECNOLÓGICO	COTOPAXI
I. VICTORIA VASCONEZ CUVI	DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	COTOPAXI
I. PELILEO	DISEÑO DE MODAS E INDUSTRIA TEXTIL	NIVEL TECNOLÓGICO	TUNGURAHUA
I. HARVARD COMPUT	DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA	NIVEL TECNOLÓGICO	CHIMBORAZO
I. HUAICPO DUCHICELA	DISEÑO DE MODAS	NIVEL TECNOLÓGICO	CHIMBORAZO
I. ISABEL DE GODIN	DISEÑO DE MODAS	NIVEL TECNOLÓGICO	CHIMBORAZO
I. JOSÉ ORTEGA Y GASSET	ARTES DE LA IMAGEN MENCION EN IMAGEN VISUAL	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	CHIMBORAZO
I. MANUEL NAULA SAGÑAY	DISEÑO DE MODAS	NIVEL TECNOLÓGICO	CHIMBORAZO
I. REPÚBLICA FEDERAL DE ALEMANIA	DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA DISEÑO GRÁFICO	NIVEL TECNOLÓGICO NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	CHIMBORAZO
I. DE FORMACIÓN EMPRESARIAL	DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	AZUAY
I. SUDAMERICANO - AZUAY	DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA	NIVEL TECNOLÓGICO	AZUAY
I. DANIEL ALVAREZ BORNEO	DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR	LOJA
I. SUDAMERICANO - LOJA	DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD	NIVEL TÉCNICO SUPERIOR Y NIVEL TECNOLÓGICO	LOJA

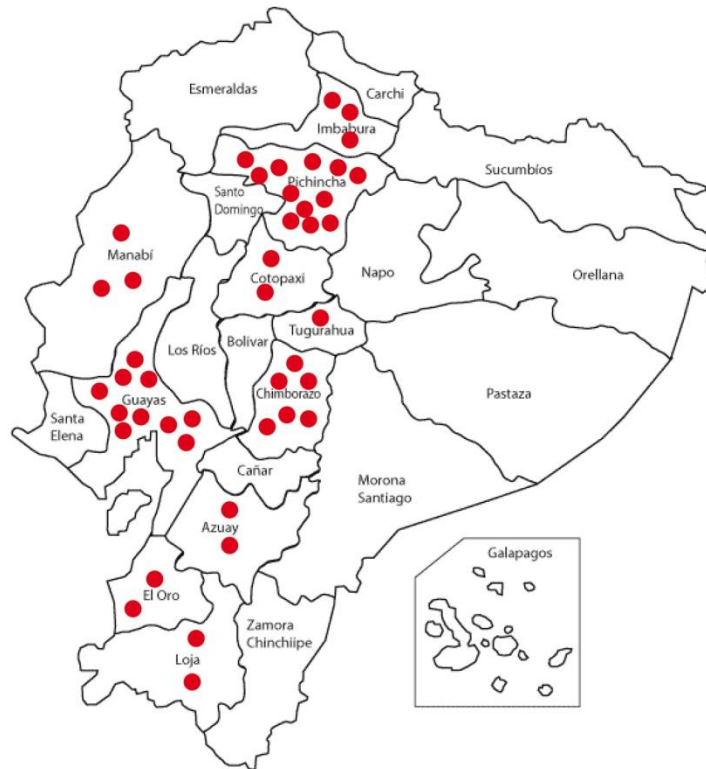
Cuadros realizados con información del SENESCYT⁸⁴

⁸⁴ SENESCYT. Consulta de Institutos de Educación Superior. Internet. www.senescyt.gob.ec

UNIVERSIDADES QUE ENSEÑAN DISEÑO



● INSTITUTOS SUPERIORES DE DISEÑO EN ECUADOR



Para complementar la información sobre el estatus actual de la enseñanza del diseño en Ecuador hace falta incorporar datos de las diversas universidades e institutos acerca de:

1. Actividades en torno a la investigación, promoción, educación, actuaciones con PYMEs, vinculación con la colectividad y base de datos de profesionales.
2. Comprensión del diseño: concepto de diseño, calidad y criterios de evaluación, rol del diseño en la economía y la cultura. (Partiendo de la visión particular de cada centro educativo se puede comenzar a crear un cuerpo sólido y común de conocimiento del diseño).
3. Perfiles de ingreso, egreso y profesionales

La educación superior del Diseño en el Ecuador es relativamente nueva y aún no existe una estructura definida y consensuada respecto de la enseñanza del mismo entre las diversas universidades e institutos que ofrecen carreras de diseño, lo cual evidencia que aún no existe un cuerpo del conocimiento ni un sistema de formación de diseño consolidado a nivel académico en el país.

Como se puede apreciar en los cuadros anteriores, no existe un acuerdo respecto a la nomenclatura de las carreras, cada universidad e instituto otorga el título según sus propios criterios, y por eso existen demasiadas denominaciones de las carreras: Diseño Gráfico, Diseño Digital y Multimedia, Diseño Gráfico Publicitario, Diseño Comunicacional, Comunicación Social en Diseño Gráfico y Publicidad, Diseño Industrial, Diseño de Productos, Diseño en Producción Industrial, Diseño de Objetos, Diseño y Construcción Industrial, Arte con Especialidad en Diseño, Diseño de Modas e Industria Textil, Diseño de Confecciones, Diseño de Calzado, Diseño y Cultura Estética, Diseño de la Imagen y Vestuario, Diseño Textil y Modas, Diseño de Interiores, Diseño Ambiental, Diseño de Interiores y Decoración de Ambientes, Diseño de espacios Arquitectónicos, solo Diseño, entre otras tantas. Y peor aún, no se ha establecido los alcances de las carreras según el nivel de educación, es decir una diferenciación clara entre un nivel de Ingeniería en Diseño, una Licenciatura, una Tecnología, o estudios de Nivel Técnico Superior, que son los niveles de titulación que se ofrecen en las universidades e institutos superiores. Es apremiante que el gobierno, específicamente la SENESCYT, tome medidas para la homologación de los títulos de diseño a nivel nacional y de igual forma junto con la Academia se llegue a concretar un plan de estudios y un cuerpo teórico de diseño consensuado para todo el país.

Es necesario generar una estructura educativa de diseño, considerando aspectos representativos de la forma de vida actual. Como la interdisciplinariedad, la responsabilidad social, el derecho al diseño y aspectos de carácter ambiental, la coherencia del diseño con el contexto cultural y la realidad nacional e internacional, teniendo en cuenta el crecimiento desmedido de los mercados a nivel mundial, los altos niveles de competitividad y el surgimiento de las sociedades del conocimiento como principio generador del éxito frente a los cambios económicos, políticos, sociales y culturales que se suscitan en el mundo.

En este punto es importante añadir que para lograr que esta simbiosis entre el contexto material y simbólico en el que nos desenvolvemos como ecuatorianos y el contexto global, que nos envuelve y nos acorrala por medio de las presiones del mercado; sea congruente es necesario explorar y explotar las fortalezas que tenemos. El arma de diferenciación en los procesos globalizadores que se desarrollan es actualmente el conocimiento, de allí que todos los países apuntan a convertirse en sociedades del conocimiento. Los latinoamericanos tenemos considerables recursos a nivel

cultural y de la cosmovisión y pensamiento propio de nuestra gente. Es decir que sería recomendable impulsar la investigación para la estructuración de métodos de enseñanza y comprensión del diseño así como también la construcción de la teoría y cuerpo del conocimiento del diseño desde una perspectiva propia. “Para la posmodernidad, el barroco se ha constituido en un referente cultural, ya que su capacidad transgresora y su carácter incluyente son los pilares de su desarrollo, en oposición a la lógica excluyente de la conservación de la pureza. Ésta es una muestra de la potencia con que cuenta la compleja visión andina, que puede sobre determinar los criterios cualitativos....se plantea la construcción de un pensamiento de diseño netamente andino. Por ello, debería incentivarse a la organización de una línea conceptual que logre articular las características de los esquemas planteados, en la que se ensamblen los elementos presentes en la realidad exterior (cultura latinoamericana), los del mundo interior y su relación con la memoria (modelos mentales). Incluso, se podría adaptar y reformular principios del diseño formal a través de una mirada multidimensional, para que, al igual que el barroco, el pensamiento de diseño latinoamericano pueda convertirse en un hito frente a los nuevos desafíos de la posmodernidad.”⁸⁵. Esta cita fue tomada de una investigación realizada por un compañero diseñador para su Trabajo de Fin de Carrera, lo cual pone de manifiesto que existen ya acercamientos y enunciados para la construcción del pensamiento de diseño latinoamericano desde los estudiantes, desde nuestra Academia.

La Universidad está planteada como el estadio superior de la enseñanza sistematizada y es la encargada de formar a los futuros profesionales, teniendo en cuenta que éstos no deberán solamente ser especialistas en sus correspondientes áreas de conocimiento, sino también individuos con una formación integral y conscientes de su responsabilidad social⁸⁶.

En lo que respecta a la identidad nacional se debe tomar en cuenta que “Estos objetos que usamos diariamente y que satisfacen las más variadas de nuestras necesidades tienen una razón de ser, un por qué, y se han gestado por esta rara habilidad que tenemos los humanos de construir cultura”⁸⁷

El tema de la educación en innovación, debe tomarse como prioridad para los países en vía de desarrollo. El proceso de innovación incluye múltiples variables que se pueden fortalecer y trabajar desde la educación como la motivación, el método, el reto, y las herramientas, entre otras, que pueden dar como resultado diversas creaciones, producto del potencial imaginativo. La innovación guarda una estrecha relación con la creatividad y la imaginación, así como su utilidad en el mercado. Es un aspecto primordial en las sociedades del conocimiento actuales, la sociedad que se desea construir en nuestro país⁸⁸. Por lo que es indispensable que la enseñanza del diseño se enfoque hacia las necesidades y oportunidades actuales de nuestra sociedad.

⁸⁵ BARRIGA, Xavier. (Octubre 2011). *ESTUDIO DESDE LA COMUNICACIÓN VISUAL DEL MODELO MENTAL EN LA CULTURA ECUATORIANA, PARA LA APLICACIÓN EN EL DISEÑO GRÁFICO*. Trabajo de Fin de Carrera. Universidad Católica. FADA. Escuela de Diseño. Quito.

⁸⁶ AGUSTO, Fabiana Griselda; BURON, Amparo Mabell; OCHOA SAAD, Alejandra Silvina y VALDEZ, Carlos Fernando. *Cultura material. La historia en la formación del diseñador industrial*. Publicado de la página 59 a la 61 en la Revista Actas de Diseño N°10. Año V, Vol. 10, Marzo 2011, Buenos Aires, Argentina

⁸⁷ *Ibidem*

⁸⁸ Ecuador, Ministerio de Cultura. Noticias. 12 de Abril del 2013. “Una contribución para afianzar la sociedad del conocimiento en Ecuador”. Internet: ministeriodecultura.gob.ec/una-contribucion-para-afianzar-la-sociedad-del-conocimiento-en-el-ecuador/

Por otro lado para educar a la sociedad sobre el diseño es importante tomar acciones en todas las instancias educativas para promover la cultura del diseño, desde los niveles de educación primaria, secundaria, universitaria y la sociedad en general, se pueden promover las siguientes acciones⁸⁹:

1. **Cultura de la creatividad y la investigación en los niños:** es fundamental incorporar en los programas de enseñanza primaria y secundaria cursos organizados que fomenten e impulsen el gusto por la investigación, la creatividad y el diseño.
2. **Organización de concursos y premios para escolares de nivel básico:** como seguimiento y consolidación entre los niños y adolescentes, concursos que reconozcan las mejores ideas creativas, y premios a los escolares que demuestren por su actitud y acciones ser notables en sus respuestas creativas e innovadoras durante sus estudios.
3. **Organización de concursos y premios para universitarios:** reconocimiento a ideas innovadoras y su vinculación con empresarios que impulsen los proyectos hasta su comercialización.
4. **Centros ciudadanos para la innovación:** que capten ideas innovadoras plausibles con alumnos y profesores representantes de la escuela de diseño y otras disciplinas afines. También se podría llevar adelante un servicio de evaluación de productos de uso cotidiano y retroalimentar de esta forma a las empresas productoras y comercializadoras.
5. **Actualización de los planes de estudio:** Actualizar todos los programas educativos de diseño en el país para introducir cursos y experiencias sobre desarrollo en investigación aplicada, procesos de la investigación para la innovación y diseño y evaluación de nuevos productos.
6. **Fondo para proyectos de investigación aplicada:** para financiar el desarrollo de proyectos de innovación desarrollados en los Programas Educativos y de Investigación de diseño, con la participación de industrias y empresas productoras.
7. **Promover centros de investigación interdisciplinaria:** para desarrollar proyectos de diseño e innovación.

3.4.1. ENSEÑANZA DEL DISEÑO EN EL CONTEXTO DEL ESPACIO LATINOAMERICANO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

A nivel Latinoamericano este es un tema que se ha venido tratando en los últimos años, con el afán de construir estructuras de enseñanza concretas y coherentes con nuestra realidad.

En Julio del 2007, se realizó en La Universidad de Palermo, en Buenos Aires, el segundo Encuentro Latinoamericano de Escuelas de Diseño, en el que se reunieron alrededor de 200 catedráticos de Latinoamérica para reflexionar sobre la enseñanza del diseño, las dificultades y desafíos para el futuro. Se plantearon cómo principales problemáticas a considerar⁹⁰:

⁸⁹ SALINAS FLORES, Oscar. (2008) Coordinador del Posgrado en Diseño Industrial. UNAM. "El diseño para la innovación y la Educación". Memorias de foro " Por una política de Diseño para México"

⁹⁰ DOLDAN, José María, (Febrero 2008) "Enseñanza del Diseño en Latinoamérica. Cuadro de situación y perspectivas", publicado en Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N° IX, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

1. **El impacto tecnológico:** se debe desarrollar un pensamiento tecnológico orientado a comprender que las herramientas disponibles deben estar al servicio de la permanente superación de los procesos de desarrollo, materialización de contenidos académicos y propuestas profesionales. El permanente crecimiento de la tecnología digital representa una realidad carente de inocencia, involucra acciones políticas y culturales, comerciales y económicas de las cuales no podemos estar ajenos. Hay que preguntarse, entonces, ¿cómo accionarán los países latinoamericanos en este contexto ya que el acceso a las mismas es desigual en los distintos países y en los diferentes segmentos sociales de los mismos?. También se debe preguntar ¿cómo convivirán las técnicas artesanales con los permanentes avances impulsados en un mundo globalizado?, ¿qué aspectos fundamentales de la enseñanza se deben privilegiar para que nuestros profesionales sean capaces de competir y destacarse en sus lugares de origen y en el exterior?. ¿Qué se debería enseñar?, ¿cómo superar el deslumbramiento, la simple bulimia tecnológica y abordar una instancia superadora en la cual la creatividad y la reflexión se articulen con software, hardware y herramientas en permanente fluctuación?
2. **El impacto de la economía globalizada:** desde el marco de las relaciones entre la sociedad y el mercado, las acciones de los diseñadores deben estar orientadas no sólo hacia los consumidores sino también hacia los ciudadanos que ellos son, y quienes consecuentemente van a demandar más diseño en cuanto haya una oferta de diseño cada vez mejor. El diseño en el ámbito de los negocios se constituye en un proceso estratégico que atraviesa la completa estructura de las organizaciones y su relación con el contexto, es decir que el diseño no se reduce solamente a la definición del producto final como tradicionalmente se ha entendido. Hablar de diseño y de economía es hablar de lo mismo, porque el diseño es una industria. En el contexto de nuestros países es una industria incipiente pero que cada vez se va consolidando más. La importancia de la comunicación del valor del diseño así como el uso del lenguaje de los negocios por parte del diseñador es fundamental para favorecer la inserción de la actividad profesional en las organizaciones empresariales. Por otro lado, la universidad debe ser un actor fundamental que participa como puente para hacer posible los vínculos entre los otros actores sociales y económicos porque provee el capital intelectual y humano que las organizaciones requieren a través de la formación de profesionales del diseño con un perfil que permita responder adecuadamente a sus circunstancias particulares. De allí la necesidad de fortalecer la formación de los diseñadores en las áreas de negocios así como también la formación de los futuros empresarios en áreas del diseño de manera complementaria, mediante asignaturas electivas y postgrados, porque se entiende que el camino de vinculación entre empresarios y diseñadores es de doble vía.
3. **El impacto de las nuevas formas de enseñanza:** un tema que preocupó a los asistentes de las jornadas fue respecto a lo pedagógico y su vínculo con lo político y se planteó la aspiración de **lograr un sistema de correlación directa entre universidades para que pueda accionar como cuerpo e intervenir, a nivel del Estado, en las políticas educativas.** Por otro lado generar desde las instituciones de educación superior procesos asociativos para la inserción del alumno en el mercado laboral, e inducir la participación del alumno en el circuito laboral partiendo desde el producto y su inserción en lo macro e implementar los mecanismos que apunten a salvar la desigualdad social en Latinoamérica a través de la gestión de cooperativas de trabajo para estudiantes, fomento de micro emprendimientos productivos, proyectos de trabajo áulico -simulando desempeño

empresarial- etc. partiendo de un concepto de diseño que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida en un compromiso ético con la sociedad.

