

INTRODUCCION

La Universidad de Nariño creó hace 11 años el programa de Diseño Industrial como alternativa para formar profesionales competentes y con capacidad para crear empresas, además para que participen activamente en los cambios socioeconómicos del Departamento de Nariño.

Uno de los aspectos que incidieron en la apertura de el programa fue la necesidad que la región presentaba en cuanto al sector artesanal de formar profesionales que intervengan en el proceso de producción de artesanías para que progresivamente deriven en desarrollo Industrial sin perder la característica artesanal, alcanzando la calidad necesaria y ser competitiva a nivel mundial

El presente proyecto se encargo de revisar y orientar el currículo del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño en relación con la formación empresarial para determinar la calidad de la educación impartida.

Si bien es cierto que en el plan curricular se contempla la formación empresarial no alcanzo a cumplir las expectativas de la institución, los docentes, y los estudiantes al momento de iniciar la carrera, dejando vacíos sobre todo a los egresados en su ejercicio laboral manifestados en el temor para crear empresa.

Se realizaron, en el periodo B de 2004, encuestas a estudiantes y profesionales de Diseño Industrial, entrevistas a docentes fundadores, docentes tiempo completo, docentes del área de administración y profesionales que tienen constituida una empresa. Obteniendo resultados importantes con respecto a la calidad académica, formación recibida, motivación de los docentes y aplicación en el ejercicio laboral.

Esta investigación sirve de soporte para futuras reformas del programa en busca del mejoramiento en la calidad de la educación superior.

1. ELEMENTOS DE IDENTIFICACION

1.1. TITULO

Condiciones de Creación de Empresa en el Currículo del Programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño.

1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La Universidad de Nariño, teniendo en cuenta las necesidades que presentaba el sector artesanal en cuanto al mejoramiento de la calidad del diseño, productividad, condiciones de producción, competitividad entre otras, inició el programa de Diseño Industrial con el propósito de mejorar este sector e incrementar la creación de empresas aprovechando las técnicas y materiales existentes en la región.

Ante estas necesidades el perfil profesional del Diseñador Industrial de la Universidad de Nariño planteó formar profesionales creativos con capacidad y autonomía para generar empresa. Por esto es importante indagar su efecto tanto en la vida laboral de los egresados como en su aporte al desarrollo de la región.

1.3. FORMULACIÓN

¿Los elementos y procedimientos curriculares existentes en el programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño, generan las condiciones necesarias para crear empresa?

- ¿Cómo aporta el programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño, en la formación empresarial de los estudiantes?
- ¿El currículo del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño impulsa la creación de empresa?
- ¿Qué formación académica requiere el estudiante de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño para proponer empresa?
- ¿El desarrollo del trabajo de grado permite proyectar en los estudiantes su deseo de crear empresa?
- ¿Qué beneficios obtiene el estudiante de Diseño Industrial desde su formación empresarial?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General.

Determinar los elementos y procedimientos curriculares que impulsan el espíritu empresarial en los estudiantes de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño durante su formación académica.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Identificar cuál es la formación empresarial impartida en el programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño.
- Establecer si el currículo del programa de Diseño Industrial cumple con las expectativas de la formación empresarial.
- Proponer pautas de formación de empresa para los estudiantes de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño.
- Plantear una alternativa de trabajo de grado, en la cual los estudiantes de Diseño Industrial proyecten la formación empresarial requerida en el Programa.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Una de las preocupaciones centrales de la presente propuesta, se fundamenta en la revisión del perfil académico del estudiante de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño, referente a su formación y capacitación para la creación de empresa. Si bien lo anterior se contempla en los fines del programa, no alcanza a concretarse en sus propósitos prácticos.

Como nariñenses y colombianos vivimos una realidad histórica particular, estamos frente a nuevos retos y exigencias en todos los campos del saber y de la técnica. Indudablemente la Universidad tiene la misión de propiciar una dinámica social a través de sus estudiantes y egresados. La insistencia en el desarrollo del espíritu empresarial en el estudiante de Diseño Industrial, se origina en las necesidades que los momentos actuales nos plantean y en fomentar una mentalidad emprendedora, abierta al cambio, dispuesta a esforzarse y trabajar para progresar según sus expectativas de vida.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO CONCEPTUAL

2.1.1 Diseño Industrial. El desarrollo del ser humano ha estado siempre unido a los objetos, el hombre tuvo que desarrollar progresivamente, como parte de su evolución, una capacidad para generar formas útiles mediante dos componentes: la facultad de combinar imágenes (imaginación), y la facultad de lenguaje y el proceso conceptual resultante del mismo. Estos dos elementos combinados entre sí, dieron como resultado el surgimiento de los objetos y artefactos fabricados deliberadamente por el hombre que facilitaron la satisfacción de algunas necesidades humanas. Cuando el ser humano empezó a servirse de objetos de la naturaleza y transformarlos para mejorar su nivel de vida ahí comenzó el Diseño, la evolución ha llevado a crear muchos campos de Diseño como los espacios interiores, los muebles, el vestuario, la vivienda, los medios de transporte etc...

El Diseño Industrial busca responder de manera coherente a las necesidades de los usuarios, buscando mejorar el tiempo y la calidad de vida.

*“Es una actividad proyectual que consiste en determinar las propiedades formales (características exteriores, relaciones funcionales y estructurales) de los objetos producidos Industrialmente... de modo que haya unidad coherente entre el producto y el usuario... y que integre factores de tipo funcional, cultural, tecnológico o económico”.*¹

*“Diseño es innovación, avance, solución renovadora, nueva relación de variables, nueva forma de expresión, logro de una mayor eficacia”.*²

“El Diseño debe ser el plan, la proyección de ideas positivas y constructivas para comunicar visualmente y significar mensajes y el método proyectual coherente para producir objetos útiles a la humanidad valiéndose de propuestas intelectuales éticas y sirviéndose de recursos materiales compatibles con el medio y la vida. El Diseño de comunicación y el Diseño de producción no deben perjudicar el ecosistema. Así mismo no deberán invocar o propiciar con su apología a la violencia, la guerra, las diferencias étnicas, religiosas o políticas, el abuso, el engaño y la falsedad legal, la manipulación genética, ni la miseria humana y las enfermedades y la destrucción, ni el consumo y distribución de sustancias tóxicas que destruyan el medio ambiente y lo contaminen. Cumpliendo su sentido original

¹ MALDONADO, Tomás. El Diseño Industrial Reconsiderado: Diseño Industrial en el Tercer Mundo. Barcelona: Gustavo Gili. 1993 p.85

² Cross, Elliott y Roy

*creador, el Diseño debe beneficiar al ser humano y su entorno para lograr una mejor calidad de vida y crecimiento espiritual*³

2.1.2. Empresa. *“Es una unidad productiva cuyo objeto final es la satisfacción de las necesidades de los seres humanos. Según el código de comercio empresa es toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios”.*⁴

Clasificación de las Empresas

Según su actividad las empresas pueden ser:

Agropecuarias. Son dedicadas a la explotación de la tierra y los animales

Mineras. Las que pretenden la extracción y explotación de minerales en general

Industriales. Las que buscan llevar a cabo la transformación de materias primas en productos terminados aptos para el consumo humano.

Comerciales. Las dedicadas a la comercialización y distribución de bienes y servicios.

De Servicios. Las que desarrollan actividades de carácter intangible para suplir necesidades organizacionales y tecnológicas.

