

PARTICIPANTES	Dr. Jorge Rodríguez Martínez Dr. Javier Gutiérrez Ruiz
DEPARTAMENTO	CYAD, Procesos y Técnicas CYAD, Evaluación del Diseño en el Tiempo
INSTITUCIÓN	UAM-A
MAIL	rmj@correo.azc.uam.mx
TELÉFONO	5318 9482, 9181, 9183

TITULO DE PONENCIA

El diseño industrial como un elemento estratégico de competitividad para las Pymes mexicanas: el panorama actual, ejemplos y una iniciativa de ley para el diseño

AUTOR (ES)

Dr. Jorge Rodríguez Martínez
Dr. Javier Gutiérrez Ruiz

EL DISEÑO INDUSTRIAL COMO UN ELEMENTO ESTRATEGICO DE COMPETITIVIDAD PARA LAS PYMES MEXICANAS: EL PANORAMA ACTUAL, EJEMPLOS Y UNA INICIATIVA DE LEY PARA EL DISEÑO

Dr. Jorge Rodríguez Martínez
Dr. Javier Gutiérrez Ruiz

ABSTRACT

Las pequeñas y medianas empresas mexicanas (PyMEs) han competido tradicionalmente por calidad y precio, y cada vez se encuentran en mayor desventaja ante los productos asiáticos, europeos y de otros continentes al no poder ofrecer productos bien diferenciados. Somos un país creativo pero no innovador, el diseño puede ser una opción articuladora para darle forma a nuevas ideas, conceptos y experiencias. Se hace un listado de proyectos en los que puede intervenir el diseño, que son de tres tipos: de negocio, social y de desarrollo, y se dan ejemplos de compañías y/o diseñadores que son representativos por su aplicación del diseño como parte de su estrategia. En la parte final del artículo se comenta la iniciativa de ley por una "Política de Diseño para México" que se presentó en el 2008 ante la Cámara de Diputados, para que se reconozca la importancia de generar productos con alto valor agregado, bien diseñados e innovadores que pueden ser una herramienta de competitividad para las PyMEs nacionales.

INTRODUCCIÓN

En el período comprendido de la Segunda Guerra Mundial a mediados de la década de 1980, México siguió una política de industrialización basado en la sustitución de importaciones, lo que permitió que se formara un tejido industrial nacional. Para lograr estos objetivos se cerraron las fronteras a la importación, que fue muy selectiva. Los industriales, al tener un mercado cautivo perdieron el aliciente de la modernización y de la mejora de la calidad de sus productos y procesos. México tenía poco comercio internacional, y lo poco que se exportaba eran principalmente productos agrícolas o hidrocarburos.

En la década de los 80 la política nacional de desarrollo cambió radicalmente al ingresar al GATT (actualmente Organización Mundial de Comercio), se eliminaron, o redujeron, las restricciones para la importación de productos. La estrategia de muchas compañías cambió del mercado nacional a los mercados internacionales, con el consiguiente aumento de las exportaciones; esta tendencia se acentuó cuando en 1994 se firmó el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica (TLCAN). Los resultados microeconómicos han sido positivos, México se convirtió en la 11va economía del mundo y ocupa el lugar 13vo entre los países exportadores¹. Sin embargo, los resultados a nivel macroeconómico no son tan alentadores, ya que se desarticulaban las cadenas de producción existente, se permitió la importación, algunas veces indiscriminada, de productos de mala calidad y precios bajos, lo que incrementó la competencia, muchas veces desleal, a la industria nacional.

¹ Las exportaciones mexicanas son dominadas por las empresas grandes, principalmente transnacionales, y la industria maquiladora, las PyMEs únicamente contribuyen con el 6.6% de las exportaciones, según la Secretaría de Economía (2001).

Las empresas mexicanas no tienen que salir del país para enfrentar la competencia internacional, ya que el mercado doméstico se ha sofisticado, y es posible encontrar productos de todas partes del mundo. Según la Secretaría de Economía², en el 2006 las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 99.8 por ciento de las cerca de 4,300,000 empresas en el país. La mayor parte de estas empresas se encuentran en un nivel de supervivencia, por su falta de planeación, pobre calidad, altos costos, y falta de diferenciación, con respecto a la competencia, de los productos que se ofrecen al mercado. La mayor parte de los programas que ha implementado el gobierno federal para apoyo de este grupo de empresas se han enfocado a la mejora de la calidad y productividad mediante la eficientización de sus procesos de manufactura, como es el caso de *Compite*; sin embargo, estos programas no tienen continuación para lograr e incentivar el desarrollo innovador de productos y servicios, y la aplicación del diseño.