4. **El impacto de las nuevas estructuras sociales:** se propone implementar estrategias de enseñanza de metodologías atravesadas por el componente ético e impulsar la generación y elaboración de un Código de Ética Latinoamericano que reúna una serie de criterios que rijan la profesión del diseño y establezcan criterios de comportamiento ético, que puedan ser desarrollados por los integrantes de la red del Foro de diseño en un trabajo coordinado. Por otro lado, promover el desarrollo de esta rama del diseño cuyo objetivo es vincular la práctica del profesional de diseño en un proyecto socialmente sustentable, contribuyendo desde la disciplina a las diversas necesidades sociales que se presentan en cada entorno. E impulsar el desarrollo de estrategias institucionales de participación de los ámbitos público y privado en la elaboración e implementación de programas que favorezcan el desarrollo de políticas sociales. También contribuir al desarrollo del diseño como respuesta comunicacional a necesidades puntuales de índole medioambiental o de exclusión social. Y enfatizar el rol de la universidad y sus miembros como promotores del rescate de las identidades local y regional en un mundo globalizado y su impacto en la formación de la cultura en la sociedad. Visualizar un esquema conformado por tres comunidades: la comunidad general, la comunidad académica y la comunidad empresarial, cuya vinculación resignifique la teoría con la realidad del profesional del diseño.

5. **El impacto del pensamiento sobre el diseño:** cuál sería la especificidad del saber del diseño en Latinoamérica. Aquí hay más preguntas que certezas. Se observa que el conocimiento disciplinar se construye y desarrolla en el ciclo circular: investigación – pensamiento– acción – investigación - etc., y en la práctica del diseño, en la etapa de formación las experiencias parecen ser más variadas, la investigación y el pensamiento aparecen difuminados, poco visibles frente a la acción. Se ve que hay una falta de respuesta, una falta de cohesión en la noción de diseño. El diseño, con su característica de investigación-acción, trata de forma simultánea conocimientos y cambios sociales, de manera que se unen la teoría y la práctica. Es posible hablar de una disciplina unificada del diseño: sí aparece como necesario delimitar, reconocer un modo de pensar- hacer propio de nuestra disciplina. Una praxis del diseño, diferenciando praxis de práctica. La práctica se refiere a un hacer concreto y específico, la idea de praxis engloba, en un mismo movimiento, el pensar, hacer y transformar. Proponemos pensar una epistemología mutable para el diseño, construida sobre sus raíces disciplinares, pero con un presente complejo y plural que trasciende, integrando, su especificidad.

Latinoamérica es una de las zonas más afectadas por la globalización. La educación del diseño presenta oportunidades, mientras tome en cuenta los elementos más importantes: su identidad, innovación y sostenibilidad⁹¹.

En el año 2010 se desarrolló en la universidad de Palermo en Buenos Aires el Primer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, donde se contó con la presencia de más de 300 asistentes, 70 conferencias en 18 Comisiones y Ateneos⁹².

⁹¹ Conferencia de HINRICHSEN, Carlos (2010) Director de la Escuela de Diseño Duoc UC, de Chile, Invitado de Honor del Primer Congreso Latinoamericano De Enseñanza Del Diseño. Universidad de Palermo. Buenos Aires.

De todas las presentaciones, conferencias, comisiones y ateneos que trataron diversos temas y aspectos relevantes respecto de la enseñanza del diseño se obtuvo una serie de conclusiones, de las cuales voy a enumerar las más importantes que fueron consideradas para mejorar la enseñanza del diseño en el espacio latinoamericano:

- Reafirmar la importancia de la investigación en parte del estudio del diseño; operativización de la investigación como proyecto de aula y como herramienta de la enseñanza.
- Vista la tensión existente entre arte y diseño, resulta pertinente la inclusión del Arte Multimedial en la carrera de Diseño.
- Se remarca la necesidad de la transdisciplinariedad en el campo del Diseño para lograr armar una unidad en la formación de Diseño. Se plantea la discusión entre las siguientes opciones: apuntar a una carrera “generalista”, es decir, asentada en el diseño en general o a una carrera “especialista” en cada rama del diseño.
- Se remarca la importancia de trabajar sobre el concepto de Diseño Sustentable. Se fija como misión: trabajar el diseño pero teniendo como contexto al medio y establecer como indicadores de la sustentabilidad lo energético y lo ecológico.
- Se pone el acento en la importancia de la creatividad y el valor de la innovación. Creatividad en la libertad y en la capacidad de formular planteos abiertos.
- Se afirma que se debe investigar el dibujo a mano alzada. Tomar la PC como herramienta de autopoiesis. Es necesario realizar el pasaje de la bi a la tri dimensionalidad.
- Se plantea un interrogante movilizador para la enseñanza del diseño: ¿la historia como anclaje o como disparador?
- Se establece que se debe fijar el marco respecto del perfil del egresado: **que de la tecnicatura egrese un tecnólogo; de la licenciatura, profesionales con un rol más alto y de las maestrías: nuevos docentes anclados en la investigación.**
- Se remarca la responsabilidad social de las instituciones educativas.
- Necesidad de formación profesional tanto como pedagógica en los profesores. Se le suma la idea de interdisciplinariedad y conciencia social (el Diseño es comunicación). Unido al concepto de diversidad cultural como base epistemológica del Diseño.
- Exigencias niveladoras de las instituciones que regulan el ámbito universitario. Validación de las carreras a nivel nacional.
- Tener en cuenta la complejidad del estudiante. Hoy el estudiante es un ser muy complejo, las instituciones y los profesores deben gestionar cómo comprender esa realidad. Fomentar en el estudiante la capacidad de autogestión.
- Estimular la investigación tanto de los estudiantes como de los profesores y actualización tecnológica constante.
- Constante revisión de las teorías que sostienen el campo del Diseño, puestas a consideración como forma de fortalecer la propia disciplina.
- La utilización de las tecnologías informáticas, así como la producción de imágenes, deben ser apoyadas por los contenidos para no caer en formalismos vacíos.
- El diseño puede intervenir en todo: es integral, holístico y humanista.
- Como profesionales del campo del diseño debemos reflexionar desde un punto de vista humanista, relacionando, comparando y extrapolando pensamientos.
- Hay que procurar achicar la brecha entre la formación académica y la práctica profesional.

⁹² Universidad de Palermo. *Primer Congreso Latinoamericano de enseñanza en diseño*. Internet. www.palermo.edu/dyc/congreso-latino/primer-congreso.html

- El pensamiento creativo se construye desde el ejercicio de la duda. Desde el enseñar a ser optimista, a romper paradigmas y potenciar el “open mind”.
- Los educadores debemos ser exponentes del pensamiento holístico por sobre la educación predeterminada.
- La emergencia y la necesidad imperiosa despiertan la creatividad. Se trata de poder tener una mirada de la crisis que afecta a nuestros países como una oportunidad de negocios.
- Debemos formar individuos que en el futuro sean los próximos profesionales que trabajen y respeten los contextos socioculturales propios y ajenos en todos los niveles de la comunidad educativa.
- Es necesario respetar la diversidad y la inclusión social tomando el pensamiento del diseño como un conocimiento mutable.
- Los formadores debemos procurar que los estudiantes utilicen desde el Diseño y la Comunicación, las problemáticas locales para tomar contacto con la realidad, creando un puente entre la Universidad y el trabajo como desarrollo social y personal.
- Hay que incluir otros paradigmas y disciplinas para enriquecer la mirada sobre la realidad profesional, haciendo interactuar a las distintas áreas de diseño en la búsqueda de un nuevo lenguaje hacia una visión integral.
- La implementación del concepto de responsabilidad social, en el cuidado ambiental, es trascendente en la mejora de los vínculos sociales y en el acceso a mejoras en la calidad de vida.
- Se plantea la necesidad de que la Universidad reafirme el concepto de responsabilidad social y no sólo se encargue de disciplinar en la formación del estudiante.

Por otro lado en cuestión de homologaciones y revalidación del título obtenido en el extranjero, ahora en nuestro país es un procedimiento sencillo pues la SENESCYT se encarga de realizar el trámite. Cabe mencionar que actualmente varias universidades y carreras de Diseño a nivel nacional se encuentran en un proceso de Acreditación en el CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la calidad de la Educación Superior), el cual es un proceso para contar con una certificación de calidad en los procesos internos de las universidades⁹³.

Otra forma de crear redes y espacios comunes para el conocimiento sobre la enseñanza del diseño latinoamericano es a través de los intercambios estudiantiles y la participación de las universidades en congresos y eventos internacionales. Como se hace en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes de la PUCE, mediante las salidas que se realizan en 8vo nivel.

⁹³ CEAACES. Internet: <http://www.ceaaces.gob.ec/>

3.5. LAS BARRERAS EXISTENTES QUE IMPIDEN QUE SE UTILICE ESTRATÉGICAMENTE EL DISEÑO

La principal barrera se debe al desconocimiento de las competencias y beneficios del diseño en nuestro país y los prejuicios que se derivan de tal desconocimiento, como por ejemplo pensar que es muy costoso invertir en diseño.

Las barreras detectadas son⁹⁴:

- El diseño se percibe como un costo más que como una inversión.
- La contratación de un diseñador es un proceso intuitivo más que objetivo y menos aún sistemático. Generalmente empieza buscando entre amigos, familiares y recomendaciones personales.
- Los empresarios gerentes y administradores perciben a los diseñadores con una actitud pasiva, poca experiencia profesional, retrasos e informalidad en los plazos de entrega y pocos conocimientos y comprensión sobre las necesidades, condiciones y procesos del negocio. Por lo tanto los consideran como parte de un proceso externo, ajeno a su cadena productiva.

Según el “Cox Review on Creativity in Business”, del Design Council del Reino Unido, parece ser que los obstáculos que frenan a las pequeñas y medianas empresas inglesas a hacer un mayor uso de los servicios creativos son:

- Falta de conocimiento y experiencia.
- Falta de confianza en el resultado.
- Desconocimiento de dónde acudir en busca de ayuda creativa.
- Ambición limitada o aversión al riesgo.
- Otras presiones empresariales.

Esta realidad se puede extrapolar a diferentes países. Por lo que es importante que las empresas puedan y deban adquirir un conocimiento más formal del diseño, aprender a gestionarlo para obtener la máxima ventaja competitiva, aprender a contratar diseño, a medir el retorno de su inversión y su impacto en los resultados empresariales. Porque la competitividad de las empresas depende cada vez más de los intangibles, y ahí el diseño tiene mucho que decir⁹⁵. En nuestro contexto latinoamericano, este es el camino que deben tomar las **Pymes** para competir con los grandes del mercado.

Las líneas estratégicas del diseño que se debe conocer son:

- El diseño como estrategia empresarial y de negocios.
- El diseño como estrategia cultural.
- El diseño como estrategia de desarrollo social.

⁹⁴ Francisco Porras Pérez Guerrero. Design practices MAster Programme Student, Hong Kong Polytechnic University. Memorias del foro “Por una política de diseño para México”

⁹⁵ IMPIVA DISSENY (Junio 2006). *El diseño bien gestionado*. Internet. www.impivadisseny.es/es/disenyo-y-empresa/como-puede-el-diseno-ayudar-a-la-empresa/el-diseno-bien-gestionado-es-una-potente-herramienta-de-competitividad.html

- El diseño como estrategia ambiental.

Como **estrategia cultural** son muy importantes los beneficios que puede brindar el uso del diseño, y son aún ignorados a nivel empresarial y gubernamental. Los diseñadores, a través de los objetos y las comunicaciones, creamos realidades culturales y modos de relacionarse entre las personas, contribuyendo a su bienestar e identidad, estos son el resultado de las dimensiones simbólicas del diseño. Y es entonces una estrategia cultural, que comunica identidad y se manifiesta como un valor constitutivo de los productos, servicios y organizaciones. En efecto, el diseño es un valor constitutivo y no un valor agregado, como generalmente se le presenta, porque forma parte del ser de los productos y servicios desde el momento de su creación,⁹⁶ es decir que forma parte de la cadena de valor de un producto.

En el mundo global en que el intercambio de productos y servicios crece, para los países emergentes, el diseño debe formar parte del discurso político del desarrollo. Principalmente porque los productos que se integran al intercambio internacional deben ser capaces de comunicar identidad y deben adquirir sentido desde lo local, para tener una oportunidad en el mundo global que busca lo único, lo diferente, lo que puede crear identidad para quien lo usa⁹⁷.

Como **estrategia de desarrollo social** el diseño puede contribuir en un país mediante la intervención en la satisfacción de necesidades sociales, a través de la vinculación con los diversos ministerios y planes gubernamentales, en diversas áreas como la educación, salud, agricultura, etc. y mediante su vinculación con las PYMES y diversos sectores productivos puede potenciar el aparato productivo nacional, lo cual genera plazas de trabajo, circulación monetaria y crecimiento de los mercados locales. También puede aportar al bienestar de la sociedad civil con productos y servicios de calidad, es decir al consumidor del diseño.

A nivel de **estrategia ambiental** el diseño puede contribuir a desarrollar productos y servicios que consideren en todas las fases de su ciclo de vida los impactos ambientales que los respectivos procesos generarían. Desde la elección del material hasta su desecho y reciclaje, incidiendo de esta forma en la cadena de valor de las organizaciones, debido a que actualmente es muy importante que las entidades productoras de bienes y servicios consideren causar un menor impacto en el ambiente.

Algunas de las cosas a considerar son:

- La toxicidad del material, tanto durante su fabricación como durante su uso y desecho.
- La cantidad de energía que se requiere para la fabricación de un producto.
- Los cuidados a la salud y medio ambiente que se deben considerar al utilizar y transformar este material.
- El lugar de procedencia del material.
- Certificados de origen y sustentabilidad de los materiales utilizados. Por ejemplo ¿cómo sería el manejo sustentable de un bosque para obtener madera?

Sería importante establecer una ficha de Información sobre Materias Primas y componentes para la industria disponibles en el Ecuador. Y establecer fomentos e incentivos al uso de materiales,

⁹⁶ RODRÍGUEZ MUSSO, Alejandro (Octubre 2006). *El diseño como estrategia cultural*. Internet.
<http://foroalfa.org/articulos/>

⁹⁷ Ibídem

componentes y productos ambientalmente preferibles. Además una legislación ambiental para los productos. Y diseñar una política de extracción para el aprovechamiento del capital natural.⁹⁸

A nivel **empresarial y de negocios** el diseño es una estrategia importante en diversos aspectos. En la actualidad la visión en relación a la producción se ha transformado. El mercado es cada vez más competitivo, es normal encontrarse con mercados saturados, guerras de precios y barreras comerciales, lo que fuerza a reducir costes y obtener el beneficio mínimo. Si miramos el mercado global hay tantas empresas de países más desarrollados que tienen tecnología más avanzada, mano de obra más barata, menores barreras arancelarias, mejores infraestructuras; por eso la clave de la competencia bajo estas circunstancias es la Innovación: desarrollar nuevos productos, servicios, procesos, tecnologías, metodologías, organizaciones, obtener la ventaja competitiva que supone llegar antes que los demás, ser diferente para ser el mejor. Sin embargo, a menudo se asocia la innovación únicamente con la tecnología, cuando precisamente es la innovación no tecnológica -el diseño- la que está más al alcance de todas las empresas, por pequeñas que sean, de cualquier sector, en cualquier situación. El diseño es un factor de innovación diferente del que procede de la ciencia y la tecnología⁹⁹. Además, el diseño innovador puede ser el desencadenante de la modernización tecnológica.

Pasar de la competencia en precio a la competencia en valor implica la introducción de estrategias de diseño como principal elemento diferenciador. Además el diseño se relaciona directamente con las 4 "P"s de la mercadotecnia, en los que puede lograr eficiencia: Precio, Producto, Plaza de venta y Promoción.

A menudo se piensa en el diseño sólo como el fruto superficial del mismo: la apariencia estética, los valores sensoriales y emocionales, la imagen: una especie de barniz que transforma las cosas. Sin embargo, el poder del diseño radica en el proceso, la manera de enfocar y resolver los problemas, el pensamiento que hay detrás de los resultados, más que los resultados en sí mismos. El diseño es una poderosísima catapulta para la innovación y la diferenciación¹⁰⁰.

Las empresas de todo tipo pueden beneficiarse enormemente del diseño si lo adoptan como herramienta estratégica, en lugar de pensar en él como un simple *plus* para añadir a lo que ya hacen.

⁹⁸ GODOY, Emiliano (2008). Director de Pirwi. "Diseño y Sustentabilidad. Propuestas para una política nacional de diseño". Memorias del foro por una política de diseño para México.

⁹⁹ MANUAL DE OSLO. Guía para la recogida e interpretación de Datos sobre Innovación, Comunidad Europea, OECD (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) y Eurostat (Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas), 2005, 3ra Edición,.

¹⁰⁰ CORRECHER, Kike (Junio del 2006). Presidente de la ADCV (Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana) y Director de FILMAC, "El diseño como estrategia". Internet: www.impivadisseny.es/es/disenyo-y-empresa/como-puede-el-disenyo-ayudar-a-la-empresa/el-disenyo-como-estrategia.html

3.6. EL DISEÑO Y EL BUEN VIVIR

En el capítulo 2do de este trabajo, se realizó una aproximación a la definición del Buen Vivir, reforzado con la teoría de la Cohesión Social. Se puede resumir como un modelo de vida que busca mejorar la calidad de vida de las personas, promoviendo un modelo económico incluyente, armonizando la relación entre la naturaleza y los seres humanos, velando por la igualdad, y la justicia social, y reconociendo y la valorando la diversidad de los pueblos y de sus culturas, saberes y modos de vida.