Las empresas se clasifican por el tamaño en:

Microempresa. Son unidades de producción, comercio y/o servicio con escasos niveles de tecnología organización y capital.

Pequeña Empresa. Entidades con un mejor esquema organizacional y perteneciente a la economía formal.

Mediana Empresa. Organizaciones con infraestructura administrativa definida, esquemas financieros consolidados y alta generación de empleo.

Gran Empresa. Son entidades que tienen una gran infraestructura que les da la capacidad suficiente para absorber una alta cantidad de mano de obra, capital y tecnología.

Teniendo el número de propietarios que conformen la empresa esta puede ser:

³ Misión Universidad de Nariño. <http://www.udenar.edu.com> 19 de Julio de 2004

⁴ Administración de Empresas, Universidad San Martín, modulo 1, p 34. 2001

Unipersonales. Son negocios manejados por una sola persona (natural o jurídica), que destina parte de sus ingresos para la realización de una o varias actividades comerciales. Este tipo de empresa tiene recursos muy limitados, no emite acciones y se inscribe ante la cámara de comercio hasta máximo un mes de haber iniciado sus labores.

Sociedades. Son integradas por dos o más personas. Además, en su fundación se hace necesario constituir una escritura pública. Dentro de esta clasificación se pueden presentar:

Las Limitadas. Mínimo con dos socios y máximo veinte, quienes asumen responsabilidad limitada a su aporte y a la suma que se indique en la estructura social.

Las Anónimas. En que la propiedad esta representada por acciones, cada acción, representa una fracción dada del total de capital invertido en la compañía y, por lo tanto, una parte de su propiedad.

Según de donde procede el capital de la empresa esta se puede clasificar en:

Privadas. Donde el capital procede de reservas personales e individuales.

Oficiales. Donde es el estado el principal aportante del capital de la empresa

Mixtas. Es una reunión del capital tanta privado como oficial

2.1.2.1. “Análisis de Mercado. Mercado, es un conjunto de personas con necesidades por satisfacer, dinero y voluntad para gastar según las preferencias de sus compras. Ese mercado puede considerarse como uno sólo o como un conjunto de pequeños mercados con diferentes necesidades.

Las personas que conforman un mercado pueden clasificarse como clientes potenciales o reales. Los reales son los que actualmente compran el producto o servicio y los potenciales son las personas que pueden llegar a hacerlo”⁵.

Se los puede clasificar según algunos criterios para reconocer cuales son los mejores. Estos criterios son:

- Su poder adquisitivo
- La forma de pago (crédito o al contado)
- Sus gustos o preferencias
- La frecuencia de la compra: diaria, semanal, mensual, etc.

⁵ Administración de Empresas, Universidad San Martín, modulo 2, p 27. 2001

Mercadeo. Es un programa encaminado a ofrecer e intercambiar productos bienes y servicios, según las necesidades de los clientes; establecer las necesidades implica fijar si se está en capacidad de atenderlas lucrativamente y desarrollar una oferta que convierta a los compradores potenciales en clientes reales.

Servirá también para medir el progreso de nuestro negocio y saber en que estamos fallando y tomar las medidas necesarias de mejoramiento. No es solamente una actividad empresarial sino un punto de vista que consolida todo el proceso empresarial.

Se inicia con una definición concreta de los objetivos y metas a lograr con la introducción del producto o servicio al mercado los objetivos nos indican hacia donde queremos ir mientras que las metas son los objetivos cuantificados y fechados.

Las estrategias establecen las acciones específicas para lograr esos objetivos y metas. Plantean que va a hacerse, cuando y donde. El presupuesto es la traducción de ese programa en cifras, indicando la inversión necesaria para el logro de las metas y objetivos propuestos.

Acciones de Mercadeo. Identificar necesidades, gustos, problemas y expectativas de los clientes reales y potenciales

- Diseñar y producir el bien o el servicio para satisfacer al cliente
- Asignar el precio al producto o servicio calculando su ganancia
- Dar a conocer, promocionar, brindar información del producto o servicio
- Vender y distribuir el bien o servicio, haciendo que llegue a los lugares indicados
- Brindar servicio, atención y seguimiento posterior

Producto. Es el bien o servicio que se ofrece para satisfacer las necesidades del cliente este no solamente debe responder a sus necesidades, sino también a sus deseos y expectativas. Así el producto es el paquete de satisfactores que el comprador adquiere.

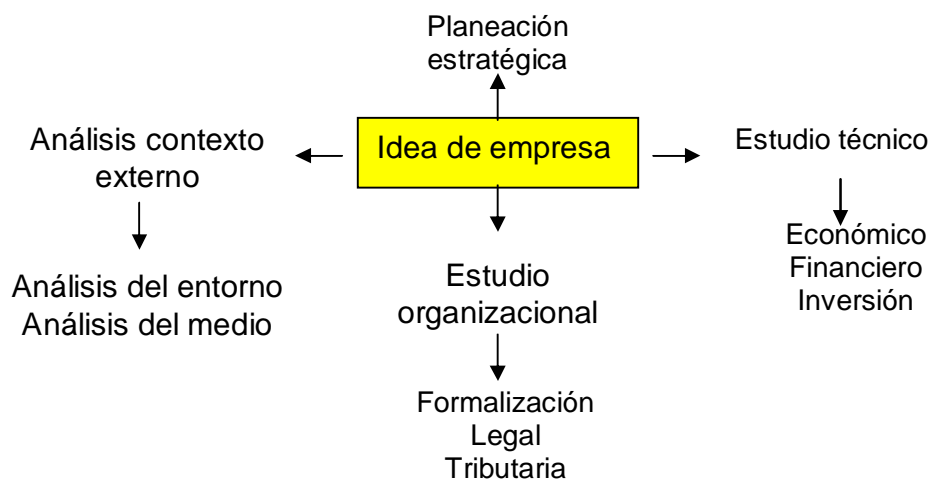
Producto Básico. Es lo mínimo que espera un comprador y su motivación pueden ser los valores agregados como Diseño, presentación, material, color empaque, información servicio, garantía., imagen, entrega, financiamiento, etc. Estos valores constituyen el producto ampliado que contribuyen a la satisfacción final del cliente.

Precio. El precio debe concordar con el valor percibido, pues es lo que los clientes estiman que lo que deberían pagar por los beneficios que reciben. Se debe comenzar por fijar objetivos de precios (utilidades, ventas, participación, imagen,

etc.) y analizar los factores que influyen en su determinación (demanda, precio esperado, competencia, elasticidad, comunicaciones, etc.), para finalmente especificar las políticas y estrategias del precio.

2.1.2.2 Creación de Empresa. *“Espíritu empresarial. Fuerza vital, deseo de superación y progreso, capacidad de ver, identificar oportunidades, visión al futuro, habilidad creadora e innovadora, aceptación y propensión al cambio, iniciativa, libertad, autonomía, autogobierno, creer en uno mismo, creer en que se puede, compromiso, coraje para enfrentar situaciones, liderazgo, capacidad de soluciones y no problemas, capacidad de administración”⁶.*

Idea. Es un momento de iluminación donde se ven situaciones nuevas que otros no ven. Toma de acciones sobre las ideas.



Para la estructuración de la empresa es importante tener en cuenta el siguiente proceso:

Determinación del Tamaño del Proyecto. Relación entre la visualización del mercado y la facilidad para adquirir los materiales e insumos, equipos, financiación, recurso humano necesarios.

Capacidad Productiva. Donde se tiene en cuenta, la capacidad de Diseño, la capacidad efectiva y la capacidad real de producción.