Un problema grave de los diferentes programas de apoyo a las PyMEs es la falta de articulación a nivel federal, estatal y municipal, debido a falta de comunicación entre las dependencias, o a la falta de cooperación por diferencias políticas. Uno de los primeros programas a nivel mundial de apoyo a las PyMEs surgió en la década de 1950 en los Estados Unidos, el *Small Business Administration* (SBA), ha tenido una buena planeación y coordinación de los servicios que ofrece a las empresas de ese país, <http://www.sba.gov/>

EL DISEÑO INDUSTRIAL COMO HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD PARA LA PYME

El Doctor Julio Frías Peña (2004) realizó una investigación en el 2002 con 300 directores y dueños de PyMEs en México, y encontró que la percepción de los directivos ante los factores de competitividad eran en orden descendiente: 43% calidad, 28% precio, 13% procesos de manufactura, 7% innovación tecnológica, 6% mejoras al diseño, y 3% otras razones. Este estudio demuestra que para los empresarios mexicanos es más importante competir por calidad y precio, y no en valor agregado al producto mediante un proceso innovador o un mejor diseño. Robert Hayes de la Universidad de Harvard predijo que las compañías competirían en la década de los 60 y 70 en base a precio, en la década de los 80, al volverse los consumidores más exigentes, el criterio sería la calidad, y a partir de la década de los 90, el factor diferenciador será el diseño. Se incluye una definición de diseño de John Heskett.

El diseño industrial es un proceso de creación, invención y definición separado de los medios de producción, comprende el concepto (original de función-expresión) de una forma tridimensional, y su realidad material y la cual se puede reproducir de manera múltiple por medios mecánicos... (Heskett, 1980: 10)

Para comprender mejor la labor del diseñador conviene incluir una definición de tres términos: creatividad, innovación y diseño, que se llegan a usar de manera intercambiable, cuando en realidad existen diferencias:

² En el año 2000 se creó la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa (SPyME) "para diseñar, fomentar y promover programas y herramientas que tengan como propósito la creación, consolidación y desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas, así como para promover la cultura empresarial enfocada al desarrollo nacional equilibrado en el país, que impulse las actividades económicas y el empleo de las regiones y municipios de menor desarrollo económico de México" www.economia.gob.mx Esta Subsecretaría tiene un presupuesto anual de \$3,500 millones de pesos.

- **Creatividad** es la generación de nuevas ideas – ya sea nuevas maneras de observar problemas existentes y como resolverlo, o de ver nuevas oportunidades, tal vez explotando tecnologías emergentes o cambios en los mercados.
- **Innovación** es la explotación exitosa de nuevas ideas. Es el proceso para convertirlos en nuevos productos o servicios, nuevas maneras de administrar un negocio, métodos de trabajo, métodos organizacionales, e incluso nuevas maneras de hacer negocios.
- **Diseño** es lo que une a la creatividad e innovación. Le da forma a ideas que llegan a ser prácticas y propuestas atractivas para usuarios o clientes. El diseño puede ser descrito como creatividad que se despliega con un fin específico. El Consejo de Diseño Inglés (*British Design Council*) Definición obtenida del (*Cox Review Report*, December 2005, p. 2)

El diseñador es un articulador, mediador y conciliador entre lo que busca el dueño o gerente de la empresa, el fabricante, y el consumidor que demanda el producto. Cada uno tiene un lenguaje diferente que es necesario escuchar e interpretar, como lo muestra la Figura 1. El dueño esta interesado en el lenguaje del dinero, por lo que busca que el producto aumente las ventas y utilidades de la empresa; que amplíe su participación de mercado de la compañía con respecto a sus competidores, o que se establezca en un nicho de mercado. El diseño decide la forma del producto mediante la selección más adecuada de materiales, texturas, mecanismos, y colores. Por otro lado el usuario prefiere que el producto que adquiere sea ergonómico, fácil de usar con una interfaz bien resuelta, que satisfaga sus necesidades, y que tenga una buena relación costo-beneficio. El diseño también puede tener una participación muy activa en la comercialización y promoción de un producto; por ejemplo el diseño de envase y embalaje para que el producto se vea atractivo y llegue de la mejor manera al consumidor; en la tienda donde se va a vender, los puntos de venta (PÓP) y todo lo relacionado con el *merchandising*, permiten que el producto sea exhibido de la manera más atractiva posible.