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, es el instrumento del Gobierno Nacional para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. El Plan cuenta con 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el proyecto de construcción del Buen Vivir. Fue elaborado por la SENPLADES en su condición de Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, y presentado por el Presidente Rafael Correa Delgado, para conocimiento y aprobación en el Consejo Nacional de Planificación¹⁰¹.

Los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir son:

- Objetivo 1.** Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad.
- Objetivo 2.** Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
- Objetivo 3.** Mejorar la calidad de vida de la población.
- Objetivo 4.** Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.
- Objetivo 5.** Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración Latinoamericana.
- Objetivo 6.** Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.
- Objetivo 7.** Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.
- Objetivo 8.** Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- Objetivo 9.** Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia.
- Objetivo 10.** Garantizar el acceso a la participación pública y política.
- Objetivo 11.** Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.
- Objetivo 12.** Construir un Estado democrático para el Buen Vivir.

Por su parte, el diseño busca la mejora de la calidad de vida de las personas mediante la satisfacción de necesidades. Y por lo tanto si las potencialidades del diseño se ponen al servicio de la construcción del Buen Vivir se lograría la mejora de la calidad de vida a través de la satisfacción de necesidades sociales.

¹⁰¹ Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES. Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013. Internet: www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013/



Está comprobado que el incremento de la competitividad de un país es directamente proporcional al incremento del desarrollo humano del mismo, definido por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Humano Sostenible como las oportunidades de los habitantes para hacer que el desarrollo sea más democrático, permitiendo un mayor número de oportunidades de ingreso y empleo, educación y salud, así como un entorno físico limpio y seguro¹⁰².

Existen varios problemas detectados en el escenario de la región de América Latina y el Caribe que impiden que exista cohesión social¹⁰³ de los cuales se procede a enumerar varios en los que el diseño tiene oportunidad de actuar ofreciendo soluciones.

1. El desempeño económico promedio de la región durante las últimas décadas, medido por el ritmo de crecimiento, es insuficiente para ampliar en la medida deseada las oportunidades de bienestar de toda la población. Los bajos niveles de crecimiento se asocian con los bajos niveles de **creación de empleo formal**, lo que reduce el mecanismo privilegiado de integración social y superación de la pobreza. Además, el **insuficiente dinamismo de las economías** también conlleva restricciones a la movilidad social. Un nivel adecuado de crecimiento económico es condición indispensable para promover una mayor cohesión social.
2. Existe una **disociación entre activos materiales y simbólicos**. El imaginario difundido del desarrollo consideraba complementarios los activos materiales y los simbólicos, y la cohesión social podía asociarse a esa complementariedad.
3. Los cambios culturales fomentan un mayor individualismo, pero no es claro cómo recrean los vínculos sociales. Distintos autores señalan que esto coincide con el debilitamiento de las utopías y los proyectos colectivos, así como del **sentido de pertenencia a la comunidad**.

¹⁰² FLORES, Magon y JIMÉNEZ, Hector (2008), Profesores de la Universidad de Guadalajara. "El Desarrollo humano como estrategia para la competitividad". Memorias de foro por una política de Diseño para México.

¹⁰³ CEPAL (Mayo 2007). *Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe*. Chile

Problema Detectado	Aporte del Diseño
Bajos Niveles de creación de empleo formal	Generación de nuevas empresas, productos e industrias.
	Crecimiento de las industrias y empresas existentes por medio de la innovación y aumento de la competitividad.
Insuficiente dinamismo de las economías	El crecimiento y la mejora productiva generan crecimiento de los mercados nacionales y su expansión a mercados internacionales lo cual potencia el aparato productivo.
Disociación entre los activos materiales y simbólicos	Desarrollar productos cuyas formas e imágenes tanto como sus contenidos e ideologías estén de acuerdo a nuestro contexto. El diseño debe unificar la producción Artificial con la Simbólica porque la comunicación es una cualidad inherente a los objetos.
Falta de sentido de pertenencia a la comunidad	Generar productos provistos de valores culturales, para que a través del uso cotidiano se transmita identidad, apropiación, pertenencia y lograr el reconocimiento y diferenciación a nivel local e internacional de los productos ecuatorianos.

El diseño mejora la sociedad, el compromiso social de los diseñadores lleva la empatía y la creatividad a los desafíos sociales. La primera ayuda a comprender las soluciones centradas en lo humano puede hacer una diferencia real en la vida real de la gente, la creatividad puede derrotar a los hábitos con enfoques innovadores para hacer una diferencia apreciable. Es el enfoque del diseñador en el proceso de resolución de problemas complejos, sobre todo en la voluntad de probar opciones arriesgadas que trascienden la visión tradicional de los problemas, que es una ventaja estratégica. Cada diseñador debe comprometerse con proyectos socialmente relevantes con el fin de utilizar sus talentos creativos para su propósito más alto y mejor y demostrar el valor de los diseñadores y el pensamiento de diseño¹⁰⁴.

En la realidad de nuestro país, y en el contexto latinoamericano, es imperativo diseñar para el campo, puesto que en el área del trabajo agrícola de los campesinos existen muchas deficiencias, se deberá fomentar y promover el diseño para el campo si en verdad esperamos que el diseño contribuya al desarrollo y al bienestar social.

Un ejemplo del uso del diseño como factor de agregación social es la labor que realiza SUPERFLEX, que es un grupo de artistas fundado en 1993, en Dinamarca, ellos desarrollan proyectos basados en la complejidad y en la diversidad de la sociedad e invitan a las personas a participar de las acciones de forma concreta. Las propuestas son determinadas de acuerdo con cada contexto y son escogidas a través del análisis social y de las situaciones locales específicas. Por medio de sus

¹⁰⁴ AIGA. Design improves society. Social Engagement. Internet. www.aiga.org/why-design-social-engagement/

proyectos, crean modos de pensar, actuar, discursar e imaginar, y usan su habilidad estética como compromiso social¹⁰⁵.

Un ejemplo de ello es el *Guaraná Power*¹⁰⁶ que es un refresco producido por una asociación de granjeros productores de guaraná en Maués, Brasil, en colaboración con SUPERFLEX.

El proyecto surgió a través de una residencia que los integrantes del colectivo dinamarqués realizaron en la ciudad amazónica junto con pequeños granjeros brasileños, productores de semillas de guaraná. Durante el cual percibieron que la comunidad de estos humildes agricultores había sido perjudicada en sus negocios cuando una multinacional ostentó el monopolio de la compra de materia prima y de la producción del refresco de guaraná, los precios de las semillas se redujeron en un 80%. Lo cual arruinó a los productores locales. Entonces surgió el Proyecto Guaraná Power con la intención de resistir al monopolio generando un nuevo producto que sea de la comunidad y que eventualmente pudiera competir con la gran multinacional.

La propuesta tomo cuerpo a través de grupos de trabajo educativos que enseñaban a los granjeros nociones de producción, tercerización y distribución del refresco Guaraná. Les dieron también clases de diseño industrial, marketing, estética y arte.

En la clase de Marketing exploraron estrategias de mercado que pudieran ser útiles en la distribución de los productos.

Los conocimientos de marketing, diseño industrial y estética, adquiridos por los agricultores, posibilitaron la creación de un refresco de guaraná, copia del vendido por la multinacional, y produjeron una campaña publicitaria completa que involucró la confección de pósters y videos promocionales.

Botella Guaraná Power. 2010



107



¹⁰⁵ DA CUNHA, Ana (2007). *El Diseño como factor de agregación social – Proyectos Guaraná Power y Ph5 Lamp – Superflex*. Secretaría de Educación del Estado, SEE, Sao Paulo. Brasil.

¹⁰⁶ SUPERFLEX. *Proyecto Guaraná Power*. Internet. www.superflex.net/tools/guarana_power

Otro ejemplo del Diseño y la cohesión social es el Programa “Acunar” realizado en Colombia por la Universidad Nacional, representada por la escuela de Diseño Industrial en convenio con la gobernación de Cundinamarca, que se ha venido desarrollando desde el año 2002; cuyo objetivo principal es transferir conocimiento en Innovación y Competitividad a las comunidades productivas desde la dimensión del producto. Para ello utiliza como metodología el diseño participativo (investigación, acción, participación), interviniendo de esta manera en todas las áreas de las organizaciones. Con esto se busca fortalecer a las comunidades productivas, haciéndolas más competitivas frente a las dinámicas de los mercados actuales¹⁰⁸.

Inició enfocado a fortalecer el sector artesanal del departamento de Cundinamarca pero a partir del año 2005 el programa se ha enfocado en la consolidación y expansión de la visión para la cooperación en diversas comunidades y sectores productivos. Para acompañar, por medio de procesos participativos, a las entidades del Estado y a las organizaciones orientadas al beneficio colectivo en el desarrollo de proyectos, con el fin de garantizar los estándares de calidad requeridos para un desarrollo eficiente y la racionalización y optimización de los recursos invertidos en la construcción del tejido productivo del país y la generación de valor.



¹⁰⁷ Superflex. Photo. *Workshop between Superflex and Guarana farmers*. Internet. www.superflex.net/

¹⁰⁸ ACUNAR. Programa de Transferencia de Diseño a Comunidades Productivas para la Innovación y la Competitividad. Colombia. Internet. acunar.wordpress.com/

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE UNA POLÍTICA NACIONAL DE DISEÑO

Para la formulación de la Política Nacional de diseño se deben cumplir 3 pasos, de acuerdo con la Guía para la formulación de políticas públicas sectoriales elaborada por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES, del Ecuador¹⁰⁹:

1. Etapa Preparatoria y de Diagnóstico
2. Etapa de Formulación y Lineamientos
3. Aprobación y Aval



¹⁰⁹ SENPLADES (2011), GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS SECTORIALES, Subsecretaría de Planificación Nacional, Territorial y Políticas Públicas, SENPLADES, 1a edición, Quito, Ecuador.

¹¹⁰ *Ibíd*em

ETAPA PREPARATORIA Y DE DIAGNÓSTICO

- Integración de equipos político y técnico.
- Identificación de la necesidad de política pública.
- Conformación de espacios de participación de actores sociales.
- Recolección de información desagregada y recomendaciones de mecanismos internacionales, regionales y nacionales de derechos humanos, e informes de la sociedad civil elaborados bajo el marco normativo de participación.
- Análisis de situación y caracterización de la problemática u oportunidad de desarrollo, incluyendo problemas de exclusión, discriminación o desigualdades en el ejercicio de derechos.
- Formulación de alternativas de acción.
- Costeo de alternativas de acción.
- Jerarquización de alternativas y selección de alternativa de acción.

ETAPA DE DEFINICIÓN DE POLÍTICAS, PROGRAMAS Y PROYECTOS

- Formulación de los lineamientos generales de la política pública.
- Espacios de participación ciudadana que aseguren la incorporación y análisis de las políticas para la igualdad.
- Incorporación y análisis de las políticas para la igualdad.
- Análisis desde la dimensión territorial.
- Formulación de políticas, lineamientos, metas, indicadores, programas y proyectos.
- Territorialización de las intervenciones.
- Elaboración de documento de política.
- Definición de programas y proyectos articulados a las políticas.
- Costeo aproximado de programas y proyectos.

APROBACIÓN DE POLÍTICA SECTORIAL E INCORPORACIÓN EN EL SISTEMA

- Ajustes y validación de la propuesta a nivel del equipo técnico.
- Ajustes de los contenidos aportados en los espacios de participación ciudadana.
- Ajustes y validación de la propuesta a nivel del equipo político.
- Presentación de la propuesta de política para revisión de la SENPLADES.
- Presentación de la propuesta para revisión y aprobación del Consejo Sectorial respectivo.
- Incorporación en el sistema.
- Concreción en la planificación institucional correspondiente (PPP y PAP).

DIFUSIÓN DE LA POLÍTICA, PROGRAMAS Y PROYECTOS A LA POBLACIÓN

111

Este Trabajo de Fin de Carrera está enfocado en la Primera etapa para la formulación, la Etapa Preparatoria y de Diagnóstico; es un primer avance en la investigación, la preparación del terreno para la formulación y desarrollo de una política Nacional de Diseño. Debido a que en las siguientes etapas ya es necesario contar con un equipo técnico conformado por los diversos actores involucrados, tanto los diseñadores como el Estado, la Academia y la sociedad civil.

¹¹¹ *Ibidem*

4.1.1. DEFINICIÓN DE POLÍTICA DE DISEÑO

Una política de diseño consiste en una serie de medidas aprobadas por un Gobierno o una administración competente para un territorio determinado dirigidas a mejorar la economía de un país o de una región, y a aumentar la calidad de vida de sus habitantes, a partir de un mejor y más consciente uso del diseño profesional. Generalmente son elaboradas en cooperación con los sectores empresarial y profesional. En ellas, se llama la atención sobre el potencial del diseño como una estrategia a aprovechar para promover un mayor progreso y una competitividad más eficaz; y se destaca su posible rol en la creación de empleo y aumento de las oportunidades de negocio y, también, en muchos casos, su relevancia en la mejora de la calidad de vida y el bienestar social¹¹².

Para que sea una política nacional de diseño debe combinar aspectos económicos y culturales, para que tenga valor social.

Las políticas de fomento de diseño en diferentes países son bastante similares en su naturaleza. No obstante, en la verdadera competitividad global, la necesidad de especialización nacional y regional es cada vez más importante. El foco debería orientarse hacia fortalezas nacionales y ventajas competitivas. Adicionalmente, la importancia de nuevo conocimiento e investigación aparecen como factores cruciales. El diseño y su utilización deben ser desarrollados continuamente, para que se mantengan como un factor de competitividad.

En una economía global, el diseño se está posicionando como el nuevo motor del crecimiento económico e industrial. El diseño y las innovaciones radicales pueden jugar un rol mayor en posicionar industrias o productos en la arena global. La cadena de valor liderada por el diseño necesita ser desarrollada como una fortaleza para la industria manufacturera y de servicios.

El país debería también apuntar a transformarse en un líder influyente en temas de diseño a nivel global y especialmente a nivel latinoamericano. Para ello es necesario desarrollar y fortalecer las capacidades y competencias de desarrollo de diseño a nivel intelectual y estratégico.

Reconociendo la creciente influencia que el diseño está teniendo en el desarrollo económico e industrial, y las potentes políticas de promoción de marca y diseño llevadas a cabo por economías emergentes, el gobierno y el mundo del diseño se deberían plantear desarrollar una política nacional de diseño como una política de Estado, con un claro enfoque en una estrategia multisectorial para mejorar la calidad y cobertura del diseño, mejorar la competitividad de los productos en el mercado interno e incrementar la participación del país en los mercados internacionales a través del valor que significa integrar diseño en la estrategia empresarial y sus productos y servicios¹¹³.

Las áreas de oportunidad para la política de diseño en nuestro país serían: Economía y negocios, Sustentabilidad, Educación, Cultura e identidad nacional y Ciencia y Tecnología; enfocadas a la construcción del Buen Vivir.

¹¹² ADP, Asociación de Diseñadores Profesionales (Marzo 2005). *Para una nueva política del diseño en España. Memoria descriptiva y técnica*. Barcelona

¹¹³ RODRÍGUEZ MUSSO, Alejandro y RODRÍGUEZ BASTÍAS, Diego (Mayo 2007). *Política Nacional de Diseño para Chile*.

4.1.2. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE DISEÑO

El objetivo principal de la Política de Diseño es generar un desarrollo tangible a través de legislaciones que permitan que el diseño sea la herramienta fundamental de crecimiento en varios sectores del país, sobre todo en la economía, en donde las oportunidades de desarrollo son más palpables¹¹⁴. Se trata de concretar una Ley sobre diseño que permita construir una agenda interministerial, servir de motor para la industria, motivar contenidos educativos, todo ello en el tema del diseño y también proveer la normativa para el establecimiento de una Cámara nacional de diseño¹¹⁵.

Los objetivos generales que se persiguen con la implantación de una política nacional de diseño serían:

- Fomentar e inculcar conceptos básicos de diseño a productores, artesanos y manufactureros.
- Fomentar la incipiente conciencia de la importancia del diseño entre las cadenas productivas nacionales y mercados domésticos.
- Asistir a los productores nacionales a desarrollar buen diseño, incrementando sus posibilidades de desarrollar sus propias marcas y productos, al tiempo de mejorar su competitividad.
- Establecer redes de información de diseño y proveer a las empresas con toda la información y contactos necesarios.
- Ayudar a todos los eslabones de cadenas productivas a entrar en cooperación e integración en el desarrollo de productos.
- Implementar programas de entrenamiento actualización y profesionalización en los programas de diseño.
- Reforzar la iniciativa del sello “Hecho en Ecuador”
- Crear una marca país para productos de Diseño.
- Fortalecer la cultura y la identidad nacional por medio del diseño de productos con contenido simbólico.
- Ayudar a reducir la contaminación de los procesos productivos, la optimización de recursos y cuidar el medio ambiente a través de un diseño consciente y responsable.

Los objetivos específicos de la política nacional de diseño se desarrollan dentro de los siguientes aspectos:

1. **Economía:**

- a. Promover el diseño como una herramienta estratégica de desarrollo para el progreso económico en el sector público y privado.

¹¹⁴ Sistema Tecnológico de Monterrey (Marzo 2009). Bosquejan políticas públicas para el desarrollo del diseño. México. Internet. www.itesm.edu

¹¹⁵ FLORES MORFIN, Jesús (2008), Diputado Federal, Secretario de la comisión de Ciencia y Tecnología de la cámara de diputados. “El Diseño en México”. Memorias del foro por una política de diseño en México.