Localización. La ubicación física del proyecto donde se tiene en cuenta factores como: terrenos, energía y servicios públicos, transporte, aspectos sociales, clima, ubicación estratégica, economía, demografía, gobierno.

⁶ Administración de Empresas, Universidad San Martín, modulo 1, p 21. 2001

Instalaciones, y Distribución de Áreas de Trabajo. Implementación y adecuación del sitio del proyecto donde se tiene en cuenta: Recepción de materiales y embarque de productos terminados, almacenes, departamento de producción, unidad sanitaria, oficinas, mantenimiento.

Descripción de Equipos y Maquinaria. Inventario de los diferentes proveedores, de los equipos, de las maquinas.

Especificación de Materiales y Productos. Control de calidad de materia prima e insumos.

Recursos Tecnológicos. Donde se tiene en cuenta el recurso humano o personas especializadas, instalaciones y equipos (hardware, instalaciones, equipo especial), datos (software, estadísticas, administrativo)

Proceso de Producción. Es el conjunto de acciones realizadas por hombres, maquinaria, equipos para elaborar los productos finales; La materia prima es en donde se efectúa las transformaciones donde se efectúa el proceso de transformación para llegar al producto final.

Inspección de Control de Calidad. Tener en cuenta que los procesos sean correctos en todo el proceso de producción

Gestión Humana. Hace relación al recurso humano, teniendo en cuenta sus intereses, necesidades y todo lo que podría afectarlo dentro del desarrollo de la empresa para lograr una mayor productividad.

2.2. MARCO TEORICO

2.2.1 Reseña Histórica del Diseño Industrial.

2.2.1.1 El mundo Occidental. La necesidad del Diseño Industrial surgió a raíz de la revolución Industrial del siglo XIX, cuando la producción manual paso a proyectos de objetos fabricados a máquina para su producción en serie. En un principio los creadores fueron artesanos con inventiva que tuvieron éxito debido a las favorables circunstancias económicas del momento y al uso de la máquina de vapor y electricidad.

El movimiento de la Arts and Crafts, fundada en 1888 en Londres precedió al modernismo, se apoyaba en el principio de William Morris y Charles Robert Ashlee, cuya mayor preocupación fue el embellecimiento del entorno vital. Este movimiento preconiza una vuelta los métodos inspirados en la edad media con talleres de artesanos, donde se fabricaban, muebles, vajillas, tapicerías, etc., en la que el obrero participaba en todo el proceso de producción y no en una mínima

parte cuando a raíz de la automatización se creó la especialización, pero su lucha fue utópica, pues la producción artesanal es más costosa y reservada a una clientela privilegiada.

En 1901 Ashlee ofrece sus productos artesanales como prototipos a la industria, pero su proyecto fracasó. El arquitecto alemán Hermann Muthesius fundador del Deutscher Werkbund, recogió nuevamente esta idea en 1907; su mayor éxito fue realizar para la AEG, un programa completo que abarcaba la concepción de embalajes, catálogos, aparatos producidos para la firma, adecuación de locales, fábricas, etc.

El Diseño alcanza su mayor auge tras la depresión de 1930. Uno de los productos más famosos es la silla de madera de Michael Thonet. El uso de la madera curvada eliminó las juntas tradicionales hechas a mano y condujo a la primera producción en serie de muebles estandarizados. Unos 35 años más tarde en Bruselas y París el Art Nouveau, dio inicio a lo que hoy se llama Diseño moderno, terminó con la costumbre de imitar los estilos antiguos y aunque sus líneas curvas quedaron eliminadas en los estilos totalmente lineales que le siguieron.

A principios de la primera guerra mundial el movimiento holandés, dirigido por Piet Mondrian (pintor) y Gerrit Rietveld. (Arquitecto), fue muy importante para el Diseño Industrial; intentó reducir los elementos fundamentales a cuadrados y rectángulos independientes, establecer la simetría con el equilibrio asimétrico y fomentar el uso de los colores puros y uniformes, ideas que tuvieron gran influencia sobre la Bauhaus.

La Bauhaus fundada en Weimar (Alemania), en 1919 y cerrada por los nazis en 1933, fue la primera escuela en la que se estudió y enseñó Diseño Industrial, su director Walter Gropius, proporcionó a los estudiantes unos Diseños para que los desarrollaran y después fueron utilizados en la industria.

Bauhaus fue sinónimo de Diseño moderno, primero en Alemania y después en todo el mundo, su característica era el Diseño funcional expresado con rígidas formas geométricas, cuya filosofía era la pureza de las formas y la buena factura de los objetos, sobresalen Marcel Breuer, Mart Stam, Mies Van Der Roche, etc. En esta escuela nació la idea de muebles metálicos y de las estanterías, además de las clásicas sillas de Barcelona, en el ramo del mobiliario dio origen al llamado estilo internacional. En los últimos años el aporte de Italia y Escandinavia, ha sido muy importante, sus productos entre los más bellos, se acercan tanto a la artesanía que puede parecer inexacto considerarlos como proyectos para la producción en serie.

El Ministerio de Comercio creó en Londres en 1944 el primer centro de Diseño, organizó diversas exposiciones y editó una revista, con el objeto de educar al consumidor.

Después de la segunda guerra mundial, fue muy importante el Diseño Italiano, gracias a la creatividad de los diseñadores apoyados por el sector empresarial y al gobierno, generan una imagen innovadora que les permite colocar sus productos en los mercados internacionales, se caracteriza por sus productos sensualmente esculpidos, como las formas aerodinámicas de los coches deportivos Ferrari, máquinas de escribir Olivetti, motocicletas Vespa y Lambreta, etc.

Al término de la II guerra mundial las condiciones en Europa cambian. En 1955 se funda en Alemania la Hochschule fur Gestaltung, bajo la dirección de Max Bill, exalumno de la Bauhaus, surge una línea de productos de alta calidad y formas nuevas, que extiende su mercado de exportación a varios países y ejercen una gran influencia en países escandinavos de gran importancia por su delicadeza refinamiento, se crea el estilo Escandinavo.

Japón se ha caracterizado por su rápida Industrialización, sus productos son de gran versatilidad, basados en productos y tecnologías del primer mundo, sus productos son de un alto grado tecnológico que se refleja en la miniaturización y precisión de aparatos electrónicos y Diseño de imágenes entroncadas entre su cultura y el gusto occidental, como país exportador adecua el Diseño a las preferencias del público del país al que va dirigido. Esta adaptación del Diseño japonés, permitió lograr características muy propias de Diseño en ciertos productos, como fotografía, aparatos de sonido, motocicletas, en las cuales impone su propio Diseño.

En 1957 fue fundado el Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial, con el fin de reunir las diferentes organizaciones nacionales existentes y favorecer los intercambios comerciales así como la promoción del Diseño en general.

En la actualidad el Diseño Industrial se ha extendido por casi todo el mundo, con educación a nivel universitario; la mayoría de los países cuentan con organizaciones oficiales que promocionan el Diseño.

2.2.1.2. Latinoamérica. Al abordar la historia del Diseño Industrial en Latinoamérica es posible percatarse de que ha sido una disciplina importada, ya que los primeros profesionales vinieron de Europa. Estas personas trajeron un quehacer fuertemente influenciado por la experiencia Bauhaus, la cual intentaron aplicar a nuestro proceso de Industrialización tan peculiar, que no ha terminado de concretar.