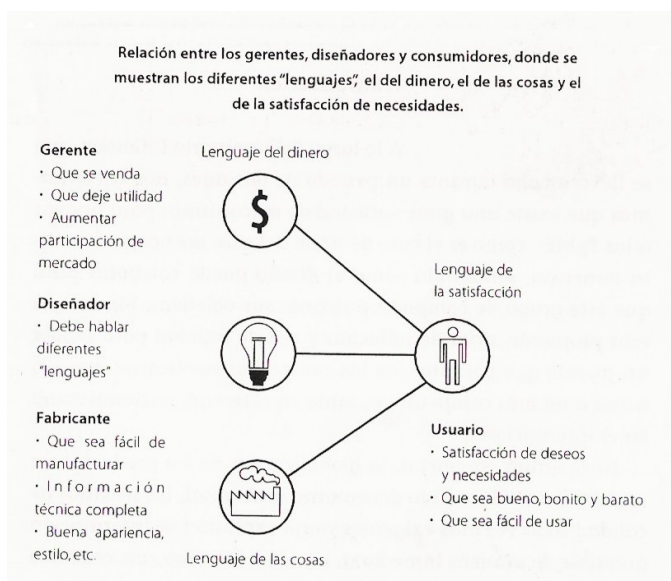


Figura 1. Los diferentes lenguajes que el diseñador debe manejar. Idea original de Joseph Juran, adaptación y dibujo de Jorge Rodríguez Martínez.

Sin embargo, la participación del diseño en una compañía manufacturera de productos, no termina allí, ya que una vez que se ha estudiado el mercado potencial para un producto, se procede a una investigación de que es lo que realmente quiere el consumidor, mediante encuestas, entrevistas, observaciones, etc. La voz del consumidor tiene que escucharse a lo largo de todo el proceso; una herramienta muy útil es el Despliegue de la Función de Calidad³ (QFD por sus siglas en inglés). El fabricante quiere que el diseño que se va a fabricar sea fácil de manufacturar y ensamblar, por lo que es conveniente el uso de la técnica conocida como Diseño para Ensamble⁴ (DFMA por sus siglas en inglés). El diseñador puede participar en el diseño de dispositivos de armado, escantillones, y ayudas visuales que faciliten las operaciones de manufactura, y ayuden a reducir los costos de la mala calidad, ver Figura 2

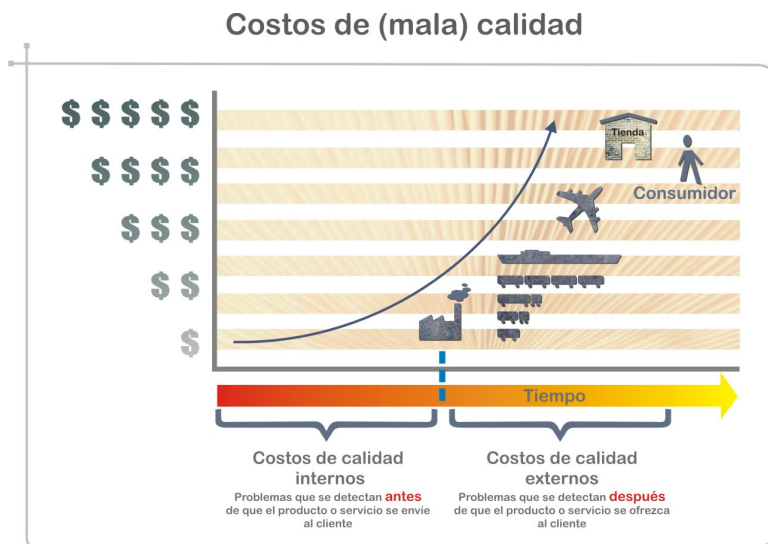


Figura 2. Los costos de la mala calidad, se incrementan conforme el proceso de valor agregado avanza. Concepto y dibujo de Jorge Rodríguez Martínez.