- b. Promocionar el Diseño como una actividad que facilita la creación de nuevos puestos de trabajo y nuevas oportunidades de negocios.
- c. Diseño como herramienta para acrecentar el volumen del comercio a nivel nacional e internacional, logrando la diversificación de la producción.
- d. El diseño como herramienta para el desarrollo de la competitividad nacional e internacional de los negocios y de la propia industria del diseño.
- e. Contribuir al desarrollo y crecimiento del Sector de las Industrias Creativas, para que generen mayores ingresos al país.

2. Educación

- a. Promover una educación de diseño de alta calidad profesional y multidisciplinaria
- b. Promover la circulación efectiva de nuevo conocimiento relativo a diseño
- c. Promover un pensamiento de diseño propio que sea coherente con nuestro contexto nacional y regional (Latinoamericano)

3. Calidad de Vida

Mejorar la calidad de vida y el bienestar de los ciudadanos, a través del desarrollo de:

- a. Colaboración en la satisfacción de necesidades sociales, a través de la vinculación con los diversos ministerios y planes gubernamentales, en diversas áreas como la educación, salud, agricultura, etc.
- b. Promover el valor social del diseño para aumentar la equidad social. Diseño accesible, incluyente. Garantizar el derecho de acceso al diseño de todos los ciudadanos.
- c. Diseño localmente sustentable: optimización y eficiencia en la utilización de recursos, materiales, procesos y ciclos de vida de los productos.
- d. Diseño urbano y urbanístico

4. Cultura e identidad

- a. Fortalecer la identidad nacional
- b. Posicionar la imagen país y su marca a nivel local y global.
- c. Fortalecer los saberes y prácticas ancestrales mediante productos con carga material y simbólica propios de la región.

5. Medio Ambiente

- a. Durante el proceso de diseño considerar el impacto ambiental que se va a generar dentro de todas las etapas de un producto, procurando que este sea el menor posible.
- b. Aprovechar los recursos locales para evitar el uso de transportación innecesaria.
- c. Tomar en cuenta la procedencia de los materiales y procesos que se van a utilizar.
- d. Considerar la energía que se va a invertir en la elaboración de un producto o servicio.
- e. Procurar un desarrollo sostenible de la producción a nivel nacional.

4.1.3. SOBRE QUÉ CONCEPTO DE DISEÑO SE SOSTIENE LA POLÍTICA

Para proponer al Diseño como una herramienta de cohesión social y de participación en la construcción del Buen Vivir, a través de una política nacional de diseño es necesario implementar el concepto del **Diseño Socialmente Responsable**, que va de acuerdo con el proyecto de gobierno y los ideales sociales para el futuro de nuestro país.

“La responsabilidad del diseñador (...) su buen juicio social y moral tiene que entrar en juego mucho antes de que empiece a diseñar, porque tiene que juzgar, apriorísticamente, además si los productos que se le pide que diseñe o rediseñe merecen su atención o no. En otras palabras, si su diseño estará a favor o en contra del bien social”¹¹⁶

El diseño socialmente responsable es un concepto que plantea una visión holística sobre los impactos que el diseño puede causar en la sociedad. Se puede entender como las respuestas proyectuales creativas, coherentes y pertinentes que genera el diseñador con las comunidades a las cuales dirige sus esfuerzos, y que tiene como objetivo lograr transformaciones que contribuyan en la construcción de una sociedad más justa y equitativa¹¹⁷.

Víctor Margolin, profesor de historia del Diseño en la Universidad de Illinois. Chicago, define el Diseño social: como aquella actividad productiva que intenta desarrollar el capital humano y social al mismo tiempo que productos y procesos provechosos; así el diseñador debe prever y dar forma a productos materiales e inmateriales que pueden resolver problemas humanos en amplia escala y contribuir al bienestar social.

El diseño socialmente responsable es la capacidad para abordar problemas fundamentales y prioritarios de la sociedad a nivel integral, no solamente los derivados de las exigencias marcadas por las dinámicas del mercado, a partir de lo cual se plantean formulaciones de proyectos de diseño que consideran los intereses de todas las personas involucradas en las problemáticas planteadas que asumen un compromiso con la sociedad y la naturaleza, que se responsabilizan por

¹¹⁶ PAPANÉK, Víctor (1971) *Diseñar para el mundo real, ecología humana y cambio social*. H. Blume Ediciones. Madrid.

¹¹⁷ BARRERA JURADO, Gloria Stella (2004). *DISEÑO CON RESPONSABILIDAD SOCIAL*. Investigadora y Coordinadora Equipo de Investigación. Departamento de Diseño Industrial. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.

las consecuencias de las decisiones, acciones y resultados a nivel social, económico y ambiental, y que concretan estrategias de transformación social en la búsqueda del bienestar integral¹¹⁸.

Los diseños con responsabilidad social se deben caracterizar por:

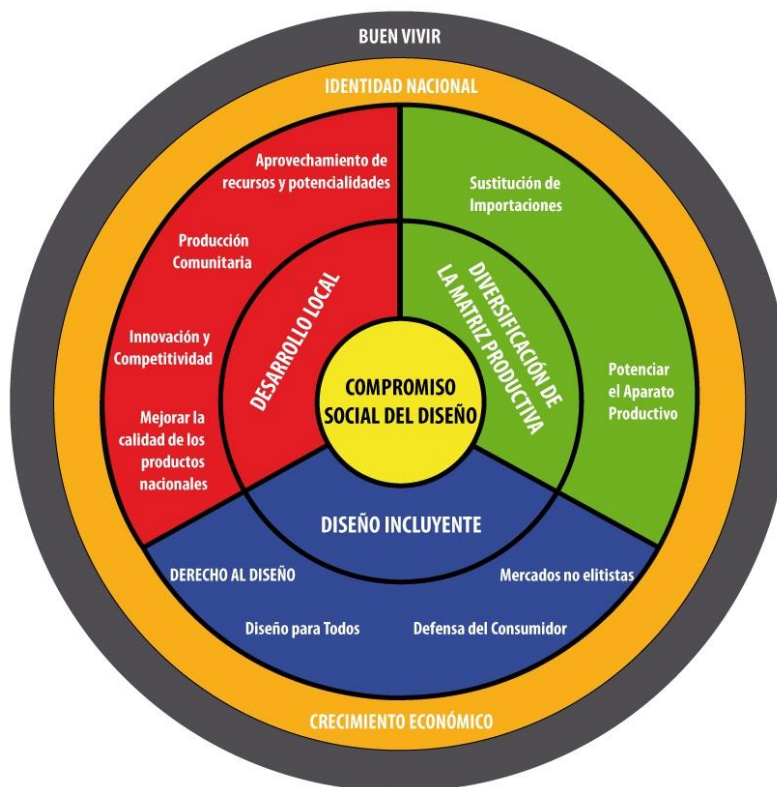
1. Toda actitud de respeto y servicio que tenga por objetivo el desarrollo integral de la persona humana.
2. El compromiso para el desarrollo integral de comunidades específicas.
3. Promover proyectos, programas y planes que establezcan una convivencia justa en nuestras sociedades.
4. Impulsar acciones que tengan como objetivo la reducción de violencia y el respeto a la vida.
5. Propender por la construcción de una sociedad incluyente desde las perspectivas de clase, etnia y género.
6. Contribuir con una justicia social basada en el reconocimiento y la correcta distribución de bienes.
7. Generación de prácticas comerciales respetuosas.
8. Crear espacios para la participación o el consenso ante las decisiones que afecten a las comunidades.
9. Acciones que propicien el respeto de los Derecho Humanos.
10. Velar por la protección del medio ambiente. Disminución de consumo de recursos, disminución de desechos y emisiones contaminantes, reducción de gastos energéticos, eliminación de residuos.
11. Propiciar la sostenibilidad de las acciones emprendidas.
12. Empezar acciones que generen autonomía de las personas y de las diferentes comunidades en las que el diseño intervenga.
13. Acciones que promuevan la autonomía tecnológica.

¹¹⁸ BARRERA JURADO, Gloria Stella y QUIÑONES AGUILAR, Ana Cielo (2009). *DISEÑO SOCIALMENTE RESPONSABLE*. Ideología y participación. Ed. Editorial Javeriana. Colombia.

4.1.4. QUE CAMBIOS CONLLEVA EN CUANTO A LA PRÁCTICA PROFESIONAL DEL DISEÑO

Lo más importante para integrar el concepto del diseño socialmente responsable en la práctica profesional del diseño es considerar todo el proceso de diseño desde una óptica más humana, y no solo desde el interés comercial o económico que un determinado producto pudiera significar. Asumir el compromiso social como diseñadores para enfocar nuestras acciones para favorecer el bienestar integral (económico, social, cultural, educacional, tecnológico y científico) de nuestra sociedad. Es importante gestar una visión clara de hacia dónde queremos dirigirnos.

Reinventar lo que las palabras “progreso” y “crecimiento” significan para las sociedades actuales¹¹⁹.



Para que el diseño sea para todos, es decir incluyente, se plantea que se debe generar una movilización que disminuya la brecha de acceso al diseño y las desigualdades dentro de su propio campo en respuesta a las necesidades del contexto latinoamericano¹²⁰, en el marco de los derechos ciudadanos. Es decir, garantizar **el derecho al diseño**, que es la posibilidad de acceder a productos calidad, de poder sentirse reflejado culturalmente con los productos del entorno, de

¹¹⁹ MARTÍNEZ, Victor (2008). Director VGM Design. “Diseño Responsable” Memorias del Foro por una política de diseño para México.

¹²⁰ Encuentro Internacional de Políticas Públicas y Diseño. Ejes de Reflexión y discusión. Revista Acto Diseño 11. Pág. 55. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes. Bogotá.

utilizar y disfrutar de productos confortables, seguros y eficientes y rodearse de imágenes motivadoras que ilustren y comuniquen, de recrearse estéticamente en el mundo cotidiano. Sin que esto implique un mayor costo para los usuarios o consumidores. Se debe garantizar el bienestar de los consumidores.

En el Ecuador existe para ello el Programa de Protección de Defensa al Consumidor¹²¹, a cargo del MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad), que tiene la finalidad de propiciar las buenas prácticas comerciales en las relaciones de consumo entre los proveedores y consumidores.

Es necesario tomar en consideración el impacto que el diseño genera en el comportamiento del consumidor. Los atributos tangibles e intangibles de los productos logran influenciar en los procesos cognitivos y las emociones de los usuarios, así como en los hábitos de consumo de las sociedades¹²². Por ejemplo si producimos objetos desechables contribuimos con la cultura del desperdicio, si por otro lado producimos productos más conscientes generamos hábitos más conscientes en los consumidores. Pues el diseño ayuda a posicionar una idea dentro de la vida diaria de la gente.

El diseño, como postulado intelectual de la industrialización, es uno de los protagonistas importantes de ese contexto. Por eso, en el seno de la profesión, la autocrítica y la reflexión sobre lo que estamos haciendo, el espacio que tenemos, ¿cómo trabajamos?, ¿qué es lo que defendemos? y ¿cuáles son los caminos deseados? En el plano conceptual es precisamente por ello que aparecen nuevos movimientos como el SLOW TECH (Francois Bernard), que propone la disminución de la velocidad para una mejor calidad de vida. Sugiere que se haga un paseo al mundo desmaterializado, que se utilice tecnología leve, fluida, revistiendo la naturalidad y una filosofía de vida simplificada, distanciada de la cultura de lo desechable. Como una reacción a las prácticas de consumo modernas como acciones de destrucción en masa.¹²³

Otro aspecto importante para considerar sobre diseño responsable es lo que dice Gui Bonsiepe, que la democracia es para el neoliberalismo la predominancia del mercado como una exclusiva y casi santificada institución que gobierna todas las relaciones entre las sociedades. Y se plantea cómo podemos recuperar la noción de democracia en el sentido de participación de los ciudadanos, abriendo espacios para la autodeterminación. Formulado de otra manera, la naturaleza de la democracia va mucho más allá del derecho al voto, de la misma manera que la libertad es mucho más que la posibilidad de elegir entre centenas de diferentes modelos de teléfonos celulares. En su opinión, el diseño debe ser hecho en la periferia y no para la periferia, como resultado de una especie de actitud paternalista benevolente. El diseño de cada lugar debe ser fruto de la práctica local, ya que determinados problemas sólo pueden ser solucionados en el contexto local... Y el diseño tiene la capacidad de participar en la experiencia singular del vivir, construyendo situaciones y objetos que sorprenden, emocionan y funcionan, comunicando, materializando experiencias y saberes que son el patrimonio inmaterial de un pueblo. Ése se

¹²¹ Ecuador, Ministerio de Industrias y Productividad, Programas y Servicios, Defensa del Consumidor. Internet: www.industrias.gob.ec/programa-de-proteccion-de-defensa-del-consumidor/

¹²² GUIJOSA FRAGOSO, Víctor (2008). "Impacto del Diseño en el comportamiento del consumidor" Memorias del Foro por una política de diseño para México.

¹²³ KLOTZEL, Ruth (2008). Ex vicepresidenta de Icograda. "Diseño, cultura y desarrollo". Memorias del Foro por una política de diseño para México.

vuelve democrático cuando es accesible y más aún cuando surge de un espíritu y de una necesidad colectivos.¹²⁴

Otro aspecto importante que se debe considerar es el diseño como generador de conocimiento, es decir el diseño incorporado a las sociedades del conocimiento. El conocimiento es el nuevo paradigma de generación de riqueza, es decir que la competitividad de las empresas depende cada vez más de los intangibles, de los factores que lo diferencian del resto (concepto, identidad, etc.), más allá de los procesos y la tecnología aplicada, está en manos de los diseñadores, de los seres humanos, otorgar a los productos la carga simbólica necesaria para enriquecer al producto. Como dice Joan Costa, sociólogo y experto en comunicación visual, “El futuro del Diseño necesita humanizarse. El Diseño puede y debe hacerlo. Él posee la capacidad dinámica de socialización por medio de los objetos y los mensajes que se relacionan con los individuos. Y la aptitud por construir y difundir conocimiento, es decir, cultura. Si nuestra época se define con estas cuatro ideas: era de la Comunicación, economía de la Información, cultura de Servicio y sociedad del Conocimiento; entonces, éstos son los cuatro puntos cardinales que han de orientarnos hacia el futuro del Diseño. Y el diseño del Futuro”¹²⁵.

En el Ecuador se están desarrollando algunos proyectos significativos para encaminar al país a convertirse en una sociedad del conocimiento como son:

- **YACHAY**, la Ciudad del Conocimiento, que tiene como visión ser la institución líder a nivel nacional y regional, que contribuya significativamente a que la economía del Ecuador se base en la generación de conocimiento, aportando al progreso y avance científico y tecnológico de la región y, al mejoramiento de las condiciones de vida de la población del Ecuador y de América Latina¹²⁶.
- **IKIAM**, la Universidad Regional Amazónica, es un centro de estudios superiores de excelencia y categoría mundial, cuyo enfoque es el de generar conocimiento, investigación e información que permita desarrollar alternativas tecnológicas para llegar a un uso racional y responsable de los recursos naturales de la región, potenciando el talento humano del país y la conservación de la naturaleza¹²⁷.

Es muy importante que la política nacional de diseño contemple acciones que permitan que el Diseño forme parte de estos proyectos de construcción de conocimiento, investigación e innovación.

¹²⁴ Ibidem

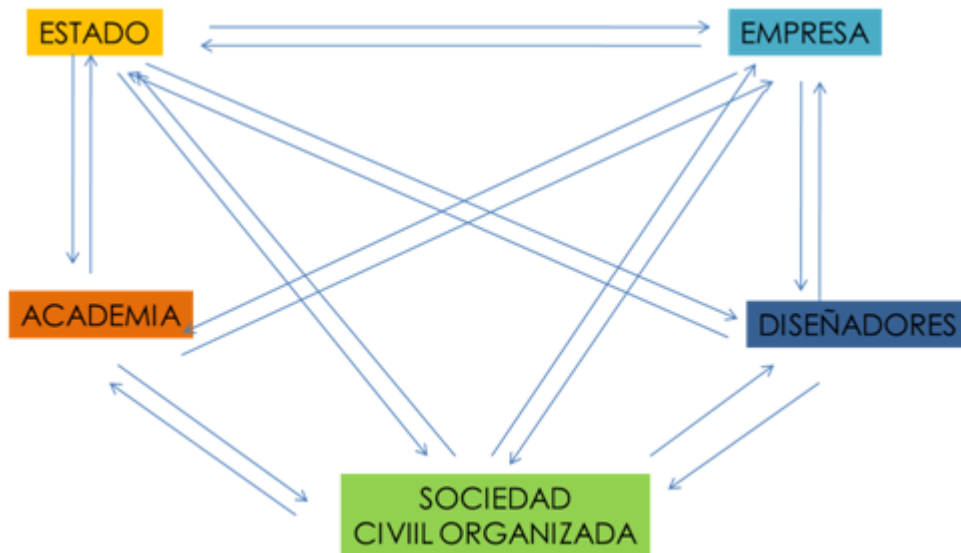
¹²⁵ COSTA, Joan (Octubre 2008), Instituto Europeo di Design, “El Futuro del Diseño”. Barcelona. Internet: www.joancosta.com/futuro_dise.htm

¹²⁶ Ecuador, YACHAY. Misión. Internet: www.yachay.ec/mision/

¹²⁷ Ecuador, Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano. IKIAM. Internet: www.conocimiento.gob.ec/ikiam/

4.1.5. LOS ACTORES CONSIDERADOS EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE DISEÑO

Los actores que deben ser considerados en la política nacional de diseño son aquellos que intervienen en la cadena productiva donde se pretende incorporar al diseño, quienes pueden ser directamente beneficiados por la política, son: el Estado, las PYMES, las empresas, los artesanos, las comunidades productivas, las cámaras de comercio, los emprendedores en general, la academia y los consumidores.



