



En pymes de marroquinería y calzado de Bogotá: El diseño pisa duro

Un grupo de investigadores del departamento de Diseño de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Javeriana, lidera un proyecto de intervención del diseño industrial en las pymes de marroquinería y calzado de la capital, del que salieron nuevas directrices y estrategias de gestión y competitividad. De este trabajo, pionero en el país, surgió una alianza con España para la transferencia de conocimientos de la cultura empresarial del diseño.

POR MARYLUZ VALLEJO

“Innovar a través del diseño es un reto que pocas empresas están en condiciones de asumir, como ocurre con las pequeñas y medianas empresas, ya que aún se considera el diseño como un gasto y no como una inversión”, afirma Sonia Patricia Paredes, investigadora principal del proyecto “Los efectos de la intervención del diseño industrial en las pymes de marroquinería y calzado de Bogotá, entre el 2000 y el 2004”, que determinó la repercusión del diseño industrial en el desarrollo de nuevos productos en el sector.

Hasta entonces sólo existían estudios desde la perspectiva económica, no del diseño como factor diferencial para lograr

la competitividad, por lo que la investigación desbrozaba un camino en Colombia. Pero también planteaba retos al equipo de investigadores –compuesto, además, por los profesores javerianos Hugo Armando Bautista y Héctor Raúl Salazar–, como convencer a los gerentes de las pymes de la conveniencia de participar en el estudio. En total se trabajó con una muestra de 50 empresas (30 de calzado y 20 de marroquinería). El instrumento utilizado fue una encuesta que se aplicó a los gerentes.

También se enfrentaron a un sector sobre-diagnosticado, donde las acciones en diseño no han tenido el impacto esperado. Por su parte, el diagnóstico que obtuvo el equipo javeriano permitió conocer la situación del diseño en este sector y demostró que sólo el 40% de las pymes del estudio habían contratado servicios de diseño profesionales en los últimos cinco años. En el 24% de las empresas funciona un comité que toma las decisiones sobre el diseño, pero se pudo comprobar que por el desconocimiento del aporte del diseño en las pymes, para los empresarios no es clara la diferencia entre el modelista y el diseñador profesional, y en el 10% de los casos el modelista asume el diseño del producto.

Tendencia a la copia

Tras caracterizar las tipologías de gestión de diseño de las empresas, el estudio reflejó que las pymes del sector carecían de suficiente información sobre los mercados globales y las nuevas tecnologías, lo que les restaba ventajas

“En el 98% de las pymes la práctica más común es copiar productos de otras marcas y países, aunque no cuenten con la tecnología ni el conocimiento para producirlos”.

competitivas. También se comprobó el desconocimiento que tenían del perfil del consumidor, mucho más informado en una sociedad del conocimiento. En la mayoría de los casos el acercamiento al cliente se realiza a través del vendedor, que desconoce su comportamiento y motivaciones de compra. Y las pocas empresas que acceden a información sobre estudios de tendencias de consumo no saben cómo aplicarla.

Frente a esta situación no es de sorprender que en el 98% de las pymes la práctica más común sea copiar productos de otras marcas y países, aunque no cuenten con la tecnología ni el conocimiento para producirlos. “Es así como en el mercado local predominan las copias de colecciones anteriores del mercado global”, afirma la profesora Paredes. Mejor dicho, siguen a la zaga del diseño.

Marcar la diferencia

De todas formas, el sector del calzado está más golpeado en Colombia que el de la marroquinería por la competencia, ya que los empresarios se habían acostumbrado a manejar un sector muy doméstico, pero con la apertura



“El derrotero de los investigadores fue, entre otros, proponer acciones para transformar la mentalidad del empresario, quien debe entender el diseño, no como otro modelo de calzado, sino como la posibilidad de diferenciación del producto a partir de la innovación en toda la cadena de valor”.

comenzaron a perder mercado. Sobre todo porque China, el mayor productor de calzado en el mundo, está empezando a competir no sólo por bajar los precios, sino también por aumentar la calidad e incursionar en el diseño.