La Industrialización de Argentina, Brasil y México y los medianos como Chile, Colombia y Perú se caracterizó principalmente por «el énfasis inicial en la manufactura de productos de consumo final, mientras se atendió sólo parcialmente a las industrias intermedias ligadas a los recursos naturales y prácticamente no existieron industrias de equipos y maquinarias. Otras características comunes fueron la falta de competitividad internacional, con la consecuente limitación a la capacidad exportadora de manufacturas; la amplia dependencia de la importación de bienes de capital e insumos intermedios; el permanente rezago tecnológico y la extensa penetración de compañías transnacionales en los sectores Industriales más nuevos y dinámicos, mientras que el empresariado nacional se limitaba a cubrir los rubros tradicionales

Se ha reconocido la importancia del Diseño Industrial en la región, pero la misma no ha podido trascender las dificultades del contexto económico y político. En años más recientes se ha tratado de solventar esta deficiencia con la creación de organismos destinados más a la promoción de esta profesión que a su práctica, a diferencia de lo que ha sucedido en los países desarrollados, donde políticas y acciones han sido implementadas en conjunto. La voluntad de introducir el Diseño Industrial en el aparato productivo de nuestros países se ha enunciado en diversas ocasiones, mas sin encontrar hasta el momento la forma efectiva de convertirlo en urbanismo, transporte, señalización ni producción de objetos, aunque hay algunos avances en Brasil, México y Chile.

Tomás Maldonado comenta al respecto: “En efecto, en los países del tercer mundo, en los que, precisamente la industria manufacturera es inexistente (o casi), el discurso relativo al Diseño Industrial asume un significado, en el mejor de los casos, sólo programático”.

Según el arquitecto Alberto Sato, es posible identificar tres etapas en la evolución del Diseño en Latinoamérica. La inicial, correspondiente al comienzo de la Industrialización a fines del siglo XIX y principios del XX. Le sigue la modernización de fines de la década de los años 30' y posteriormente, las nuevas condiciones internacionales derivadas de la Segunda Guerra Mundial.

Los antecedentes del Diseño Industrial en Latinoamérica se remontan a la producción de objetos y piezas elaboradas en el continente desde la época colonial, aunque hay quienes encuentran gérmenes en los utensilios elaborados por las civilizaciones prehispánicas.

Una muestra de la capacidad productiva y creativa del Nuevo Mundo es la butaca, tipo de asiento que tiene origen en el “ture” de los indios Cumanagotos, cuyo uso se extendió para el descanso y el confort de los enfermos en los hogares coloniales.

El principio de la Industrialización latinoamericana se hizo efectivo con la instalación de infraestructuras y la producción de objetos de uso cotidiano por parte de artesanos y gentes de oficios con máquinas importadas y algunas materias primas nacionales. Estos productos semi Industriales se presentaban en las exposiciones de las grandes capitales del mundo como atractivos exóticos para los ojos de los demás continentes.

Las academias han desempeñado un rol interesante en el adiestramiento de artesanos y gentes de oficios. En 1849 se fundó la Escuela de Artes y Oficios en Santiago de Chile. En 1867 fue creada la Escuela Nacional de Bellas Artes de la Academia de San Carlos de México. Ecuador fue testigo del nacimiento de la Escuela de Bellas Artes en 1904, mientras que en Argentina se fundó en 1905, la cual derivó en la Comisión Nacional de Bellas Artes que desde 1924 incluyó a la Escuela de Artes Decorativas e Industriales.

Estas iniciativas se constituyeron en las cimentadoras de las bases para la disciplina del Diseño Industrial en Latinoamérica, en tanto vinculaban las actividades creativas al desarrollo económico del continente, el cual desde esa época evidenciaba el colonialismo cultural y del consumo, expresados en la importación de modelos, tecnologías y de productos provenientes de los centros de poder mundial.

La segunda etapa en la historia del Diseño Industrial de América Latina tuvo inicio a partir de 1930 con el influjo de las vanguardias europeas y de la diáspora que se produjo en Alemania, Austria y los países que fueron afectados por las persecuciones políticas, la discriminación racial y la crisis económica producida por las dos guerras mundiales.

Artistas, arquitectos y diseñadores europeos cruzaron el océano para reconstruir sus vidas y encontraron campo abierto para desarrollar sus profesiones, personalidades como Le Corbusier, quien realizó una gira en 1929 que agitó el debate sobre el Diseño moderno en São Paulo, Río de Janeiro y Buenos Aires. En 1934 Josef Albers, ex-docente de la Bauhaus, dictó una serie de conferencias en el Liceo de La Habana, posteriormente viajó a México en varias oportunidades; entre 1953 y 1954 permanece en Chile como profesor invitado de la Universidad Católica y en ese mismo tiempo dicta conferencias y seminarios en la Escuela Nacional de Ingenieros de Lima, Perú.

En 1928 el ministro chileno Pablo Ruiz cerró la Escuela de Bellas Artes por dos años, enviando a París a los mejores estudiantes. En 1930 creó la primera Facultad de Bellas Artes del continente, ante la necesidad de renovar los estudios artísticos, incluyendo la aplicación del Diseño en los utensilios de uso doméstico. Allí se otorgaban títulos de artífices con mención en Diseño de interiores.

El argentino Tomás Maldonado, dirigió la HfG de Ulm, escuela que a partir de los años 50' influenciara el destino de la profesión en nuestro continente.

Maldonado junto a Horacio Baliero fundaron hacia 1950 el Centro de Diseño Moderno y auspiciaron la publicación periódica *Nueva Visión*, revista de cultura visual, artes, arquitectura, Diseño Industrial y tipografía.

Clara Porset Dumas de origen cubano es considerada la pionera del Diseño Industrial en México, fue llamada por el gobierno de su país natal para ejercer la docencia en el Taller de Artes Industriales y asumir la dirección de la Escuela Técnica para mujeres en Rancho Boyeros.

La tercera etapa en la historia del Diseño Industrial en Latinoamérica surge de las nuevas condiciones dadas a partir de la posguerra, signado por la sustitución de importaciones desde la década de los 50', lo cual significó un reto para las industrias nacionales que desperdiciaron la oportunidad reproduciendo productos, estrategias y modelos de los países de tecnología avanzada.

En la segunda mitad del siglo XX se formaron las primeras escuelas universitarias de Diseño gráfico e Industrial, algunas independientes de las artes y la arquitectura. En 1956 Max Bill propone la creación de la Escuela Superior de la Forma como anexo al Museo de Arte Moderno de Río de Janeiro, que apenas quedó en la mera idea, hasta que siete años después se abrieron las aulas de la Escuela Superior de Desenho Industrial (ESDI) en Guanabara, con un currículo elaborado sobre la base de la HfG de Ulm, el nuevo punto de referencia para la profesión. En 1957 dan inicio las clases de Diseño Industrial en el estado de Minas Gerais. En 1963 aparece la Asociación Brasileña de Diseño Industrial, primer organismo promotor de dicha disciplina.

En Argentina se crea el Departamento de Diseño en la escuela de Bellas Artes de la Universidad nacional de La Plata, el Instituto de Diseño de la Escuela de Bellas Artes de la Universidad nacional de Cuyo, Mendoza, el Instituto de Diseño Industrial de la Facultad de Ciencias Exactas e Ingeniería de la Universidad Nacional de Rosario, así como cursos, exposiciones y seminarios organizados por el Centro de Investigación de Diseño Industrial. En 1985 se inserta como carrera dentro de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires, dentro de la que se enmarcó el Centro de Investigación en Diseño Industrial de Productos Complejos con líneas de investigación reconocidas por su contenido científico; sin embargo, dirigido a la resolución de problemas de interés social.