4.1.6. ADMINISTRACIÓN RESPONSABLE DE LAS POLÍTICAS DE DISEÑO

Los principales actores que se visualizan en el proceso de integración del diseño en la sociedad son: la Industria, el Gobierno, la Universidad, Comunidad de Diseñadores y Sociedad civil (consumidores)¹²⁸.

Para la formulación, desarrollo e implementación de la política nacional de diseño se debe contar principalmente con un cuerpo organizado a nivel local, regional y estatal de la comunidad de diseñadores. Quienes junto con la participación de organismos gubernamentales interesados en los beneficios que se pueden obtener para el país, son los encargados de elaborar las políticas y estrategias para lograr los objetivos definidos.

En el caso de nuestro país se debería contar principalmente con: Ministerio de Industrias y Productividad, Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, SENESCIT, el Instituto ecuatoriano de Propiedad Intelectual, el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, el

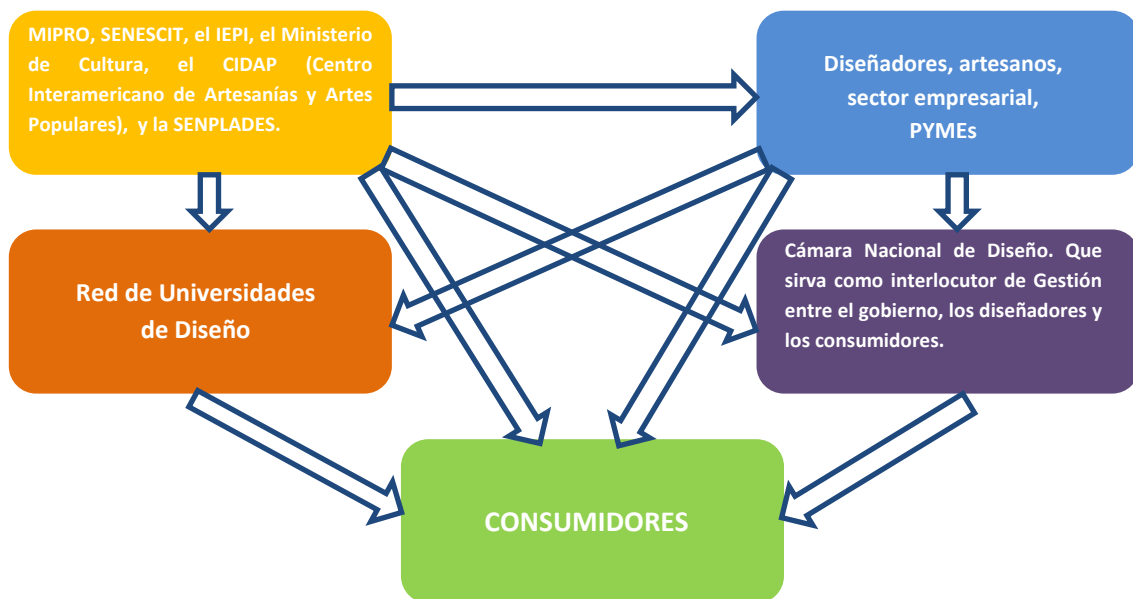
¹²⁸ GUERRERO CASTRO, Adriana (2008), Directora de la Escuela de Diseño, Universidad de La Salle Bajío. "Uniendo esfuerzos de Diseño en Guanajuato" Memorias del foro por una política de diseño en México.

Ministerio de Cultura, el CIDAP (Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares), y la SENPLADES. Para coordinar los elementos de la política que vayan de acuerdo con los planes de Desarrollo del país en los diversos aspectos como son: Producción, Cultura, Medio Ambiente, Inclusión Social, etc. encaminados hacia el Buen Vivir y se consideren todos los sectores productivos que pueden beneficiarse con el Diseño: diseñadores, artesanos, sector empresarial, PYMEs, etc. y por supuesto sin dejar de lado a los consumidores.

Concretamente en el país se está generando una vinculación entre el Estado y la Academia por medio del Ministerio de Cultura y la Red de Universidades de Diseño RUD, una muestra de ello fue el evento CROMÍA que fue mencionado en los antecedentes de este trabajo.

Hace falta concretar acciones para consolidar la comunidad de diseñadores.

Para lo cual se propone crear un organismo que promueva la integración, convergencia y cooperación entre las diferentes acciones del diseño en todo el país. Y se encargue de fomentar la interacción y el intercambio de información entre profesionales, académicos, estudiantes, empresarios y todos los que intervienen en el mundo del diseño en el Ecuador. Como una Cámara Nacional de Diseño. Que sirva como interlocutor de Gestión entre el gobierno, los diseñadores y los consumidores.



4.2. LINEAMIENTOS DE LA PROPUESTA DE LA POLÍTICA NACIONAL DE DISEÑO

Para desarrollar la política nacional de diseño se debe poner en consideración de los actores, los beneficios que el diseño tiene la capacidad de generar en la sociedad, en las diferentes áreas:

- **Económico-social:**

- . Permite el desarrollo de nuevos mercados nacionales, acelerando el ciclo económico para mantener un constante crecimiento. A través de esta estrategia se incrementará el PIB provocando un mayor bienestar social al atender la necesidad de empleos para la población y mejorar la calidad de vida.

- **Cultural:**

- Impulsar el cuidado y el desarrollo de patrimonio cultural
- Fortalecer la identidad nacional
- Fomentar el respeto hacia el trabajo intelectual, la propiedad intelectual.
- Promover el crecimiento de las Industrias Creativas en el país.

- **Educacional:**

- Permite la actualización académica al lograr una auténtica vinculación con el sector productivo.
- Integra programas para el desarrollo de proyectos de investigación necesarios para el desarrollo tecnológico en la academia.
- Eleva el nivel educativo al obtener resultados favorables generando una relación de crecimiento sostenido.

- **Innovación y Tecnología:**

- Impulsa el desarrollo tecnológico y de nuevos productos
- Incrementa la demanda de insumos para la creación de nuevos productos
- Alienta la competencia empresarial
- Promueve el uso de nuevas tecnologías en las plantas productivas con el fin de elevar la calidad, generando nuevas líneas de investigación.

- **Ambiental:**

- Promueve formas de producción con menor impacto ambiental
- Planifica un uso eficiente de los recursos
- Considera el desarrollo de productos o servicios en todas las etapas de su ciclo de vida
- Fomenta el uso de materiales más amigables con el ambiente.

4.2.1. POLÍTICA DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

Las políticas de investigación tienen como propósito generar nuevos conocimientos, así como la aplicación y difusión de los mismos.

Las políticas de investigación del Ecuador están siendo realizadas por el Sistema Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales, SENESCYT, y la SENPLADES. Se pueden encontrar en el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes para el buen vivir. Y se los pretende poner en práctica a partir de diversos proyectos como la ciudad del conocimiento YACHAY e IKIAM que representan espacios importantes para la investigación en el país.

Desde el punto de vista del diseño se deben enfocar acciones para introducirlo en los planes de promoción e impulso de la I+Dn+i (Investigación, Desarrollo de negocios e Innovación) a través de estos programas que está realizando el Estado. Debemos obtener un espacio en YACHAY e IKIAM para proyectos de investigación. El diseño puede contribuir con estudios sobre fibras naturales, nuevos materiales y procesos de configuración y desarrollo de productos y servicios.

Por otro lado se debe generar proyectos de investigación desde la academia para vincular al diseño con los distintos organismos y empresas que se dedican a la investigación, desarrollo e innovación de productos. Como los Institutos públicos de investigación IPIs y las empresas privadas. Para lo cual se debe establecer centros de investigación en Diseño dentro de las universidades en los que se realicen las siguientes actividades:

- Manejo conceptual y metodológico de la dinámica de proyectos y de investigación.
- Presentación de proyectos.
- Acompañamiento (iniciación, desarrollo, análisis y socialización de resultados).
- Realización de encuentros y jornadas de investigación.
- Participación en eventos institucionales, regionales y nacionales.
- Realización de proyectos interdisciplinarios.
- Intercambio de experiencias con pares investigativos, fomentando la realización de proyectos conjuntos y pasantías.
- Resumen periódico de los logros alcanzados.
- Retroalimentación para la construcción permanente del proceso¹²⁹.
- Publicaciones que socialicen los proyectos
- Configuración de productos que apliquen los conocimientos desarrollados.

La investigación en diseño genera innovación, ya sea en productos, servicios, materiales, tecnología, procesos, etc. Debemos lograr el posicionamiento de esa innovación en la sociedad ecuatoriana.

La política nacional de investigación de diseño debe incluir aspectos relacionados con el manejo de la Propiedad Intelectual, ya que la investigación e innovación genera nuevos productos, servicios y

¹²⁹ TRUJILLO, Adriana. *Semilleros de Investigación en Diseño*. Revista Actas de Diseño 8. Año IV, Vol. 8, Marzo 2010, Buenos Aires, Argentina.

procesos, que deben ser protegidos para beneficio del autor y del Ecuador, ya que el desarrollo de nuevo conocimiento es también producto exportable, generando mayores ingresos al país.

Gestión de la Innovación para el Buen Vivir



Líneas de Acción para Innovación y Transferencia de Tecnología



130

¹³⁰ SENESCYT. Agosto 2011. *Curso de Sistemas de Innovación y Políticas Públicas*. Internet. www.senescyt.gob.ec/

4.2.2. POLÍTICA INDUSTRIAL

La política industrial en nuestro país se enfoca en diversas acciones de las cuales voy a enumerar las concernientes con el diseño¹³¹:

1. Fomentar sectores, industrias y actividades productivas que generen mayor valor.
2. Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria.
3. Promover la producción de bienes y servicios de calidad.

En el Ecuador la industria manufacturera, después del comercio, es el sector que más aporta a la economía del país; su contribución al producto interno bruto nacional es alrededor del 14%. El 95% de las unidades productivas son PYMES (pequeña y mediana empresa) que generan el 60% del empleo pero existen varias dificultades que impiden su crecimiento, principalmente debido a su baja calidad de producción, la capacidad limitada para exportar, no dispone de información sobre mercados, insuficientes capitales de trabajo, ausencia de tecnología, deficiente control de calidad, falta de innovación y competitividad, entre otras razones¹³². En estos ámbitos el diseño puede intervenir con proyectos integrales que contribuyan al crecimiento de las PYMES y del sector manufacturero.

Por lo tanto la principal estrategia para la política Industrial de Diseño es conectar al diseño con las PYMES para mejorar sus capacidades de innovación, competitividad y diversificación de productos. Ya que el diseño posee capacidad para **“Aumentar la competitividad en las prácticas productivas mediante el uso de los conocimientos técnicos y dar mayor efectividad a los procesos de innovación, porque agrega valor y calidad a las políticas de Estado vinculadas a la producción y mejora la coordinación de estrategias públicas y privadas”**¹³³

El nuevo vicepresidente Jorge Glas anunció que el proyecto para su período de gobierno será construir una matriz productiva en Ecuador, “lo que significa generar un país que exporte electricidad, que las regiones amazónicas desarrollen su economía, generar industrias, empleo de mejor calidad, redistribución de la riqueza y fortalecer los sectores estratégicos. Se trata de una nueva forma de producir”¹³⁴. Para lo cual las 4 líneas de acción son:

- 1) Diversificar la producción, es decir hacer productos nuevos.
- 2) Agregar valor a los productos que ya se producen, ¿cómo generar un valor agregado?
- 3) La sustitución selectiva de importaciones, ¿qué se está hoy importando y qué se podría producir en nuestro país para evitar el incremento en estas importaciones?.

¹³¹ Ecuador, Ministerio de Industrias y Productividad. Política Industrial del Ecuador. 2008-2012.

¹³² Ecuador, Cámara de Industrias de Guayaquil. Marzo 2009. *El sector Industrial del Ecuador*. Internet. www.cig.org.ec/archivos/documentos/sector_industrial_web.pdf

¹³³ Encuentro Internacional de Políticas Públicas & Diseño. Buenos Aires, Argentina, 3 y 4 de mayo de 2010. Documento de Recomendaciones

¹³⁴ Diario El Tiempo. Diciembre 2012. Entrevista a Jorge Glas. Vicepresidente electo del Ecuador. Internet. <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/111366-glas-apuesta-por-una-matriz-productiva/>

4) Incrementar la oferta exportable. ¿Cómo las empresas ecuatorianas pueden producir más y de mejor calidad?¹³⁵

El diseño es una herramienta que puede contribuir en las 4 líneas de acción, es necesario promover el uso del diseño en el sector productivo. Además hace falta un organismo de control de la calidad de la producción nacional y control de las importaciones para favorecer a la industria local.

Por otro lado las universidades, empresas y profesionales del diseño debemos colaborar con el Ministerio de Industrias y Productividad en la promoción, desarrollo e implementación de políticas complementarias como: Políticas de Innovación y Desarrollo Tecnológico, Política de Desarrollo Artesanal, Política de Competencia, Política de Inversiones y otras.

Es prioritario para el país generar más productos nacionales para incrementar los ingresos y mejorar el nivel de vida. La realidad de nuestro país es que consumimos la mayoría de productos de marcas extranjeras e incluso se producen internamente estos productos y servicios que no nos pertenecen y lo que sucede es que gran parte de esta riqueza se fuga a los dueños de la marca. La solución para ello no es dejar de consumir esas marcas sino diseñar productos, servicios, destinos, entretenimiento, que satisfagan a nivel nacional e internacional y construir marcas que se posicionen en la mente de las personas¹³⁶.

En cuanto al sector artesanal es necesario desarrollar programas de vinculación con el diseño que capaciten y logren generar en los artesanos una cultura de diseño e innovación para sus productos. Ya que hoy en día los artesanos desconocen las necesidades que demandan los nuevos mercados y aunque estén llenos de tradición e historia sus productos se han vuelto obsoletos y poco competitivos, limitándose simplemente a ser adornos y souvenirs para los turistas.

Existen varios motivos por los cuales se ve interrumpida la tradición productiva de artesanías:

- La pérdida de interés por parte de las nuevas generaciones de las comunidades artesanas.
- La Desvalorización de los objetos artesanales.
- La falta de mercados.
- Invasión de productos baratos de baja calidad originarios de otros países o regiones.
- La falta de espacios dirigidos específicamente al desarrollo de estos grupos de talleres productivos.¹³⁷

El diseño puede impulsar la artesanía manteniendo el respeto a la tradición y sumando visión de innovación, convirtiéndose en un detonador de la artesanía, impulsando principalmente en las siguientes áreas¹³⁸:

¹³⁵ CAPEIPI. Noticias: MCPEC socializa en la CAPEIPI el cambio de la matriz productiva, Internet.

www.capeipi.org.ec/index.php/home#.UVLZQBxOwtV

¹³⁶ SAAVEDRA KURI, Enrique (2008), Director de Sol Consultores. "El Diseño en los negocios". Memorias del Foro por una política de diseño para México.

¹³⁷ Varios autores (2008). "Plan Nacional Estratégico para el Impulso del Diseño en México". Memorias del Foro por una política de diseño para México.

¹³⁸ MARTÍNEZ, Rosemary (2008). "¿Cómo puede el diseño impulsar las artesanías?". Memorias del Foro por una política de diseño para México.

4. Análisis de Mercado: ayudando a determinar el mercado idóneo para el producto.
5. Elementos de diferenciación e identidad de la comunidad: cada comunidad de diferenciarse de las demás, estudiando bien sus fortalezas y poder impulsar su valor.
6. Capacitación en el diseño del producto: Motivando a los artesanos a volver a la fuente original de su inspiración y tradición pero desde una visión estratégica, capacitarlos para la adecuación de los productos ya sea ergonómica o funcionalmente, apoyar el uso adecuado de materiales y llevar al artesano a una maduración creativa donde sea capaz de innovar por sí mismo.
7. En el proceso de producción: haciendo eficientes y óptimos los procesos, y optimizando los recursos para la producción.
8. Promoción adecuada de la pieza: por medio de la identidad gráfica, el etiquetado, empaque y embalaje.
9. Sistema inteligente de retroalimentación continua.

Dentro de la política industrial de diseño se debe considerar también lo relacionado al Medio Ambiente, debido a que las prácticas productivas son uno de los factores más contaminantes de todas las actividades humanas. El diseño puede contribuir notablemente gracias a su potencial proyectual, es decir que puede detectar los impactos en las etapas previas a la fabricación y construcción. Es indispensable que durante la etapa de diseño se consideren todas las variables implicadas en el proceso para reducir el impacto ambiental. De donde se obtienen los materiales y materias primas, cuánta energía involucra el desarrollo de un producto, qué clase de materiales y procesos se está utilizando, cómo se desecha el producto, consideraciones respecto al empaque y embalaje del producto, cuánto tiempo es la vida útil del producto, etc. y establecer incentivos a las empresas que tengan prácticas productivas menos nocivas para el medio ambiente y penalizar a las que contaminen más.