El diseño puede ser un factor para reducir los costos de la mala calidad internos, es decir los que ocurren antes de que el producto salga de la fábrica. Esto se logra mediante un producto bien diseñado, que sea fácil de ensamblar, con especificaciones técnicas completas y que sean las más adecuadas. Como ya se indicó, el diseño puede tener un papel importante en el proceso de producción. Cualquier costo de mala calidad que se genere una vez que el producto haya salido de la planta, se considera como externo, el diseño puede ayudar con un buen diseño de envase y embalaje, para que el producto no se dañe, y llegue en perfectas condiciones al consumidor final. Los costos de calidad externos son significativamente más altos, porque hay que agregarles los costos de distribución y comercialización. Por ejemplo, un consumidor que recibe un producto de mala calidad, puede hacer valer su garantía y devolverlo la tienda en que lo adquirió,

³ El *Quality Function Deployment* es un método que permite traducir las necesidades del consumidor en requerimientos técnicos para cada paso del proceso de producción.

⁴ El *Design for Assembly* es un método para simplificar un diseño, reduciendo el número de partes para facilitar su manufacturado y ensamblado.

además de que los comentarios que tendrá acerca de la compañía y sus productos sean malos. Y si existen accidentes o pérdidas humanas que se hayan generado debido al uso del producto, la compañía podría enfrentar demandas legales, lo que aumentaría los costos de calidad de manera exponencial.

Modalidades de la Practica Profesional del Diseño

En México, la primera escuela de diseño fue la Universidad iberoamericana a principios de la década de 1960, a finales de la misma década se creó la escuela de diseño industrial de la UNAM. Durante la década de los 70, 80 y 90 hubo un explosivo crecimiento de escuelas de diseño en México, tanto en la zona metropolitana de la Ciudad de México, el caso de la UAM-A y de la UAM-X, como en varias ciudades de provincia. Pero a pesar de que han transcurrido más de 40 años de que comenzó la formación profesional de diseñadores, el diseño todavía no tiene ni el mismo reconocimiento social, ni aceptación en las empresas como profesiones más antiguas como es el caso de la ingeniería o la arquitectura. Es por eso que al final de este ensayo se incluye una breve discusión de una iniciativa de ley que se ha presentado a finales del 2008 para su consideración ante la Cámara de Diputados y que se titula "Por una Política de Diseño para México".

El profesional del diseño industrial puede ejercer su profesión de diversas maneras, se toma como referencia la clasificación sugerida por el Maestro en Diseño Industrial Antonio Abad (2003):

- **Diseñador asalariado:** es aquella persona que está contratada por tiempo indeterminado para una compañía, a la que le dedica todo su tiempo laborable, por lo que recibe pagos periódicos. Es cada vez más común encontrar diseñadores, que forman departamentos de diseño, o en las empresas grandes y medianas, aunque con menos frecuencia en las empresas pequeñas y medianas.
- **Diseñador independiente:** es aquella persona que se contrata por obra y/o tiempo determinado, para un tercero de quien recibe pagos ocasionales sin periodicidad alguna. Este es el caso de los diseñadores "*freelance*" que expiden recibos de honorario por sus servicios.
- **Diseñador consultor:** es aquella persona que por su conocimiento o experiencia presta sus servicios remunerados de manera independiente para resolver problemas de diseño complejos. La asesoría puede darse durante la planeación, desarrollo de prototipo o manufactura de un producto.
- **Industrial diseñador:** este profesionista no sólo diseña sus productos sino que también los comercializa. Hay quienes han desarrollado infraestructura propia en forma de taller, pequeña fábrica, o también manda maquilar con terceros, su producto completo o partes del mismo. Es frecuente que los diseñadores que se dedican al negocio de puntos de venta tengan un taller propio. Esta persona al tener actividad empresarial expide facturas.

El diseñador industrial participa en el desarrollo de nuevos productos en una o varias de las fases que se muestran en la Figura 3. La primera fase es la idea negocio, donde se discute el preproyecto y se realiza un análisis preliminar. La segunda fase consiste en analizar la factibilidad del proyecto, mediante el análisis del proyecto y su impacto ambiental, de mercado, financiero y tecnológico. El siguiente paso es el de la investigación donde se contextualiza el problema de diseño y se definen los requisitos

del producto. Posteriormente hay que definir el concepto del producto y desarrollo de ingeniería para resolver los problemas técnicos de manufactura. La última fase es la comercialización del producto, aunque deberíamos incluir el servicio del producto una vez que llegó al mercado y su deshecho al terminar su vida útil.