En Chile se inicia la formación profesional del Diseño Industrial en 1970 en la Pontificia Universidad de Chile y en la Universidad Nacional de Chile.

En Colombia el Diseño Industrial llega tarde en comparación con los países antes mencionados. Su aplicación formal data de la década del 60', pero desde 1974 la

Universidad Jorge Tadeo Lozano asume la responsabilidad de abrir los primeros cursos de esta disciplina en Bogotá, completando posteriormente el panorama académico la Universidad Javeriana, la Universidad Nacional de Colombia, la Universidad Bolivariana de Medellín y otras que llegan a sumar diez programas de formación. Ante la carencia de instituciones educativas, los primeros diseñadores Industriales se formaron en el exterior, vinculándose de forma casi exclusiva al Diseño de mobiliario de oficina y doméstico que aún prevalece, aunque también se han desarrollado productos acordes con tecnologías que tienen muchos puntos de contacto con la artesanía tradicional, en el campo textil y de joyas.

Una propuesta interesante puesta en práctica en Colombia ha sido la Red Nacional de Diseño para la Industria, dirigida por el diseñador y docente Jaime Franky Rodríguez bajo el concepto de creación de un modelo de integración institucional para desarrollar la capacidad de innovación y la competitividad de los productos por medio del enlace de las Universidades, las asociaciones de diseñadores, gremios de la producción y las entidades estatales.

Como cierre de este punto es vital mencionar que los gremios de diseñadores en los países con mayor experiencia decidieron agruparse para interrelacionar su trabajo y fomentar la comunicación entre ellos, con la fundación en 1980 de ALADI (Asociación Latinoamericana de Diseño Industrial), cuya primera asamblea tuvo lugar en Bogotá. Con posterioridad se han efectuado congresos en La Habana (1982), Río de Janeiro (1984), y tras un intervalo, nuevamente en La Habana (1989). Fue justamente ese año que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) acepta el ingreso de la ALADI como representante oficial de los diseñadores de la región y lo autoriza como órgano consultor en esta disciplina. Vale decir que Venezuela participa dentro de esta institución.

ALADI se interconecta actualmente a través de una red dentro de la que circulan informaciones y comentarios de los suscritos. Actualmente el presidente es el paraguayo Rodolfo Fernández Álvarez, quien concibe la misión del Diseño en los siguientes términos éticos:

2.2.1.3 Colombia. El ejercicio profesional del Diseño Industrial en Colombia es relativamente nuevo y comienza a reconocerse a partir de la llegada del D.I. Jaime Gutiérrez Lega, pionero de la profesión, aproximadamente en los inicios de los años setenta; la formación universitaria de diseñadores Industriales en el país data de 1.974 y la primera promoción, del año 1.979, en la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Jairo Acero, Rafael Reyes, , Dicken Castro, Guillermo Sicard desarrollaron proyectos de Diseño Industrial que marcaron el camino de esta disciplina los cuales integraron el Diseño Industrial con la habilidad y las manifestaciones del

Artesano Colombiano, David Consuegra por su parte, contribuyó a la consolidación de la profesión dándole estructura conceptual.

Colciencias y la Asociación Colombiana de Diseñadores iniciaron el plan nacional de Diseño Industrial con el fin de impulsar y promover esta profesión en el desarrollo económico tecnológico enmarcado en el proceso de modernización de Colombia.

De igual manera, el original escepticismo de los empresarios e Industriales hacia los profesionales del Diseño, ha venido transformándose hacia un mayor reconocimiento de sus importantes aportes para el avance del sector en términos de una mayor competitividad. A esto ha contribuido también la creación de la tarjeta profesional del Diseñador en el país, otorgada por el Ministerio de Desarrollo Económico.

Pese a que la formación profesional no siempre ha incluido un conocimiento de tipo empresarial – administrativo, en el transcurso del ejercicio de la profesión, Los diseñadores Industriales ha contribuido a la economía Colombiana con la creación de sus propias empresas; el escepticismo de los empresarios e Industriales hacia los profesionales de Diseño Industrial, se ha ido transformando y ahora hay un mayor reconocimientos de sus aportes en los avances del sector.

Si bien los diseñadores Industriales han aportado en pequeña escala al desarrollo del país a través de pequeñas unidades productivas, no se ha podido destacar con mayor fuerza en los mercados internacionales ni los productos y Diseños ni los diseñadores, principalmente porque el “Diseño Colombia” todavía no posee un espacio en estos nichos ya que flaquea en su identidad.

2.2.1.4 En Nariño. La región de influencia de la Universidad de Nariño se ha caracterizado ante el país por su producción artesanal. Junto a ella se encuentra una tradicional producción manufacturera en los renglones de marroquinería y de carpintería en metal y madera. Estos constituyen los tres grandes campos de acción profesional en el medio.

En el campo artesanal, sólo Nariño posee alrededor de veinte oficios artesanales diferentes, y el Putumayo cuenta también con un considerable desarrollo en este renglón. Esta ventaja comparativa mereció la creación, en Pasto, de la segunda de cuatro sedes del Laboratorio Colombiano de Diseño, entidad de economía mixta que se origina en convenios interinstitucionales del sector público y del privado y que presta asesoría para el desarrollo de la artesanía y de la pequeña y mediana empresa. La asesoría a los sectores artesanal y manufacturero, representa hoy quizás el más importante de los campos de acción en la región, lo cual plantea un reto tanto para el ejercicio profesional como para la formación académica de los Diseñadores Industriales de esta zona.

En general, la presencia del Diseñador Industrial en la región es relativamente nueva. La actividad de los primeros profesionales se inicia en la década del ochenta y se mueve en principio, entre la creación de pequeñas empresas y la asesoría en Diseño.

Como expectativa y oportunidad para el desarrollo profesional, merecen tenerse en cuenta las tendencias del mismo desarrollo departamental en lo que hace al perfil ocupacional del diseñador Industrial

Dentro del ámbito económico, el Diseño Industrial en el contexto de la región tiene como grandes campos de acción los sectores de la artesanía y la manufactura, e incide en ellos mediante la innovación de sus productos, el mejoramiento de la calidad, el mejoramiento de las condiciones ocupacionales, y el mejoramiento integral de aquellos en sus funciones práctica, formal estética y simbólica.

Nariño es una región artesanal que posee alrededor de veinte oficios artesanales diferentes, que conllevaron a la creación del **Laboratorio Colombiano de Diseño** que es encargado de prestar asesoría a los sectores artesanales y manufactureros que quizá hoy son el campo de acción más importante de la región, siendo todos estos los motivos que impulsaron a la creación de la Formación Académica de los Diseñadores Industriales de esta zona.

Así, en 1994 se abre en la facultad de Artes de la Universidad de Nariño, el programa de Diseño Industrial.