4.2.3. POLÍTICA DE EDUCACIÓN

La política nacional de educación para el diseño debe dirigirse principalmente a crear un cuerpo de conocimiento del diseño, teórico y práctico, basado en las necesidades propias de nuestra realidad nacional y global.

Existen algunas carencias a nivel educativo con las que se enfrenta el diseño¹³⁹:

- En gran parte de las convocatorias destinadas a fomentar la creatividad de los estudiantes se observa la falta de reconocimiento institucional a la creación de una idea o un diseño al violar el derecho a la propiedad intelectual.
- La falta de vinculación eficiente y eficaz con el sector productivo.

¹³⁹ Varios Autores (2008), "Plan Nacional Estratégico para el Impulso del diseño en México". Memorias del foro por una Política Nacional de Diseño. México.

- Algunos estudiantes cuentan con gran capacidad para la creación intelectual e incluso el modelado, sin embargo hay una carencia de talleres y en otros casos de herramienta, equipo, material y espacios.

Se debe incluir en la política:

- Contar con exigencias niveladoras de las instituciones que regulan el ámbito universitario.
- Validación de las carreras a nivel nacional.
- Constante revisión de las teorías que sostienen el campo del Diseño, puestas a consideración como forma de fortalecer la propia disciplina.
- Propender a la vinculación entre la academia con los sectores productivos para disminuir la brecha que existe entre la formación académica y la práctica profesional.
- La implementación del concepto de responsabilidad social en la formación de los diseñadores, es trascendente en la mejora de los vínculos sociales y en el acceso a mejoras en la calidad de vida.
- Generar más espacios de promoción y difusión del diseño como ferias, casas abiertas, exposiciones, salones, concursos, etc.
- Considerar el factor cultural y de identidad nacional como fundamental en formación de los diseñadores nacionales.
- Incluir en los programas de enseñanza primaria y secundaria cursos que fomenten el interés por la investigación, la creatividad y el diseño.

4.2.4. POLÍTICA CULTURAL

La política cultural del Ecuador está orientada a garantizar el ejercicio de los derechos culturales y el desarrollo de los principios constitucionales para el pleno ejercicio del Buen Vivir. El Estado, a través del Ministerio de Cultura, de los Institutos que conforman el Sistema Nacional de Cultura y de las entidades territoriales, establece estímulos especiales y promueve la creación, la actividad artística y cultural, la investigación y el fortalecimiento de las expresiones culturales. Para lo cual establece, entre otros programas, bolsas de trabajo, becas, premios anuales, concursos, festivales, talleres de formación artística, apoyo a personas y grupos dedicados a actividades culturales, ferias, exposiciones, unidades móviles de divulgación cultural, y otorga incentivos y créditos especiales para artistas sobresalientes, así como para integrantes de las comunidades locales en el campo de la creación, la ejecución, la experimentación, la formación y la investigación a nivel individual y colectivo en todas y cada una de las expresiones culturales¹⁴⁰.

El Diseño interviene en la Cultura como parte de las Industrias Culturales, que son «aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades

¹⁴⁰ Ecuador, Presidencia de la República. Versión Final de la Ley de Cultura. Internet: es.scribd.com/doc/19810970/Version-Final-Ley-de-Cultura

de contenido cultural, artístico o patrimonial>>¹⁴¹ aunque en el país aún no tiene el diseño el reconocimiento como parte de estas Industrias Creativas.

Por es importante que la política nacional de diseño contemple acciones para que seamos reconocidos como generadores de productos y servicios con carga cultural.

El Ministerio de Cultura se encuentra generando propuestas para la potenciación de las Industrias culturales y dentro de los nuevos proyectos ya se contempla al diseño. Las Industrias culturales que se proyectan para ser impulsados y promovidos son¹⁴²:

- Sector fonográfico
- Sector editorial
- Sector cinematográfico
- Sector artesanal y de diseño

La política nacional de diseño en la cultura debe considerar la incorporación de elementos de identidad nacional en el desarrollo de productos y servicios.

4.2.5. PLANIFICACIÓN DE INICIATIVAS, ACTUACIONES Y PROGRAMAS PREVISTOS

A partir de la exploración de los componentes que abarca la Política Nacional de Diseño se propone Iniciativas y Programas concretos de actuación.

Las Acciones se dividen en 6 categorías:

- Construcción de la Infraestructura del Sector Diseño
- El sector Público
- Investigación e Innovación
- Educación
- Industria
- Cultura

¹⁴¹ UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura). Políticas para la creatividad. Internet: unesco.org/new/es/culture/

¹⁴² Entrevista realizada a Luis Vallejo, Director del departamento de Diseño del Ministerio de Cultura. Organizador del evento CROMIA.

1. Construcción de la Infraestructura del sector Diseño:

Es necesario primero consolidar el sector diseño en el país para que a partir de allí se pueda articular la planificación, desarrollo e implementación de diversos planes y programas. Y también es necesaria la promoción del diseño para dar a conocer a la sociedad sus potencialidades.

Para ello se proponen las siguientes acciones:

- Crear una Cámara de Diseño a nivel nacional que sea representante de la capacidad innovativa del país. Que ofrezca espacios para: exposiciones, seminarios, reuniones de industrias creativas, educación, espacio para entidades profesionales, incubadoras de negocios, oficina de servicios de diseño, difusión de conocimiento entre las empresas creativas, etc.
- Generación una sólida Red de diseño Nacional, para facilitar el intercambio de conocimiento y de proyectos y programas entre las diferentes provincias y ciudades.
- Establecer una red de diseño Regional para la interacción a nivel latinoamericano.
- Desarrollar un programa Nacional de diseño que contemple, planifique y evalúe iniciativas, y que sea un apoyo logístico y financiero para el diseño de productos y servicios nacionales. Y que pueda mediar entre herramientas de financiación y grupos de empresas con necesidades comunes de diseño articulando con organizaciones intermedias (cámaras, federaciones, fundaciones).
- Generar indicadores que permitan determinar cualitativa y cuantitativamente los resultados de incorporar al diseño estratégicamente en las industrias, empresas, pymes, etc.
- Establecer bancos de datos de diseñadores y un centro de recursos informáticos que permitan compartir información a través de las redes.
- Editar y publicar un anuario de Diseño Ecuatoriano.
- Elevar el interés de las empresas locales en diseño. A través de talleres, seminarios, conferencias, capacitaciones y exposiciones.
- Promover la imagen del país o de una región utilizando el diseño como identidad. A través de la generación de la “Marca Ecuador” para productos de diseño ecuatoriano.
- Establecer un sello de Buen Diseño en el país.
- Promover la imagen del diseño nacional en el exterior. Mediante campañas de promoción de la marca nacional, participando en ferias y concursos internacionales.
- Creación de Premios y reconocimientos al buen diseño nacional y promoverlos públicamente.
- Publicar y dar a conocer los casos de éxito de uso del diseño en el país.
- Educar a la población en general para lograr una apreciación del diseño y preferencia por productos y servicios de calidad. Estableciendo una cultura del diseño a nivel nacional. Utilizando campañas y promoción de los productos de diseño nacionales.

- Generar una publicación de diseño nacional que sistemáticamente informe a los fabricantes sobre las investigaciones y aplicaciones de diseño y se distribuya regularmente.

2. El Sector Público:

Es un espacio fundamental para el reconocimiento e integración del diseño en los proyectos gubernamentales.

- Definir un Plan Nacional de diseño a largo plazo que permita establecer metas claras para desarrollar el sector diseño en todo el país.
- Generar indicadores que permitan evaluar los impactos reales del diseño en la sociedad ecuatoriana. Por ejemplo para calcular el aporte del diseño en la economía, cual es la incidencia que tiene en el PIB.
- Aprovechar la importancia del sector público, participar en la adquisición de bienes y servicios públicos, para innovar, impulsar y promover mejores servicios a menor costo.
- Promover el uso del diseño en el sector público, vinculando al diseño con los ministerios y sus programas y proyectos.
- El sector público como modelo y promotor de la cultura del diseño: Amueblamiento de edificios públicos y embajadas.

3. Investigación e Innovación:

- Incluir al diseño en los programas de la SENPLADES, en el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes para el Buen Vivir.
- Conseguir espacios para la Investigación e Innovación en Diseño en los proyectos de gobierno: YACHAY e IKAM.
- Impulsar a la realización de proyectos de investigación de diseño en la Academia.
- Crear centros de Investigación en Diseño en las Universidades.
- Vincular a la Academia con las empresas y organizaciones que se dedican a la investigación e innovación de productos.
- Proteger los derechos de Propiedad Intelectual.
- Realizar publicaciones que socialicen los proyectos de Investigación e Innovación en diseño
- Impulsar el desarrollo de productos que incorporen los conocimientos obtenidos en las investigaciones.
- Crear programas de apoyo financiero para proyectos de Investigación e Innovación.

4. Educación:

- Vincular a las Escuelas de diseño con la industria y los sectores productivos, para alinear la enseñanza con la demanda profesional.
- Subir el nivel de la Investigación en Diseño a nivel Académico.
- Establecimiento de un centro de innovación multidisciplinario orientado hacia la investigación y desarrollo de tecnologías aplicadas.
- Co financiar investigaciones de diseño junto con grupos o segmentos empresariales que fomenten la competitividad de las empresas.
- Contar con exigencias niveladoras de las instituciones que regulan el ámbito universitario.
- Validación de las carreras a nivel nacional.
- Constante revisión de las teorías que sostienen el campo del Diseño, puestas a consideración como forma de fortalecer la propia disciplina.
- La implementación del concepto de responsabilidad social en la formación de los diseñadores, es trascendente en la mejora de los vínculos sociales y en el acceso a mejoras en la calidad de vida.
- Generar más espacios de promoción y difusión del diseño como ferias, casas abiertas, exposiciones, salones, concursos, etc.
- Considerar el factor cultural y de identidad nacional como fundamental en formación de los diseñadores nacionales.
- Incluir en los programas de enseñanza primaria y secundaria cursos que fomenten el interés por la investigación, la creatividad y el diseño.
- Establecer un Plan de Estudios con cuerpo teórico de conocimiento del diseño a nivel nacional.
- Homologación de títulos a nivel nacional
- Fijar el marco respecto del perfil del egresado: que de la tecnicatura egrese un tecnólogo; de la licenciatura, profesionales con un rol más alto y de las maestrías: nuevos docentes anclados en la investigación.
- Reafirmar el concepto de responsabilidad social en la enseñanza Académica.
- Generar un pensamiento de diseño que vaya de acuerdo a nuestra realidad, y contribuya con la construcción del Buen Vivir.

5. Industria:

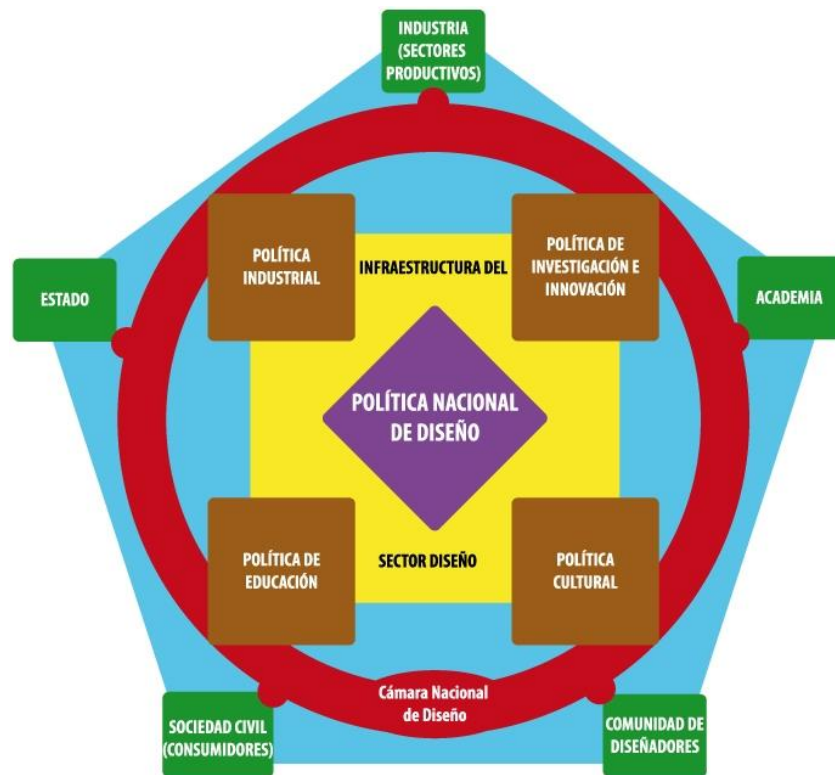
- Establecer un centro de Información en Diseño y crear bases de datos de diseñadores para acceder a servicios de diseño.
- Programas de asesoría de diseño para las industrias, PYMES y sector artesanal.
- Fortalecer las capacidades locales de innovación.
- Incrementar la inversión en desarrollo de diseño, especialmente en las PYMES.
- Desarrollar registros de las experiencias de incorporación de diseño a nivel nacional.
- Fortalecer de las relaciones entre gobierno – universidad – industria.

- Reafirmar de los beneficios del uso de derechos de Propiedad Intelectual y registro de Patentes.
- Desarrollar un grupo de industrias y actividades emergentes y multidisciplinarias que sea relevante.
- Abrir el diseño a nuevos mercados e industrias.
- Crear premios y distinciones para empresas nacionales que trabajen incorporando diseño.
- Agrupar, proteger e impulsar el trabajo de los pequeños talleres productivos: carpinteros, alfareros, talabarteros, de forja, herrería, joyería, etc. con el fin de estructurar y organizar la planta productiva de la pequeña industria nacional.
- Establecer la tecnificación de los pequeños talleres evitando la dependencia tecnológica, con la finalidad de abarcar nuevos mercados y provocar un desarrollo nacional sustentable.
- Conectar al diseño con los ejes de acción del cambio de la matriz productiva nacional.
- Establecer normas y estándares de calidad de la producción nacional
- Establecer normas que regulen las importaciones, tanto a nivel de la calidad de los productos que se importan como seleccionar qué productos se deben importar y cuáles no para favorecer a la Industria Nacional.
- Crear un Sello de Buen Diseño Nacional.
- Vincular al diseño con el sector artesanal
- Realizar seminarios, talleres y capacitaciones en diseño para empresas y sociedad civil.
- Establecer normas ambientales para el desarrollo de productos.
- Certificar la procedencia de los materiales que se utilizan y dar incentivos al uso de materiales amigables con el ambiente.
- Generar incubadoras de negocios que expandan los mercados locales.
- Promocionar el buen diseño en mercados internacionales.
- Crear una ficha de información sobre materias primas y componentes para la industria disponibles en el país con sus características físicas, químicas, procedencia, toxicidad, coeficiente de agua embebida, coeficiente de energía embebida, huella de carbono, etc. para que al momento de diseñar se pueda considerar estos aspectos para seleccionar el material más idóneo.
- Promover premios e incentivos para los productos y servicios que sean menos agresivos con el medio ambiente.
- Diseñar una política de extracción para el aprovechamiento del capital natural. Para hacer un uso responsable y controlado de los recursos naturales, principalmente los no renovables. Generar índices que midan la importancia y disponibilidad de los recursos para poder planificar la producción con base a la proyección de disponibilidad de materiales.
- Elaborar una legislación ambiental que controle los productos maderables para prevenir la deforestación excesiva, tanto la legal como la ilegal.
- Establecer regulaciones para los empaques, para incentivar el diseño de empaques con menor impacto ambiental, por un lado, y que se tome en cuenta y se comunique sobre el desecho del empaque para que los consumidores participen en el proceso de selección, separación y reciclado de estos desechos.

- Establecer un impuesto a lo desechable para que exista una mayor consciencia en los productores y que refleje la pérdida del capital natural y el costo del manejo de su desecho.

6. Cultura:

- Promover la creación de objetos y servicios que tengan valores materiales y simbólicos que aporten a la identidad nacional y a la conservación de saberes y prácticas ancestrales.
- Promover una cultura de consumo consciente, que vaya de acuerdo con los valores del Buen Vivir.



5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES:

En el mundo actual la globalización y el desarrollo tecnológico han permitido la expansión de los mercados dominantes, la propagación de la información, la internacionalización de las culturas e ideologías. Y en este contexto las políticas de los países se ven inmersas en las dinámicas de los grandes mercados y los países con mayor producción tecnológica, científica y de mayor influencia cultural son los que lideran la economía mundial. Pero dado el imparable crecimiento de estos mercados es cada vez más difícil ser competitivo, porque existen demasiados productos y servicios de la misma variedad, mismos precios, mismas formas y concepciones. Y como respuesta a esta realidad los países han encontrado que el volver a la diferenciación, a la búsqueda de la identidad cultural es el nuevo valor para destacar a nivel mundial.

De allí nacen las Sociedades del Conocimiento que son el ideal de naciones que se quiere construir, que se basan en el conocimiento de sus ciudadanos para impulsar la innovación, el espíritu empresarial y el dinamismo de su economía.

El diseño es una profesión que ha logrado posicionarse como un factor primordial de innovación a nivel mundial. Los países más desarrollados y las grandes empresas e industrias han encontrado en el diseño un aliado para mejorar la producción y la competitividad, y también como el componente de diferenciación que les permite destacar en los saturados mercados a nivel mundial. Y gracias a ello han conseguido un aumento del volumen de ingresos y la consecuente mejora en el bienestar social de un país con una economía en crecimiento.