---Insertar más o menos aquí la Figura 3, Papel del Diseñador Industrial en el Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos (esta figura viene en un archivo diferente) ---

Seminario Di-Gestión que se desarrolló en el período comprendido entre 1999 y 2004

El seminario Di-Gestión, coordinado por el DI Francisco Javier Gutiérrez de la UAM-A, División CYAD, Departamento de Evaluación se desarrolló durante el período 1999 a 2004 y tuvo como resultado inicial la participación de representantes de las diferentes secretarías del gobierno federal y de la iniciativa que cuentan con programas para apoyo de las pequeñas y medianas empresas. En una segunda etapa, se invitaron a más de 30 destacados diseñadores mexicanos para que compartieran sus experiencias en diferentes ramas de manufactura o del sector servicios, mismas que pueden clasificarse en tres tipos de proyectos, ver Tabla 1. Los productos de investigación de este seminario quedaron plasmados en tres publicaciones que aparecieron en los años 2001, 2003 y 2004.

Tabla 1 Clasificación de Proyectos de Diseño Industrial

Clasificación de Proyectos de Diseño Industrial		
Tipo de Proyecto	Objetivos Principales	Ámbitos
1. Negocio	Lucro Inversión privada Rentabilidad para inversionista Compañías de capital nacional o internacional	Empresarial
		Emprendedor
2. Social	Equidad Inversión pública Mejorar la calidad de vida Satisfactores para grupos vulnerables	Salud
		Educación
		Cultura, y otras áreas
3. Desarrollo	Progreso Integración de las diferentes regiones Uso responsable de recursos Distribución de beneficios Mejorar la calidad de vida	Tecnológico
		Grupos vulnerables
		Cooperativas
		Cultural

Fuente: Francisco Javier Gutiérrez Ruiz, 2008.

1. Algunos Ejemplos de Proyectos Tipo Negocio Donde Participa el Diseño Industrial

A) Empresas internacionales establecidas en México.

En general, las empresas internacionales que se establecen en México lo hacen para realizar actividades de manufactura y/o distribución y venta de sus productos o servicios. Aunque esa perspectiva parece ir cambiando, ya que hay empresas que aplican el diseño para el desarrollo de sus productos, ya sea para el mercado mexicano, o como plataforma para su venta en Latinoamérica. Estas empresas desarrollan proyectos de envase y embalaje que son adaptados para el mercado nacional.

- ***Bombardier: Proyecto de tren ligero para la ciudad de Minneapolis, EUA.***

Empresa canadiense que tiene actividades de manufactura en México, donde es más conocida por la fabricación de vagones para el Metro de la Ciudad de México, aunque en Canadá la compañía manufactura aviones de tamaño mediano, vehículos para la nieve y agua, entre otros muchos. Al Dr. Jorge Gómez Abrams le tocó coordinar la creación del Centro de de Diseño y Desarrollo Tecnológico de *Bombardier* México, con el objetivo de formar un equipo mexicano de diseño e ingeniería de clase mundial.

Este centro ganó el contrato para diseñar y desarrollar la tecnología de un tren ligero para la ciudad de Minneapolis en EUA. El diseño tuvo que conciliar factores de carácter externo para asegurar que la "voz del cliente" fuera incorporada en el diseño, para lo cual se organizó un taller (workshop) donde participaron líderes de opinión de la ciudad. Los factores de carácter interno incluyeron la creación de células multidisciplinarias; ingeniería concurrente; incorporación del diseño industrial desde un inicio; y una eficiente gestión del diseño y control de programas.

Publicación del Seminario *Digestión*, en libro publicado en el 2003, p. 41-53

- ***Nestlé: Proyecto de envase y embalaje para la industria alimenticia***

El Diseñador Industrial Jorge Jacobo Martínez, presentó sus experiencias en el área de diseño de envase y embalaje, que presentan amplias posibilidades para desarrollarse en las áreas tanto de diseño, como de producción y comercialización de productos. El envase juega un papel primordial para lograr una presentación atractiva del producto, y también se le conoce como el "vendedor silencioso" que además sirve para contener, almacenar, transportar, distribuir, exhibir, proporcionar información, y lograr que el producto llegue al consumidor en las mejores condiciones. El envase debe resolver de la mejor manera la interacción con el consumidor, siendo ergonómico, de fácil apertura, pero al mismo tiempo tener un cerrado hermético. El envase y embalaje tiene que cumplir con la normatividad nacional y/o internacional, además de adecuarse al mercado nacional, mediante la traducción de textos y adecuación de las imágenes.