2.2.2 Estado del Arte de la Profesión de Diseño Industrial. Consciente o inconscientemente el Diseño Industrial no sólo se ha servido sino que además ha recibido el influjo de los cambios de paradigmas científicos, de sus desarrollos, de los avances tecnológicos, los cuales sin duda han determinado su propio desenvolvimiento disciplinar. Así, por ejemplo, si se tratara de hacer un corte transversal, no necesariamente exhaustivo, en su historia, podrían fácilmente reconocerse las siguientes etapas:

- **Creación de Objetos.** Corresponde a la fase naturalista del Diseño, caracterizada por el desarrollo intuitivo y espontáneo de elementos utilitarios que respondían a necesidades concretas (defensa, alimento, vivienda...), caso en el que el creador era el mismo artífice. Si bien puede apreciarse un pensamiento empírico de Diseño en orden a la funcionalidad de los objetos, éste no corresponde desde luego a una condición disciplinar.
- **Diseño Artesanal.** Es un Diseño algo más evolucionado de los objetos, definido por la especialización en el desempeño de un oficio manual determinado. Su carácter es utilitario, intuitivo y con un destacado sentido de identidad que se puede reconocer en el uso de materiales del entorno geográfico y en los aspectos

formales expresivos que lo hacen portador de unos valores socioculturales específicos. Tales objetos enriquecen la cultura material de la región y constituyen el prototipo del objeto.

- **Invención de Objetos.** Es una fase inventiva, en la que el creador se sirve ya de los desarrollos de la ciencia y del conocimiento en distintos campos. Es una etapa marcada por el interés del inventor y por su deseo de hacer un útil aprovechamiento de los avances científicos y técnicos, sin llegar aún a su producción Industrial.

- **Producción Industrial de Objetos:** Los avances tecnológicos y las nuevas formas de producción propiciaron el desplazamiento de la mano de obra por el uso de la máquina. Estos hechos, junto a fenómenos político - sociales como el fin del feudalismo y las migraciones, plantearon nuevas condiciones de tipo productivo. La creación del objeto entonces, era responsabilidad del dueño de los medios de producción (talleres de fundición...). Los objetos se caracterizaban por su función práctica y sus resultados formales eran consecuencia de dicha función; es esta una etapa preponderantemente positivista y técnica que responde al clásico modelo de ciencia empírica.

- **Diseño Industrial:** es la etapa del desarrollo del Diseño como disciplina académica propiamente dicha. Nace por la necesidad de dotar también de atributos estéticos, a los objetos que tenían resuelto sólo el componente funcional. Surgen entonces importantes entidades y escuelas de formación como el Normal School of Design –Futur Royal College of Art de Inglaterra-, la firma William Morris –Arts and Crafts-, la Escuela de Artes aplicadas en Inglaterra y la Bauhaus en Alemania. En su origen, las primeras tres décadas del siglo XX, tuvo una marcada influencia del arte en sus aspectos estético-expresivos. Una segunda parte de esta etapa, década del cincuenta, estuvo decididamente influenciada por fenómenos económicos como el consumismo que originó el *styling* norteamericano.

2.2.3 El Programa de Diseño Industrial en la Universidad de Nariño.

2.2.3.1 Caracterización del Sector. *Existencia de una importante capacidad artesanal.*

- *Existencia de un considerable número de microempresas en el sector con características estructurales particulares: Trabajadores “Toderos”; prácticas y procesos de producción y comercialización tradicionales no competitivos; bajo nivel de apropiación tecnológica; configuración de círculos viciosos en cuanto al manejo financiero; acomodamiento en nichos de mercado reducidos; bajísimo aporte al desarrollo regional; bajo nivel de integración al desarrollo y a la transformación de la región.*

2.2.3.2 Problemas Culturales y de Diseño. Resistencia al cambio de modelos, productos y procesos; uso reiterado y rutinario de moldes y patrones; copia indiscriminada de modelos; falta de CREATIVIDAD; desaprovechamiento de materia prima; procesos lentos; “falta de Diseño”; falta de control de calidad; prácticas y modelos desactualizados; falta de identidad; complicación de procesos.

2.2.3.3 Problema de Tecnología y Comercialización. Bajo nivel tecnológico; baja capacidad financiera; estancamiento; mentalidad tradicional con relación al mercadeo de los productos de empaques; falta de promoción de los productos; no utilización de medios publicitarios; temores hacia el “riesgo comercial”; escepticismo; mal aprovechamiento de materias primas.

2.2.3.4 Necesidades del Sector y del Mercado. Cambio de mentalidad con respecto a la producción Industrial (pasar de la microempresa a la Industrialización); formación de líderes empresariales; formación de profesionales para el capo de la producción Industrial; preparación para el ingreso a la apertura económica y el aprovechamiento de las ventajas geo-políticas regionales; aprender a producir lo que se necesita.

2.2.3.5 Prioridades Sectoriales. A partir de algunos estudios realizados se ha definido como sectores dinámicos: cuero, madera, metalmecánica y agroindustria.

2.2.3.6 Necesidades de Capacitación y Formación Profesional. Los actores consultados advirtieron la importancia de la capacitación en la solución de los problemas identificados y señalaron la necesidad de formar profesionales que específicamente coadyuven al desarrollo regional, con las siguientes características:

- Un profesional creativo.
- Un Diseñador Industrial con conocimientos básicos de Administración y Finanzas.
- Un Diseñador Industrial con mentalidad EMPRESARIAL y de ASOCIACIÓN, de modo que supere la “Empleomanía” profesional y pueda en cambio asociarse para crear empresas, bien de ASESORÍA o bien de PRODUCCIÓN.
- Un Diseñador con una sólida formación básica en los procesos de Diseño con profundización en los procesos productivos particulares de la región a fin de que los productos sean competitivos y exportables
- Un Diseñador con una consistente formación técnica. Un Profesional que se constituya en AGENTE DEL DESARROLLO y CON CAPACIDAD DE LIDERAZGO

Teniendo en cuenta las necesidades percibidas en la región, la Universidad de Nariño plantea el siguiente perfil profesional y ocupacional para el Diseñador Industrial.

2.2.3.7 “Perfil Profesional del Diseñador Industrial de La Universidad de Nariño. El Diseñador Industrial de la Universidad de Nariño, será un profesional capacitado para aplicar su formación artística, científica y humanística, en la investigación, comprensión y solución de necesidades individuales y colectivas, mediante productos o procesos productivos, competitivos en el mercado nacional e internacional, manteniendo el sentido de la identidad cultural.

Un profesional formado en una disciplina proyectual, tecnológica y creativa, con capacidad y autonomía para crear empresas que generen desarrollo regional y con una formación que lo convierta en impulso de la productividad. El equilibrio entre su sentido estético-ético y tecnológico, la permitirá adoptar soluciones que reconozcan el medio ambiente, su valor e importancia y su conservación, y en las cuales se proyecte y amplifique su disciplina profesional mediante el trabajo en grupos interdisciplinarios.

El Programa lo capacita también para el ejercicio del trabajo asociado solidario y cooperativo para lo cual la organización empresarial y las relaciones interpersonales son factores determinantes, elementos que podrá aprehender mediante una profunda formación socio-humanística y una sólida y moderna formación administrativa.

2.2.3.8 Perfil Ocupacional del Diseñador Industrial de la Universidad de Nariño. El Diseño Industrial, encuentra su principal campo de trabajo, en la industria de transformación y puede desempeñarse en empresas públicas, privadas y organismos descentralizados o ejercer en forma independiente.

Su campo laboral, abarca amplios sectores productivos de gran importancia para el desarrollo regional y nacional, pues se desempeña en la transformación de materias primas que muevan la Industrial, como son la madera, el cuero, los metales, los plásticos y otros, abarcando procesos de Diseño, producción y comercialización de sus productos, así como definiendo los procesos productivos de los mismos.