En los países más desarrollados se inició con acciones de promoción y fortalecimiento del sector diseño hace ya varias décadas. Para ello se valieron de vincular el diseño y los beneficios que genera su buen uso con las acciones gubernamentales. Por medio del desarrollo de políticas públicas que consideren al diseño como elemento potenciador de la economía de los países. A través del estudio de las experiencias de estos países se puede constatar el éxito que ha representado y continúa representando la incorporación del diseño en las actividades económicas de un país.

En nuestro país no existe un uso estratégico del diseño como una herramienta que puede potenciar la economía. Tampoco existe una cultura de diseño o un nivel suficiente de conocimiento de nuestra profesión, ni por parte de los empresarios, ni de la industria, ni del gobierno, ni del público en general. Por lo que es pertinente empezar a considerar iniciativas que demuestren a nivel nacional los beneficios que el diseño puede brindar a la sociedad ecuatoriana.

La realidad de nuestro país presenta en estos momentos el escenario ideal para la formulación de políticas de diseño, ya que a nivel del gobierno existe gran apertura y apoyo para programas y actividades de Innovación, Desarrollo e Investigación, de diversificación de la matriz productiva, de generación de industrias de productos con valor agregado para dejar de ser una economía primaria (extractivista), e iniciativas que contribuyan con el rescate de los valores culturales y de identidad nacional.

Está comprobado que el diseño tiene potencial para aumentar la competitividad en las empresas, lo cual activa el aparato productivo nacional y por tanto genera un crecimiento económico, del cual derivan acciones que pueden contribuir al desarrollo social y a un mejoramiento en la calidad de vida de los ecuatorianos. También tiene potencial para aumentar el acervo cultural de un país al incorporar la carga simbólica y de identidad que poseen los objetos.

Es importante observar todo el ámbito de actuación que tiene el diseño en una sociedad y no limitarlo al servicio de mercados particulares. Es necesario extrapolar su dimensión social para aplicarla en beneficio de las mayorías, para construir una sociedad más justa, equitativa y solidaria.

Los elementos necesarios para generar una política de diseño en el país están dispuestos. Ahora depende de nosotros, la comunidad de diseñadores ecuatorianos, organizarnos y emprender las acciones necesarias para expandir y consolidar el campo profesional de actuación del diseño, para nuestro beneficio y para poder aportar al beneficio de nuestra sociedad.

5.2. RECOMENDACIONES:

Se recomienda tomar acciones en la práctica para lograr una política nacional de Diseño, que beneficie a los profesionales del diseño y nos permita desde nuestra labor contribuir al bienestar de nuestro país.

Este estudio se ha enfocado en elaborar una aproximación a la contextualización de la realidad del diseño en nuestro país y a mostrar las diversas maneras en las que el diseño puede incidir en una sociedad (economía, cultura, bienestar social). Se recomienda continuar con la investigación del estatus actual del diseño, para poder construir un proyecto de Diseño que esté de acuerdo con las necesidades reales.

Desde el punto de vista educativo también es importante considerar la dirección en la que está encaminada la formación de los diseñadores nacionales, y la realidad nacional de la educación en diseño. En estos momentos se han realizado reformas a las leyes de educación superior y se está buscando construir una educación superior de alta calidad y que haga énfasis en la investigación e innovación, como los factores fundamentales que la realidad laboral del país requiere. Las escuelas e institutos de diseño en el país tienen estructuras académicas aisladas entre sí. Sería oportuno establecer relaciones entre los organismos de educación del diseño para formar un cuerpo del conocimiento sólido a nivel nacional y posteriormente regional (latinoamericano); dado que los requerimientos de las sociedades modernas son justamente los vinculados a generar conocimiento propio.

Es necesario tomar acciones de promoción del diseño para darnos a conocer en el país. De las encuestas realizadas se pudo notar que la percepción de los diseñadores acerca de su desempeño profesional y aceptación social no son los mejores. Hay un consenso al respecto de que no hay coherencia entre la labor que el diseño profesional está desempeñando en nuestra sociedad y la

que los diseñadores suponen debería desempeñar. Hace falta analizar esta situación para determinar acciones que encaminen el posicionamiento de nuestra profesión en los ámbitos que nos corresponden.

En la actualidad existen muchas tendencias y corrientes de pensamiento, ante las cuales las personas, las instituciones y la sociedad en general deben tomar una posición, deben definir su forma de entender y proceder ante los acontecimientos, es decir definir una ideología. En el campo del diseño sucede lo mismo, existen diversas corrientes y conceptos de diseño que de alguna manera enfocan la dirección de nuestra actuación como profesionales. En este trabajo se ha planteado el Diseño Socialmente Responsable como el concepto necesario para encaminar la actuación del diseño en el marco de las políticas públicas del Ecuador. Es fundamental definir el concepto de diseño sobre el cual se va a dirigir la actuación profesional. En estos tiempos en los que se debe pensar no solo en el impacto económico de nuestras actividades sino también el impacto social, cultural y ambiental, es recomendable analizar acerca de la responsabilidad social que todos los seres humanos, profesionales, diseñadores tenemos.

Por último recomiendo que se propicien acciones para la creación de una Cámara Nacional de Diseño que aglutine los intereses de nuestra profesión y sirva de vínculo entre la oferta y demanda de diseño en el país, se encargue de promover la cultura del diseño a nivel nacional y facilite el intercambio y difusión de conocimiento entre los diseñadores.

6. BIBLIOGRAFÍA

ADP, Asociación de Diseñadores Profesionales. Marzo de 2005. *Para una nueva política del diseño en España. Memoria descriptiva y técnica*. Barcelona.

Agusto Fabiana Griselda; Buron Amparo Mabell; Ochoa Saad Alejandra Silvina; Valdez Carlos Fernando. *Cultura material. La historia en la formación del diseñador industrial*. Publicado de la página 59 a la 61 en la Revista Actas de Diseño Nº10. Año V, Vol. 10, Marzo 2011, Buenos Aires, Argentina

AGIM Corporation. Glosario Económico. Internet. www.agimmobilier.com/resource-center/glosario-economico

AIGA. Design improves society. Social Engagement. Internet. www.aiga.org/why-design-social-engagement/

Arias Alvear, José. Marzo 2011. Internet. *Políticas Públicas del Ecuador*. www.buenastareas.com/ensayos

Asamblea Constituyente. *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*.

Baena, Eva. Noviembre 2009. *El Sector Público*. Internet. aprendeconomia.wordpress.com

Barrera Jurado, Gloria Stella.2004. *DISEÑO CON RESPONSABILIDAD SOCIAL*. Investigadora y Coordinadora Equipo de Investigación. Departamento de Diseño Industrial. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.

Barriga, Xavier. Octubre 2011. ESTUDIO DESDE LA COMUNICACIÓN VISUAL DEL MODELO MENTAL EN LA CULTURA ECUATORIANA, PARA LA APLICACIÓN EN EL DISEÑO GRÁFICO. Trabajo de Fin de Carrera. Universidad Católica. FADA. Escuela de Diseño. Quito.

Botella, Jorge. Agosto 2003. *Lo Público, lo privado, lo social*. Internet. www.papelesparaelpromgreso.com

Calvera, Anna; Taranto, Fabián; Veciana, Stella. 2005-2008. *Políticas públicas nacionales para el aprovechamiento del diseño.pdf*. Barcelona. Internet. www.adp-barcelona.com

Cámara de Industrias de Guayaquil. Marzo 2009. *El sector Industrial del Ecuador*. Internet. www.cig.org.ec/archivos/documentos/sector_industrial_web.pdf

Centro Promotor del Diseño. México. Internet. www.centrodiseno.com

CEPAL. Mayo 2007. *Cohesión Social. Inclusión y Sentido de Pertenencia en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidad. Chile.

Conferencia de Carlos Hinrichsen, Director de la Escuela de Diseño Duoc UC, de Chile, Invitado de Honor del Primer Congreso Latinoamericano De Enseñanza Del Diseño. Universidad de Palermo. Buenos Aires. 2010

Cox, George. Septiembre 2005. *The barriers to greater creativity in the smaller business*. Chapter 3. Internet. www.hm-treasury.gov.uk/d/coxreview

Da Cunha, Ana. El Diseño como factor de agregación social – Proyectos Guaraná Power y Ph5 Lamp –Superflex. Secretaría de Educación del Estado, SEE, Sao Paulo. Brasil.

Definición ORG. Internet. *Bienestar social*. www.definicion.org/

Definición de bienestar social - Significado y Concepto. Internet. definicion.de/bienestar-social/

Design Council. *Industry Challenges: Security*. Internet. www.designcouncil.org.uk/our-work/challenges/Security/

Design Brazil. *Desing Excellence Brazil*. Internet. debrazil.designbrasil.org.br

Design Council. *Industry Challenges: Health*. Internet. www.designcouncil.org.uk/our-work

Design Council. *Our History*. Internet. www.designcouncil.org.uk

Design Council. 2007. *The value of design. Factfinder Report*. Internet. www.designfactfinder.co.uk

Design Forum Finland. *Prizes and Competitions*. Internet. www.designforum.fi

Design Museo. Internet. www.designmuseum.fi/main.asp?sid=2

Designsingapore. *Who we are*. Internet. www.designsingapore.org

Designsingapore. *Why design*. Internet. www.designsingapore.org

DesignSingapore Council, Ministry of Information, Communications and the Arts.2009. *Strategic Blueprint Of The Designsingapore Initiative*. Internet. www.designsingapore.org/Files/Dsg_II_Strategic_Blueprint.pdf

Designium. the New Centre of Innovation in Design in the University of Art and Design in Helsinki. Octubre 2003. *“Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions”* Finlandia.

Diccionario de Conceptos económicos. Internet. www.ecobachillerato.com/diccionario

Diccionario Definición ABC. 2007-2013. Definición de Desarrollo Social. Internet. www.definicionabc.com/social/

Diccionario Definición ABC. 2007-2013. Definición de bienestar Social. Internet. www.definicionabc.com/social

Enciclopedia Virtual. Glosario de Conceptos políticos usuales. Internet. www.eumed.net/diccionario

Encuentro Internacional de Políticas Públicas & Diseño. Buenos Aires, Argentina, 3 y 4 de mayo de 2010. Documento de Recomendaciones

Finnish design. *Design Forum Finland*. Internet. www.finnishdesign.com/finnish-design/design-forum

Finnish design. *Design Companies*. Internet. www.finnishdesign.com/finnish-design-companies

Gloria Stella Barrera Jurado y Ana Cielo Quiñones Aguilar. 2009. *DISEÑO SOCIALMENTE RESPONSABLE*. Ideología y participación. Ed. Editorial Javeriana. Colombia.

H Estudio. Enero 2013. *Diseño como estrategia*. Internet. hachestudio.com/

Instituto Superior de Diseño. Galería. Internet. www.isdi.co.cu/galeria.html

Impiva Disseny. Junio 2006. *El diseño como estrategia*. Internet. www.impivadisseny.es/es/disen-y-empresa/como-puede-el-disen-ayudar-a-la-empresa/el-disen-como-estrategia.html

Impiva Disseny. Junio 2006. El diseño bien gestionado. Internet. www.impivadisseny.es/es/disen-y-empresa/como-puede-el-disen-ayudar-a-la-empresa/el-disen-gestionado-es-una-potente-herramienta-de-competitividad.html

Korea Design Center. Showcase. Internet. <http://koreadesigncenter.com>

La Calle, Alberto. Septiembre 2007. Estrategia y Diseño. Internet. albertolacalle.com/diseño/escalera.htm

Lo Público Y Lo Privado. Noviembre 2010. Internet. www.buenastareas.com/ensayos/

Martínez Días, Angélica. Autogestión Comunitaria. Puerto Rico. Internet. academic.uprm.edu/amartinez/

Martínez, Jorge Rodríguez. "Memorias 2008". Congreso Nacional de administración y tecnología para la arquitectura, ingeniería y diseño, *POLÍTICAS NACIONALES DE DISEÑO: CASOS DE ÉXITO EN DISEÑO INDUSTRIAL EN MÉXICO*.

Memorias del Foro Por una Política Nacional de Diseño para México. Comisión Especial de Prospectiva para la definición del Futuro de México. Cámara de Diputados LX Legislatura.

Miasaki, Debora; pougy, Geraldo; Saavedra, Juan. Septiembre 2006. *Panorama de Acciones de Diseño en Brasil*. Centro de Design Paraná. Reporte solicitado por la Agencia Brasileira de Desarrollo Industrial. Internet. www.designbrasil.org.br

Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. *Valores*. Internet. www.desarrollosocial.gob.ec

MINISTERIO DE EDUCACIÓN. *Qué es el Buen Vivir*. Internet. www.educacion.gob.ec/buen-vivir-eed.html

Ministerio de Industrias y Productividad. Política Industrial del Ecuador. 2008-2012.

Ministerio de Inclusión Económica y Social. El Ministerio. Internet. www.inclusion.gob.ec

PAPANÉK, Víctor (1971) *Diseñar para el mundo real, ecología humana y cambio social*. H. Blume Ediciones. Madrid.

Plan Nacional de Ciencia y Tecnología. *Ámbito*. Internet. www.somosciencia.gob.ec/index.php?option=com_easyblog&view=entry&id=6&Itemid=7

Plan Nacional de Ciencia y Tecnología. Diseño Participativo del Plan. Internet. www.somosciencia.gob.ec/images/docs/SENESCYT_SENPLADES_Presentacion_Metodologia_27122011.pdf

Plan Nacional de Ciencia y Tecnología. Componente de Tecnología e Innovación. Internet. www.somosciencia.gob.ec/images/docs/innovacion/Resumen_Tecnologia_e_Innovacion_10.11.2011.pdf

Plan Nacional de Ciencia y Tecnología. *Qué es el Plan*. Internet. www.somosciencia.gob.ec/

Plan Nacional de Diseño. *Sello Buen Diseño*. Argentina. Internet. <http://www.pnd.gov.ar>

Premio Quorum. Internet. <http://quorum.org.mx/>

Provea ONG. Agosto 2011. *¿Qué son las políticas públicas?* Video. Internet. www.youtube.com/watch?v=SMj6rfU3tDE

Qué son las políticas públicas y por qué son importantes. Enero 2009. Internet www.rrhhblog.com

Raulik, Gisele. Septiembre 2006. *Panorama Internacional de Políticas de Promoción e Incentivo de Diseño*. Reporte preparado petición del Ministerio de Desarrollo, Industria, Comercio Exterior. MDIC. Brasil.

Revista a! diseño. Internet. www.a.com.mx/

Revista Acto Diseño 11. Diseño y Políticas Públicas. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes. 2011.

Revista d- culto. *Diseño Industrial en Cuba*. Internet. www.d-culto.com

RODRÍGUEZ MUSSO, ALEJANDRO. Octubre 2006. *El diseño como estrategia cultural*. Internet. <http://foroalfa.org/articulos/>

Rodríguez Musso, Alejandro; Rodríguez Bastías, Diego. Mayo 2007. *Política Nacional de Diseño para Chile*.

Roldan García Andrés Felipe. Pensamiento *Paralelo en la educación del diseño*. Revista Actas de Diseño Nº10. Año V, Vol. 10, Marzo 2011, Buenos Aires, Argentina

Ryynänen, T. toni. 2006. University of Art and Design Helsinki, Finland. *Representations of Finnish Design Policy Discourses of Design Policy in Economical Press*. Design Research Society . International Conference in Lisbon . IADE.

SENESCYT. Consulta de Institutos de Educación Superior. Internet. www.senescyt.gob.ec

SENESCYT. *Instituto Ecuatoriano de la propiedad Intelectual*. Agosto 2011. Internet. www.senescyt.gob.ec/c/

SENESCYT. Agosto 2011. *Curso de Sistemas de Innovación y Políticas Públicas*. Internet. www.senescyt.gob.ec/

SENESCYT. *Ecuador brilla con luz propia en el contexto Internacional*. Internet. www.senescyt.gob.ec

Sistema Tecnológico de Monterey. Marzo 2009. Bosquejan políticas públicas para el desarrollo del diseño. México. Internet. www.itesm.edu

Superflex. Photo. *Workshop between Superflex and Guarana farmers*. Internet. www.superflex.net/

SUPERFLEX. *Proyecto Guaraná Power*. Internet. www.superflex.net/tools/guarana_power

Surt Foundation. Enero 2010. *Definición: Cohesión Social*. Internet. understandingsocialscience.wordpress.com

Torres, Mariela; Paz, Karim. Tamaño de una muestra para investigación de mercado. Facultad de Ingeniería. Universidad Rafael Landívar. Internet. www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_02_BAS02.pdf

Trujillo, Adriana. *Semilleros de Investigación en Diseño*. Revista Actas de Diseño 8. Año IV, Vol. 8, Marzo 2010, Buenos Aires, Argentina.