Publicación del Seminario *Digestión*, en libro publicado en el 2003, p.139-146.

- ***Samsonite: Diseño y desarrollo de nuevos productos para Latinoamérica***

El Diseñador Industrial Alfonso Cortés Gutiérrez expuso su experiencia de trabajo en *Samsonite* México, esta empresa es líder en el diseño y manufactura de equipajes, maletas para viaje y bolsos de mano. Samsonite cuenta con cuatro equipos de diseño en el mundo, y México es uno de ellos, desde donde se diseña para el mercado latinoamericano.

Publicación del Seminario *DiGestión* en el libro publicado en el 2004, p. 75-85.

B) Empresas mexicanas medianas y pequeñas de manufactura y de otros rubros

El diseño industrial se ha logrado posicionar en la industria nacional en varias ramas económicas como mobiliario urbano, mobiliario para oficinas, electrodomésticos, equipos de iluminación, carrocerías para pasajeros, productos de línea blanca, artículos de decoración, interiorismo, merchandising y puntos de venta. El diseño industrial también ha jugado un papel importante en el sector salud, museografía, exposiciones, vehículos de reparto, por mencionar sólo algunas de los ejemplos más representativos.

- **Eurocar México: *Las carrocerías para el transporte***

El Diseñador Industrial Héctor Manuel Martínez Marín describió el papel del diseñador en la fabricación de Carrocerías para el transporte de pasajeros y mercancía. Este tipo de productos tiene características muy diferentes de la industria automotriz, y que se adaptan más a la realidad de la industria mexicana, ya que son intensivos en mano de obra, se manejan volúmenes medianos o pequeños. Eurocar es una empresa de origen nacional que tiene un área de diseño. El sector de las carrocerías en México, una opción real para el diseñador industrial, produce cerca de 10,000 unidades al año, y esta compuesto por varias compañías, entre las que destacan: Enrocar, Catosa, Alfa, Cafer, Incamex, Volvo, Reco, etc.

Publicación del Seminario *DiGestión* en libro publicado en el 2003, p.155-164

- **Total Design: *Diseño de puntos de venta (POP Point of Purchase y Merchandising)***

El Diseñador Industrial Fabián Lara Treviño compartió sus experiencias como diseñador en la industria de puntos de venta (POP) y de merchandising. Esta industria ha tenido un crecimiento muy rápido ya que las compañías que ofertan sus productos y servicios buscan diferenciarse de la competencia tanto nacional como internacional. Los POP son parte esencial de las actividades de promoción de un gran número de compañías, los cuales se encuentran en tiendas departamentales, tiendas de especialidades, tiendas detallistas, supermercados, tiendas de conveniencia, etc.

Publicación del Seminario *DiGestión* en libro publicado en el 2003, p.155-164

- **Carlos Alvarado Dufour, Diseñador Independiente: *Desarrollo de Nuevos Productos en México***

El diseñador industrial Carlos Alvarado Dufour trabaja como diseñador independiente, presentó sus experiencias como desarrollador de nuevos productos. El se acercó a una empresa de inyección de plástico que se dedicaba a la maquila de plástico de artículos para la higiene personal y el aseo. La empresa se encontraba en graves problemas porque acababa de perder uno de sus clientes principales, y Alvarado Dufour los logró convencer de invertir en la mejora de sus productos existentes y en el desarrollo de una nueva línea de productos. Se creó un nuevo modelo de negocio, ya que una parte de la inversión necesaria para pagar los moldes y la mano de obra se obtendría mediante la preventa de los nuevos diseños de cepillos de dientes a los clientes potenciales; otra parte del financiamiento vendría de la misma empresa.

Publicación del Seminario *DiGestión* en libro publicado en el 2004, p.97-105.

2. Ejemplos de Proyectos de Tipo Social

El diseño puede llegar a jugar un papel preponderante en proyectos de tipo social y que no tienen un fin de lucro. Estos proyectos se dirigen a grupos vulnerables y buscan mejorar la calidad de vida para los usuarios del sector salud, educación o cultura. Las

organizaciones que apoyan este tipo de proyectos pueden ser no gubernamentales (ONGs), asociaciones civiles, universidades o el mismo gobierno (federal, estatal, o municipal).