El enfoque en su labor dirigido a empresas con vocación y tradición en Nariño, lo hacen factor importante en el despegue y vigorización de su industria, en sectores relacionados con los siguientes campos:

- Industrial de la madera y sus productos; del vestido del cuero; de procesamiento de alimentos y elaboración de bebidas; del papel y sus productos; de los metales y sus productos; de los plásticos y sus productos, participando en el Diseño de:

Utensilios, herramientas y máquinas, Sistemas de protección, envase, empaque, embalaje, medios de transportación, sistemas de almacenamiento y conservación.

▪ *Vivienda, participando en el Diseño de: Elementos prefabricados para la construcción, mobiliario en general, aparatos y accesorios sanitarios, sistemas de alumbrado, calefacción, refrigeración y cocción, elementos para la recreación: juegos y juguetes.*

▪ *Servicios Públicos, participando en el Diseño de: mobiliario urbano, equipos de limpieza, elementos para la recreación y esparcimiento.*

▪ *Salud, participando en el Diseño de: mobiliario médico, envase, empaque y almacenamiento, aparatos de rehabilitación.*

▪ *Educación, participando en el Diseño de: material didáctico, mobiliario, Instrumental para laboratorios y talleres.*

▪ *Alimentación (apicultura, ganadería, pesca), participando en el Diseño de: Utensilios, herramientas y máquinas para las distintas faenas laborales.*

▪ *Artesanía. Participando en el Diseño, diversificación y control de calidad de la misma.*

▪ *Metales preciosos. Participando en el Diseño y producción de joyas.*

▪ *Cerámica. Participando en el Diseño y producción de elementos y objetos utilitario y ornamentales de cerámica.*

▪ *Colaboración en la estandarización de componentes y racionalización de surtidos o líneas de productos.*

2.2.4 Plan Curricular del Programa de Diseño Industrial de la Universidad De Nariño

2.2.4.1 Componentes y Elementos Curriculares. *La Formación Contextualizada. Que sensibiliza y sitúa críticamente al estudiante en su realidad socio-cultural y lo compromete éticamente en la solución de sus problemas. Al efecto, además de la orientación de todas las asignaturas en general y de las de investigación en particular, hacia el conocimiento de esa realidad, el Plan contiene un componente de contexto integrado por Seminarios sobre problemas regionales y/o nacionales y Cursos de Contexto.*

2.2.4.2 Orientación Dirigida al Auto Desarrollo. *En un marco de autonomía, responsabilidad y libertad. Para ello el Plan contiene un componente flexible y ofrece dentro de él, diversas opciones para la selección del estudiante a fin de que*

profundice en áreas de su interés a través de las LÍNEAS DE ÉNFASIS y las LÍNEAS DE ELECTIVAS profesionales y complementarias o de otras disciplinas.

2.2.4.3 Integración Teoría y Práctica. *Procurando la convergencia entre una sólida fundamentación teórica –general y específica- y el conocimiento de las condiciones objetivas en las que tiene lugar su desenvolvimiento profesional, mediante un componente práctico-social, espacio en el cual el alumno desarrolla Proyectos acordes a las circunstancias reales, practica Asesorías y/o hace Pasantías en empresas de la región. Estos componentes se desarrollan durante toda la carrera para lo cual las asignaturas se organizarán en tres elementos estructurales básicos.*

2.2.4.4 Formación General. *Que ofrece conocimientos de tipos general mediante cursos básicos teóricos que procuran una cultura general con fundamento en la lectura, la investigación bibliográfica y la expresión escrita, y cursos prácticos básicos que fundamentan los conocimientos específicos. Este elemento provee los pre-requisitos cognoscitivos y crea el marco teórico básico para la formación profesional. Contiene asignaturas comunes a la formación del Profesional en Artes Visuales.*

2.2.4.5 Formación Profesional. *Que comprende los cursos específicos propios del Diseño Industrial, y consolidan la formación básica. Mediante ellos el estudiante desarrolla los conocimientos que requiere su desempeño como Profesional.*

2.2.4.6 Práctica Profesional. *Que acerca al estudiante desde los primeros semestres, al trabajo profesional en diversos niveles: desde el de observación hasta el de un quehacer profesional mediante Proyectos que desarrolla en los distintos Talleres. Comprende las asignaturas de investigación, experimentación y proyectación; los Talleres, y las actividades de práctica a través de las cuales el estudiante relaciona constructivamente la Teoría y la Práctica activando así la espiral auto reflexiva: Teoría-Práctica-Teoría-Práctica.⁷*

⁷ UNIVERSIDAD DE NARIÑO. Propuesta para la Creación del Programa de Diseño Industrial en la Universidad de Nariño. 1997

2.2.4.7 Estructura Plan Curricular de Programa de Diseño Industrial

		I SEMESTRE	II SEMESTRE	III SEMESTRE	IV SEMESTRE	V SEMESTRE	VI SEMESTRE	VII SEMESTRE	VIII SEMESTRE	IX SEMESTRE	X SEMESTRE
DE EXPRESIÓN	EXPRESIÓN	Expresión Visual I 4h	Expresión Visual II 4h	Expresión Multisensorial I 4h	Expresión Multisensorial II 4h	Expresión Multisensorial III 4h					
	DIBUJO TÉCNICO	Dibujo Lineal 4h	Descriptiva I 6h	Descriptiva II 3h							
	TÉCNICAS DE DOCUMENTACIÓN			Perspectiva 2h	Medios Visuales 3h	Medios Audiovisuales 3h					
DE FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TECNOLÓGICA	DISEÑO	Taller I Básico Bidimensional 6h	Taller II Básico Tridimensional 6h	Taller III Creatividad 6h	Taller IV Biónica 6h	Taller V Formal - Estética 4h	Taller VI Conceptual 4h	Taller VII Sistema 4h	Taller VIII Contexto 6h		Proyecto Final 6h
	FUNDAMENTOS INDUSTRIALES	Técnico Constructivo I: Matemáticas 3h	Técnico Constructivo II: Química 3h	Técnico Constructivo III: Física 3h	Técnico Constructivo IV: Mecanismos 3h						
	FACTORES HUMANOS	Factores Humanos I: Antropometría 3h	Factores Humanos II: Ergonomía 3h	Factores Humanos III 4h							
	FUNDAMENTOS TECNOLÓGICOS				Materiales I: Madera 6h	Materiales II: Polímeros 4h	Materiales III: Cerámica 4h	Materiales IV: Metales 4h	Materiales V: Cueros 4h		
	MEDIOS GRÁFICOS E INDUSTRIALES					Medios I 4h	Medios II 4h	Medios III 4h	Medios IV 4h		
DE INTEGRACIÓN	TEORÍA DEL DISEÑO	Introducción al Diseño 2h	Diseño Teórico I 2h	Diseño Teórico II 2h							
	INVESTIGACIÓN	Taller de Lectorescritura 2h	Taller de Lectura I 2h	Taller de Lectura II 2h	Enfoques Metodológicos 2h		Seminario Taller Problemas Regionales 3h			Seminario Trabajo de Grado 2h	

UNDAMENTOS SOCIO HUMANÍSTICOS	HISTORIA	Historia de las Formas Culturales 2h	Historia del Arte I 2h	Historia del Arte II 2h	Historia del Diseño I 2h	Historia del Diseño II 2h	Historia de los Productos 2h				
	SICOLOGÍA					Psicología General 2h	Semiología del Producto 2h				
COMPLEMENTARIOS	ADMINISTRACIÓN						Administración I 2h	Administración II 2h	Administración III 2h		
	SISTEMAS							Sistemas I 4h	Sistemas II 4h		Sistemas III 4h
	IDIOMAS										
	SEMINARIOS						Seminario I: Socioeconómico 2h	Seminario II: Ética y Legislación 2h	Seminario Taller Joyas 4h		Seminario III: Dimensión Ambiental 2h
ELEC. PROFES. ESPECÍFICAS	ÉNFASIS										
	PRÁCTICAS									Servicio Social del Diseño 8h	
	SEMINARIOS TALLERES										
ELECTIVAS NO ESPECÍFICAS	CURSOS DE CONTEXTO										
	FORMACIÓN INTEGRAL									Asesoría y Supervisión 8h	
INTENSIDAD HORARIA		26	28	28	26	23	23	20	24	18	12

Tomado del Primer Plan Académico del Programa de Diseño Industrial

3. HIPÓTESIS

Los elementos y procedimientos Curriculares del programa de Diseño Industrial generan condiciones mínimas para crear empresa.