Universidad Católica del Ecuador. Carrera de Diseño. *Objeto de Estudio*. Internet. www.puce.edu.ec

Universidad de Palermo. *Primer Congreso Latinoamericano de enseñanza en diseño*. Internet. www.palermo.edu/dyc/congreso-latino/primer-congreso.html

ANEXOS

Las Respuestas de la Encuesta sobre la Noción Popular del Diseño fueron las siguientes:

1. **Edad:** 32 años

Ocupación: Técnico

Diseño es: el dimensionamiento, estructura, forma, de equipos y estructuras

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Los logotipos de los ministerios

2. **Edad:** 27 años

Ocupación: Ingeniera Agroindustrial

Diseño es: dar forma y colores a las cosas que utilizamos

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Artesanías de Otavalo, objetos de tagua de Esmeraldas, marca "Ecuador ama la vida"

3. **Edad:** 35 años

Ocupación: Secretaria

Diseño es: hacer de cualquier lugar o espacio un ambiente más funcional

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: DUPLA

4. **Edad:** 30 años

Ocupación: Ingeniero Agroindustrial

Diseño es: cambiar la adecuación, decoración, funcionamiento, forma, de espacios y cosas

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Tribu

5. **Edad:** 24 años

Ocupación: Secretaria

Diseño es: el arte de crear algún objeto con un sentido estético y para una finalidad

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Maqueño Republik

6. **Edad:** 66 años

Ocupación: Ingeniero Civil

Diseño es: como profesión es una actividad super importante de primer nivel creativo. El diseñador plasma en realidad (planos, prendas, cuadros, lienzos, etc.) los más altos niveles de creatividad

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Desde vehículos, maquinaria, electrodomésticos, cerámica, plásticos, hasta vestidos, zapatos, etc. Como AYMESA, METROCAR, ELECTROLUX, GENERAL, LANAFIT, BUESTAN, etc.

7. **Edad:** 27 años

Ocupación: Ingeniero Civil

Diseño es: Es importante tener buenos diseñadores, ya que son los que presentan los productos con nuestra identidad, nuestros gustos ajustados a nuestra realidad.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Artesanías y ropa, en Cotacachi los productos de cuero, en Atuntaqui la ropa.

8. **Edad:** 50 años

Ocupación: Oficinista

Diseño es: Es un arte para componer varios elementos y formar un objeto

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Pamela Granja diseñadora de prendas de vestir

9. Edad: 24 años **Ocupación:** Oficinista

Diseño es: es plasmar ideas en algo visual

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Letrasigma

10. Edad: 54 años **Ocupación:** Enfermera

Diseño es: plasmar en el papel las ideas que sirven para innovar determinadas cosas, ambientes, etc.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Ropa LEE, Pasa

11. Edad: 27 años **Ocupación:** Profesional

Diseño es: Es una profesión que necesita de originalidad, imaginación y creatividad para poder realizar diseños únicos que llamen la atención a todo el mundo.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Todos los diseños que tengan el slogan "Hecho en Ecuador"

12. Edad: 53 años **Ocupación:** Secretaria

Diseño es: Es una carrera muy interesante y creo que son personas que plasman sus ideas en un papel (gráficos)

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: No sé

13. Edad: 55 años **Ocupación:** Analista Financiero

Diseño es: Desarrollar proyectos de creatividad por medio intuitivo

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Industria de artesanías, vestuario, etc.

14. Edad: 53 años **Ocupación:** Empleado Público

Diseño es: Es una actividad de creación

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Chocolate ecuatoriano

15. Edad: 50 años **Ocupación:** Empleado Público

Diseño es: Es la creación de patrones de acuerdo a necesidades

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Sombrero de Paja Toquilla

16. Edad: 53 años **Ocupación:** Ingeniero Civil

Diseño es: Es la oportunidad que tiene el ser humano en plasmar sus ideas mediante la realización de proyectos

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Ropa de Cuero (Cotacachi), Sombrero de Paja Toquilla (Montecristi)

17. Edad: 50 años **Ocupación:** Ing. Bursátil

Diseño es: Es una manera de expresar la creatividad de las personas en todos los campos, para las personas que les gusta es una profesión lucrativa si sabe encaminar a las áreas especializadas.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Maqueño, Por Ecuador, Bella.

18. Edad: 33 años **Ocupación:** Ingeniera

Diseño es: Diseñar ambientes de trabajo, hogar, etc. así como publicidad para empresas, personal, tiene una gama muy amplia de opciones. Debe trabajar conjuntamente con Arquitectos, Ingenieros y Publicistas.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Todos los logos de los Ministerios y Municipios, Primero lo Nuestro, empresas son varias y con diferentes temáticas.

19. Edad: 48 años **Ocupación:** Secretaria

Diseño es: Considero que el diseño es un arte, una creación y perfección de algo.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Hoy en día hay varios productos en la artesanía, en las artes gráficas, en la arquitectura, en la orfebrería, etc.

20. Edad: 30 años **Ocupación:** Servidor Público

Diseño es: la habilidad para crear diseños, logos, imágenes, publicidades, también existen los diseñadores de modas, los cuales crean ropa, vestidos, trajes de baño.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Maqueño Republik, Cholo Machine, en la provincia de Imbabura existen muchas empresas textiles diseñadoras de ropa.

21. Edad: 37 años **Ocupación:** Empleado Público

Diseño es: Actividad que posibilita comunicar gráficamente las ideas, hechos y valores.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Susana Rivadeneira

22. Edad: 36 años **Ocupación:** Empleado Público

Diseño es: Es la acción de crear y proyectar con un propósito claro y específico para comunicar gráficamente una idea.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Gustavo Moscoso diseñador de ropa exclusiva de hombre.

23. Edad: 31 años **Ocupación:** Servidor Público

Diseño es: Es el arte e ingenio aplicado a la ciencia y conocimiento que requiere la persona para innovar y crear diferentes productos o servicios con el fin de Satisfacer una necesidad.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Camiseta de la selección de Ecuador. Marathon.

24. Edad: 50 años **Ocupación:** Ingeniera Química, Profesora Universitaria

Diseño es: Es crear algo

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Muebles Rosita

25. Edad: 56 años **Ocupación:** Auditor

Diseño es: Es dar la forma, el estilo, las líneas externas que tiene un producto

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano:

26. Edad: 50 años **Ocupación:** Ingeniero de Ventas

Diseño es: Es crear algo basado en especificaciones

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Tableros de transferencia de electricidad

27. Edad: 21 años **Ocupación:** Estudiante de Cine

Diseño es: Crear cosas para la industria

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Urbano (ropa)

28. Edad: 75 años **Ocupación:** Ama de casa

Diseño es: Crear cosas

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Artesanías de Ibarra, artesanías en general.

29. Edad: 23 años **Ocupación:** Ingeniera Ambiental

Diseño es: Es la representación de ideas o visualizaciones personales en materiales funcionales para la vida cotidiana o simplemente en materiales que cumplan funciones de entretenimiento o vanidad. Estas ideas también pueden plasmarse en material visual que actúe como publicidad, concienciación, propuestas o marketing, entre otros, constituyéndose en un modelo o material que representa la idea o visión de una o varias personas con un fin particular.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Maqueño Republik, Baterías Ecuador, Quechua (ropa de andinismo)

30. Edad: 52 años **Ocupación:** Administradora del hogar

Diseño es: Es creación en distintas áreas

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Susana Queirolo (ropa)

31. Edad: 19 años

Ocupación: Estudiante

Diseño es: Es la creación de algo

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: No conozco

32. Edad: 46 años

Ocupación: Consultor Independiente

Diseño es: Es generar, crear algo basado en estándares y especificaciones técnicas.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Semáforos inteligentes, Eliseo Salazar (sastre), Gonzalo Sánchez (ropa), baterías Ecuador, paneles solares, generadores de energía eólica.

33. Edad: 48 años

Ocupación: Ama de casa

Diseño es: Es crear cualquier cosa

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Muebles cuencanos, ropa de pinto

34. Edad: 13 años

Ocupación: Estudiante

Diseño es: Es hacer algo que necesites

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: No sé

35. Edad: 15 años

Ocupación: Estudiante

Diseño es: Es crear algo nuevo

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: No sé

36. Edad: 20 años

Ocupación: Estudiante

Diseño es: Es inventar algo nuevo

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Logotipos de los ministerios, Venus, jeans de Pelileo, cueros de Cotacachi.

37. Edad: 60 años

Ocupación: Jubilada

Diseño es: Diseñar productos, hacer bosquejos

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Sombreros de paja toquilla

38. Edad: 21 años

Ocupación: Estudiante

Diseño es: Es crear, hacer objetos con materiales reciclables a fin de no destruir los bosques

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Figuras de coco, pulseras, tejidos

Edad: 33 años

Ocupación: Secretaria

Diseño es: Los diseñadores crean cosas, pueden incursionar en la moda imponiendo nuevos estilos

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Blusas de los otavalos

39. Edad: 53 años **Ocupación:** Empleada Pública

Diseño es: Es el diseñar un producto de acuerdo a las exigencias del cliente, utilizando sus conocimientos de ergonomía si se trata de muebles, conocimientos sobre materiales para hacer productos livianos pero resistentes, etc.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Maquita Cusunchiq (marca), pantalones de Pelileo

40. Edad: 48 años **Ocupación:** Empleada Privada

Diseño es: Los diseñadores crean objetos o ropa, con gusto y economizando los materiales

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Camisetas de la selección del Ecuador

41. Edad: 70 años **Ocupación:** Jubilada

Diseño es: Es hacer cosas para vender

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Muebles de mimbre

42. Edad: 56 años **Ocupación:** Odontólogo

Diseño es: Son creadores, invencionistas

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Fósforos, velas

43. Edad: 51 años **Ocupación:** Empleado Público

Diseño es: Es hacer productos con materias primas

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Muebles de sogá, muebles de papel (santa clara)

44. Edad: 46 años **Ocupación:** Ama de Casa

Diseño es: No sé

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Artesanías

45. Edad: 29 años **Ocupación:** Mensajera

Diseño es: Es usar las materias primas a fin de ocupar menos y producir más

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Figuras de madera de San Antonio de Ibarra: muebles, mesas, floreros.

46. Edad: 16 años **Ocupación:** Estudiante

Diseño es: Es hacer dibujos locos

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Camisetas estampadas

47. Edad: 44 años **Ocupación:** Médico

Diseño es: Es inventar, crear

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Artesanías

48. Edad: 27 años

Ocupación: Servidor público

Diseño es: Es una disciplina que trata de crear estilos dentro de los diferentes espacios, acciones y materiales de uso de los seres humanos.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Venus

49. Edad: 27 años

Ocupación: Cineasta

Diseño es: Todos somos diseñadores desde chiquitos

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: No sé

50. Edad: 54 años

Ocupación: Oficinista

Diseño es: Es la forma de dar vida a cualquier ambiente

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: no conozco

51. Edad: 61 años

Ocupación: Empleado Público

Diseño es: Crear u organizar áreas de viviendas y campos recreacionales

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Naranjo Ordoñez

52. Edad: 32 años

Ocupación: Conserje

Diseño es: Es ser creativo, mostrar innovaciones. Creo que son modelos que se sacan de algo que se quiere crear e innovar.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: no sé

53. Edad: 21 años

Ocupación: Mensajero

Diseño es: Es la capacidad intelectual e imaginable que tiene el diseñador para crear nuevas ideas para presentaciones en alguna publicidad.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: agencias de publicidad

54. Edad: 24 años

Ocupación: Oficinista

Diseño es: Elaboración de una idea. Plasmar algo que exprese lo que uno requiere como un logo, plano, maqueta, etc.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: no conozco

55. Edad: 47 años

Ocupación: Licenciada en Enfermería

Diseño es: Es un arte, un don de crear y realizar cosas hermosas. Los diseñadores tienen ese don y deben realizar todo lo que el poder de su mente y creatividad puede hacer sin límites.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: joyas de cuenca

56. Edad: 47 años **Ocupación:** Empleado público

Diseño es: Es una actividad creativa que tiene como objetivo establecer las cualidades de los objetos, procesos, servicios y sus sistemas en sus ciclos de vida.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Cholo Machine, manualidades con materiales reciclados

57. Edad: 22 años **Ocupación:** Empleado público

Diseño es: Diseño es un arte que transforma las cosas en útiles y agradables a la vista

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: artesanías de Otavalo

58. Edad: 30 años **Ocupación:** Ingeniera de Industrias

Diseño es: Darle forma a cierto elemento encajándole a las necesidades.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: diseño de ropa de Atuntaqui

59. Edad: 47 años **Ocupación:** Secretaria

Diseño es: Es el don de poder crear cosas nuevas, modelos, artículos, moda, renovar formas y estilos.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Susana Rivadeneira

60. Edad: 52 años **Ocupación:** Contadora

Diseño es: Crear

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: artesanías

61. Edad: 32 años **Ocupación:** Auxiliar de contabilidad

Diseño es: Es la implementación y manejo de la imagen por medio de herramientas informáticas que pretenden mercadear por medio de la imagen o potenciar determinada marca.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: páginas web del gobierno

62. Edad: 22 años **Ocupación:** Oficinista

Diseño es: Es la creación de la imagen o presentación para los productos o las empresas

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: sombrero de paja toquilla de Montecristi

63. Edad: 22 años **Ocupación:** Asistente contable

Diseño es: Es una manera de promover el marketing, es estructurar espacios, abarca publicidad, uso de colores, esquemas.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: logotipos de los ministerios, logotipo de "hecho en Ecuador"

64. Edad: 53 años

Ocupación: Funcionaria administrativa

Diseño es: Es transformar lo inútil en útil, lo feo en hermoso, lo desechado en reciclado. Pero con el ingrediente especial añadido de ser exclusivo, bello, útil y con presencia estética.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: muebles de Cuenca, muebles de San Antonio de Ibarra, lámparas de botellas de plástico.

65. Edad: 31 años

Ocupación: Auxiliar contable

Diseño es: Personas que crean estructuras gráficas para creación de edificios, casas, etc.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Uribe Schwarzkopf

66. Edad: 24 años

Ocupación: Oficinista

Diseño es: Crear un ambiente u objeto nuevo y atractivo, pero si se trata de algo que ya está hecho pues lo que hacen es acomodar todo para dar un nuevo aspecto.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: fábrica de muebles ATU

67. Edad: 50 años

Ocupación: Oficinista

Diseño es: Creación de modelos, aplicable a la publicidad. Aprovechamiento del espacio y creación de estilo, aplicable al diseño de interiores.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: Konzept

68. Edad: 44 años

Ocupación: Empleada pública

Diseño es: Es ocupar bien los espacios en el ámbito que se esté desarrollando, es decir: modas, diseño gráfico, diseño de videojuegos. El diseñador es una persona que se encarga de diseñar, construir, modificar, etc. lo necesario para que cada cosa se encuentre como debe estar.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: logotipos de los bancos (banco pichincha), Susana Queirolo diseñadora de ropa

69. Edad: 50 años

Ocupación: Empleado público

Diseño es: Es un proceso encaminado a un fin

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: no sé

70. Edad: 37 años

Ocupación: Empleado público

Diseño es: creación, innovación.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: pulseras de semillas y fibras

71. Edad: 31 años

Ocupación: Empleado público

Diseño es: Es un plan expresado en formas gráficas de lo que se va a implementar en base a una necesidad, utilizando la creatividad.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: no conozco

72. Edad: 55 años **Ocupación:** Empleado público

Diseño es: Creatividad utilizada en diferentes disciplinas como industria, ingeniería, arquitectura, etc.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: maquinas de coser

73. Edad: 36 años **Ocupación:** Servidora pública

Diseño es: Es el conjunto y la culminación de ideas y creatividad que se pretende plasmar en algunas áreas. Diseñar y crear productos.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: adornos de mimbre, yute. Zapatos Buestan

74. Edad: 53 años **Ocupación:** Empleado público

Diseño es: Ideas que sirven para elaborar, construir y transmitir algún mensaje

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: publicidad contra el alcoholismo

75. Edad: 43 años **Ocupación:** Contadora

Diseño es: Dibujar, plasmar sus ideas en un dibujo.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: no sé

76. Edad: 51 años **Ocupación:** Oficinista

Diseño es: Crear ideas y dibujarlas

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: no sé

77. Edad: 53 años **Ocupación:** Licenciado en Administración

Diseño es: Es mejorar los ambientes, diseñar lugares de trabajo, en el hogar, diseñar una propaganda, un folleto y otros.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: artesanías Vega, logotipo de Ecuador TV

78. Edad: 47 años **Ocupación:** Digitadora

Diseño es: Es arreglar o diseñar espacios con cambios de estética para que se vea agradable. Como sitios de trabajo, etc.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: no sé

79. Edad: 23 años **Ocupación:** Estudiante

Diseño es: Es una herramienta y una técnica que nos ayuda a crear cosas nuevas, creativas y a su vez técnicas. Incurrir mucho en la imaginación.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: ropa y zapatos de cuero (Cotacachi)

80. Edad: 43 años **Ocupación:** Oficinista

Diseño es: Es la forma como se dispone mobiliario, colores, espacios, en un área determinada.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: no conozco

81. Edad: 27 años

Ocupación: Asistente contable

Diseño es: Es crear, innovar o realizar algo nuevo o mejorar algo ya existente. Los diseñadores son las personas que se dedican a ejecutar el trabajo de crear.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: las mejoras en los diseños de la ropa de Otavalo.

82. Edad: 44 años

Ocupación: Secretaria

Diseño es: Proyecto. Crear mediante dibujos, trazos, líneas.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: no sé

83. Edad: 44 años

Ocupación: Empleado público

Diseño es: El diseño nos da alegría al admirar sus diferentes formas y colores. El diseñador tiene mucha creatividad a su vez que tiene que dar gusto a sus clientes para que estén muy satisfechos.

Conoce algún producto de diseño ecuatoriano: fashionlana