- **Vida y Diseño, y UAM-A: *Diseño para Personas con Discapacidad***

Las diseñadoras industriales Francesca Sasso Yada y Georgina Aguilar Montoya, profesoras-investigadoras de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco, presentaron sus experiencias en proyectos de tipo social, donde el diseño juega un papel muy importante para lograr que las personas, que tienen algún tipo de discapacidad, puedan llegar a integrarse a los campos laboral, deportivo, social, o educativo. Ellas han conformado la Asociación Vida y Diseño AC, que ha sido un vínculo con el gobierno y otras organizaciones que también trabajan con personas que tienen algún tipo de discapacidad. El trabajo que ellas, junto con un gran número de alumnos que ellos han asesorado, han desarrollado una gran gama de productos para personas con discapacidad, y que buscan la mejora de su calidad de vida. Algunos de estos productos facilitan la movilidad y traslado de personas entre dos lugares; también han diseñado equipos para la atención médica y la rehabilitación de los pacientes; juguetes; material didáctico; y una serie de dispositivos que facilitan la realización de tareas cotidianas

3. Algunos Ejemplos de Proyectos Tipo Desarrollo

Una tercera posible clasificación de los proyectos en los que puede llegar a participar un diseñador, son los de tipo desarrollo, que buscan servir como detonadores del progreso de una región que tiene rezagos económicos o tal vez de un pueblo o aldea desfavorecida. Este tipo de proyectos busca la integración de los diferentes actores que conviven en una localidad, para lograr el uso responsable de los recursos existentes, y mejorar el tipo de actividades que desarrollan; se busca facilitar la realización de actividades económicas y que tengan un mayor valor agregado.

- **Diseño Integral para el Desarrollo: *Programa Multidisciplinario en Diseño Artesanal***

El Maestro en Diseño Industrial Fernando Schultz de la UAM-A, desarrolla desde 1995 un Programa Multidisciplinario de Diseño Artesanal, este proyecto tiene varias modalidades, una de ellas son cursos talleres para artesanos. También busca el desarrollo local de las comunidades y la capacitación integral de sus pobladores. El diseño se vincula a un sector social que es tan representativo de México, como son los artesanos, que se calcula son cerca del medio millón, y que al mismo tiempo se le ha apoyado muy poco. El programa busca mejorar los procesos de producción, diversificar los diseños de la comunidad, elevar la calidad de las artesanías, al mismo tiempo que se les desarrolla una conciencia ecológica, y facilita la comercialización de los productos. Este programa desarrollado en la UAM se ha presentado en varios países.

Por una Política de Diseño para México

Hay antecedentes que desde la época de Luis XIV en Francia, se busco estimular el desarrollo de la industria manufacturera, al mismo tiempo que se limitaban las importaciones y se promovían las exportaciones para mejorar el desempeño económico. Para alcanzar estos objetivos, el diseño se consideró como un factor decisivo para crear

una ventaja competitiva; aún a la fecha, Francia todavía es líder en la manufactura de productos de lujo (Heskett, 2002, p. 178-180).

Existen varios antecedentes de países que han desarrollado sus políticas de diseño. Inglaterra en 1944, se estableció el Consejo de Diseño Industrial, que se renombró Consejo de Diseño (*Design Council*), su objetivo principal la promoción del diseño en la industria para estimular las exportaciones. Alemania en 1951, se formó el organismo para promover el diseño en Alemania, el *Rat für Formgebung*, para promover el diseño en la industria, y enfatizar no sólo el papel económico, sino también cultural en una sociedad. Dinamarca a finales de la Segunda Guerra Mundial se creó el Consejo de Diseño Danés (*Danish Design Council*), lo que permitió que el diseño se convirtiera en un factor importante de la vida económica danesa. En el 2000 el *Danish Design Centre* abrió sus puertas al público. Estas iniciativas no sólo son de carácter nacional, ya que hay regiones, como la de Flandés en Bélgica, o Cataluña, España, que también quieren desarrollar una identidad propia por medio del diseño

Una política de gobierno, puede ser entendida como una serie de principios, propósitos y procedimientos acerca de sus intenciones en un tema en particular... En términos generales, una política de diseño se ha caracterizado por ser un conjunto de programas y actividades de largo plazo que promueven el conocimiento y uso efectivo del diseño profesional. En general comprometen la actividad de diferentes ministerios que integran diversas medidas que son complementarias entre si. (Página 11).