El derrotero de los investigadores fue entonces evidenciar la precaria situación del diseño en el sector y proponer acciones para transformar la mentalidad del empresario, quien debe entender el diseño, no como otro modelo de calzado, sino como la posibilidad de diferenciación del producto a partir de la innovación en toda la cadena de valor.

La investigación –cuyos resultados se publicaron en una revista especialmente destinada a las empresas del proyecto– reflejó que en las pymes que contrataron diseño en el periodo estudiado, se presentó un impacto en términos económicos, ya que aumentaron las ventas de los productos con diseño y sus exportaciones. Y en términos de cultura organizacional, mejoró la comunicación entre los diferentes departamentos de la empresa.



La “internacionalización” del proyecto

Diagnóstico en mano, el grupo de investigación en gestión de diseño de la Universidad Javeriana siguió trabajando en el sector para cambiar la cultura de los empresarios frente al diseño y puso en marcha dos proyectos. El primero, la “Misión tecnológica en gestión de diseño”, se presentó el año pasado a la



convocatoria de Colciencias, para visitar en España –con dos miembros del equipo de investigación y empresarios de tres pymes seleccionadas– diferentes centros de diseño y centros tecnológicos.

Esta vez los empresarios asistirán a las ferias de calzado y marroquinería, verán el esquema de gestión de diseño de producto aplicado en empresas de distintos sectores, los estilos de trabajo en las alianzas universidad-empresa y asistirán a talleres –con destacados conferencistas en el área de la gestión de diseño– en las universidades de La Coruña, Esade y Politécnica de Valencia, todo con el fin de volver a Colombia a divulgar el conocimiento adquirido en cinco ciudades del país.

La meta es capacitar al grupo asistente a la “Misión tecnológica” sobre la importancia de la adecuada gestión de diseño en las empresas y prepararlo para el desarrollo de un segundo proyecto aprobado en la convocatoria de Colciencias, denominado “Herramientas de apoyo a la gestión estratégica de diseño” (Hagedi).

Con tal fin se construyó una alianza con una fundación española, cuya gestión tomó un par de años, durante los cuales se obtuvo un “sello Iberoeka”, necesario para desarrollar el proyecto de innovación tecnológica en red de investigación con España. En los últimos 18 años se han otorgado sellos a unos 65 proyectos colombianos, en todos los sectores

industriales y por primera vez la innovación tecnológica en diseño entró en esta lista.

Por España, participan en dicho proyecto dos empresas del sector mueble en madera y por Bogotá las tres pymes participantes en la “Misión tecnológica”. “Queremos intervenir el diseño como proceso, es decir, no les vamos a diseñar un producto a las empresas, porque para

“La investigación reflejó que en las pymes que contrataron diseño en el periodo estudiado, se presentó un impacto en términos económicos, ya que aumentaron las ventas de los productos con diseño y sus exportaciones”.

eso se contrata un diseñador. Desde la óptica de la gestión de diseño, vamos a hacer todo el proceso para que ellas aborden con mayor conocimiento la etapa de definición estratégica del producto, su conceptualización, la preproducción y, por último, la comercialización mediante la aplicación de un software. Lo que buscamos es que las pymes cambien su forma de pensar para afrontar los retos que les plantea una sociedad de consumo y un entorno de globalización”, concluye la profesora Paredes.



Para saber más:
Paredes, P., Salazar, H.R. & Bautista, H.A. (2008). *Recomendaciones para la gestión de diseño en las pymes de calzado y marroquinería de Bogotá, D.C.*, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Departamento de Diseño, Facultad de Arquitectura y Diseño, Javegraf.
www.cueroamerica.com
www.andi.com.co/Camaras/Cuero

// Fotos:
1. | 2. | 3. Sólo el 40% de las pymes del estudio habían contratado servicios de diseño profesional, en los últimos cinco años | 4. Sonia Patricia Paredes, investigadora principal del proyecto