La Política de Diseño para Cataluña, España.

Otros países con políticas nacionales de diseño son:

- Antes del año 2000: Corea, Dinamarca, Irlanda, Reino Unido.
- A partir del 2000: Finlandia, Suecia, Noruega, Nueva Zelanda.
- A partir del 2002: Estonia, Holanda, Japón, Australia, India, Hong Kong, Singapur, República Checa, Canadá, Alemania.

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 mes de abril del 2008 vino a México, John Heskett, experto inglés que ha asesorado al gobierno inglés y neozelandés en el desarrollo de políticas de diseño. Heskett y varios diseñadores se reunieron en la Cámara de Diputados para hablar de la importancia del diseño en una economía y presentar la primera parte del proyecto. En Junio del 2008 se estableció un grupo de trabajo que se denominó *Diseña México* conformado por destacados académicos, diseñadores independientes, representantes de asociaciones, despachos de diseño, así como directores de revistas, páginas Web y de programas de televisión. A finales de Octubre se presentará la iniciativa de ley, ante la Comisión de Economía de la H. Cámara de Diputados. El objetivo es que la política se apruebe en forma de ley en el primer semestre del 2009.

Conclusiones

Si queremos que México pase de ser un país maquilador a uno que proponga nuevos productos, nuevos conceptos, nuevos escenarios, generando nuevas tendencias mediante la unión de la innovación al diseño. Si queremos modelar nuestro futuro, es importante conocer las realidades de otros países que han sabido implantar Políticas de Diseño. Pero no hay que quedarnos en la superficie solamente, no es posible copiar los ejemplos de innovación de otros países más avanzados que el nuestro, ya que son el resultado de procesos organizacionales que están sustentados por inversiones económicas fuertes, desarrollos de investigación y desarrollo que buscan una aplicación comercial, y que dan como resultado productos con alto contenido tecnológico.

Si bien el diseño no es la panacea para la empresa PyME, si puede ser una herramienta para desarrollar la competitividad de la PyME mexicana tanto a nivel procesos, como en el producto mismo y su posterior comercialización. Si bien la calidad y el costo son importantes, los industriales nacionales deberían incorporar al diseño como elemento diferenciador. Lo ideal es que no nos quedemos en los meros productos físicos, sino que pensemos en conceptos y estilos de vida. La planeación de un nuevo producto y/o servicio debe contemplar el ciclo de vida completo del mismo, desde la detección de la necesidad, desarrollo del concepto, manufactura, venta, servicio, y al final de su vida útil, su deshecho o reciclaje del mismo.

Bibliografía

- Abad, Antonio (2003). Consultoría en Diseño. En Gutiérrez Ruiz, Javier (editor). *Ejercicio Profesional del Diseño Industrial: Un acercamiento al análisis de algunas de las especialidades más dinámicas en México*. México DF, UAM-Azcapotzalco, ISBN: 970-31-0101-1., páginas 55-64.
- Frías Peña, Julio (2004). Investigación en las PyMEs. En Gutiérrez Ruiz, Javier (editor).. *Ejercicio Profesional del Diseño Industrial 2: Un acercamiento al análisis de algunas de las especialidades más dinámicas en México*. México DF, UAM-Azcapotzalco, ISBN: 970-31-0407-X, páginas 87-95.
- Gutiérrez Ruiz, Javier (editor). (2001). *Diseño Industrial: Herramienta de competitividad para la pequeña y mediana empresa*. México DF, UAM-Azcapotzalco, ISBN: 970-654-942-0.
- Gutiérrez Ruiz, Javier (editor). (2003). *Ejercicio Profesional del Diseño Industrial: Un acercamiento al análisis de algunas de las especialidades más dinámicas en México*. México DF, UAM-Azcapotzalco, ISBN: 970-31-0101-1.
- Gutiérrez Ruiz, Javier (editor). (2004). *Ejercicio Profesional del Diseño Industrial 2: Un acercamiento al análisis de algunas de las especialidades más dinámicas en México*. México DF, UAM-Azcapotzalco, ISBN: 970-31-0407-X.
- Heskett, John (1980), *Industrial Design*, Oxford University Press, New York y Toronto.
- Rodríguez Martínez, Jorge (2001). *Visión General del Tema de la Calidad y el Diseño Industrial (con un enfoque japonés)*. México DF: UAM-Azcapotzalco, ISBN: 970-654-080-6.