CUADRO DE VARIABLES

OBJETIVO	HIPÓTESIS	SISTEMA DE VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES	SUBINDICADORES	INDICES
Determinar si los elementos y procedimientos curriculares del programa de Diseño Industrial de la UDENAR generan las condiciones necesarias para crear empresa.	Los elementos y procedimientos Curriculares del programa de Diseño Industrial no generan las condiciones necesarias para crear empresa	INDEPENDIENTE: Elementos y procedimientos curriculares	Contenido curricular	Áreas de formación Procesos de enseñanza aprendizaje Formación teórico practica Trabajo de grado	Asignaturas Metodología Objetivos Estrategias didácticas Evaluación estudiantes y profesores Servicio social de Diseño Modalidad	Contenidos Proceso de practica Lugar Actividad Evaluación Asesoría Tema
		DEPENDIENTE: Condiciones necesarias para crear empresa	Contenido curricular	Orientación de las áreas de formación relacionadas	Pertinencia de las asignaturas encargadas de la formación empresarial	Contenidos teóricos Contenidos prácticos Contenidos teóricos prácticos

4. DISEÑO METODOLOGICO

4.1 LINEA DE INVESTIGACIÓN

Currículo y Universidad

4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio se realizó bajo el paradigma holístico donde intervienen los enfoques **cuantitativo y cualitativo**.

Cuantitativo porque esta investigación busca objetivamente los hechos y las causas del problema a investigar, basándose en preguntas precisas orientadas a recolectar una información determinante para analizar variables, en este caso los elementos y procedimientos curriculares y las condiciones necesarias para crear empresa, dentro del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño. Además proporciona resultados fiables utilizando mediciones profundas y controladas.

Cualitativo porque esta investigación hace énfasis en el significado (la interpretación que hace el autor de su realidad), contexto (aspectos que forman parte de la vida social, cultural, histórica, física del autor), cultura (que hace el actor, que sabe y que cosa construye y utiliza). Con este tipo de investigación quisimos recolectar experiencias, necesidades, opiniones y puntos de vista particulares de docentes, estudiantes y egresados del programa de Diseño Industrial sobre la situación a investigar, que al analizarlas nos presentan un panorama más humano y próximo a la realidad.

Holística porque permite indagar el problema a investigar desde diferentes realidades, aspectos, escenarios, protagonistas y actividades como partes integrantes de un todo. En este caso desde áreas de formación, procesos de enseñanza aprendizaje, formación teórico practica, trabajo de grado, orientación de las áreas de formación relacionadas con la creación de empresa, puntos de vista de docentes, estudiantes, egresados, y profesionales creadores de empresa.

4.3 METODO

Se aplico el **Método Analítico Descriptivo** ya que describe de modo sistemático los fenómenos que nos proponemos estudiar, para poder avanzar en la solución del problema, precisar las condiciones existentes en este momento, interpretar y analizar la importancia del resultado, además presentar propuestas de solución al problema o problemas encontrados.

4.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

4.4.1 Encuesta Semi – Estructurada. Para recolectar la información se utilizó como instrumentos de medición **la encuesta semi- estructurada** aplicada a estudiantes de 7 y 9 semestres y graduados del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño, que contiene aspectos del fenómeno que se consideran esenciales, permite aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente, reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio.

4.4.2 La Entrevista. Que consiste en un conjunto de preguntas abiertas respecto a una o más variables donde el entrevistado dará a conocer su punto de vista sobre la realidad investigada realizada a docentes fundadores, docentes de tiempo completo, docentes de la asignatura de administración, y un profesional del programa de Diseño Industrial.

4.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

Se decidió trabajar con la totalidad de los Graduados del Programa de Diseño Industrial desde el año 2000 hasta 2004, teniendo un total de 68 profesionales; además también se toma la totalidad de los estudiantes de séptimo (7°) y noveno (9°) semestre del periodo B de 2004.

Por otro lado se realizaron entrevistas a los docentes fundadores del programa de Diseño Industrial: Mireya Uscategui, Julio Cabrera, Héctor Prado, debido a que ellos hicieron parte del plan de diversificación que dio como resultado la presentación del plan académico de Diseño Industrial . Entrevistas a los docentes vinculados de tiempo completo al programa en el año 2004: Guillermo Escandon, Juan Carlos Guerrero, Danilo Calvache, Daniel Moncayo que hacen parte de la formación académica de los estudiantes y graduados del Programa. Entrevista a Docentes de la asignatura de Administración Carlos Córdoba y Juan Carlos Mera. Encargados de la formación administrativa y empresarial de los estudiantes de Diseño Industrial puesto que ellos tienen una información más precisa de como se desarrolla esta formación y al profesional Johny Villareal por ser propietario de una empresa artesanal .

5. ANALISIS DE RESULTADOS

5.1 ESTUDIANTES DE 7ª Y 9ª SEMESTRE DE DISEÑO

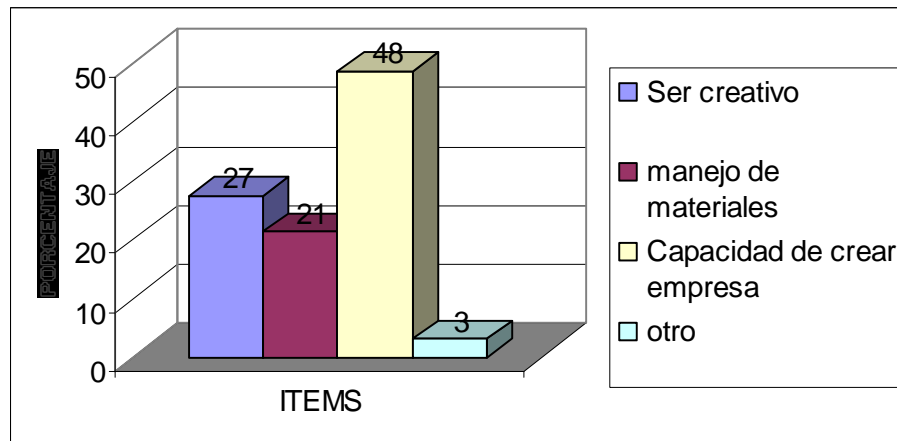
Resultados de encuestas realizadas a estudiantes de 7 y 9 semestre de Diseño Industrial del 2º semestre académico de 2004

Pregunta No 1. ¿Cuál De los siguientes aspectos del perfil profesional de Diseño Industrial lo indujo a escoger esta carrera?

Tabla No 1. Perfil Profesional

PERFIL PROFESIONAL	TOTAL	%
Ser creativo	9	27
manejo de materiales	7	21
Capacidad de crear empresa	16	48
Otro	1	3

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No 1. Perfil Profesional

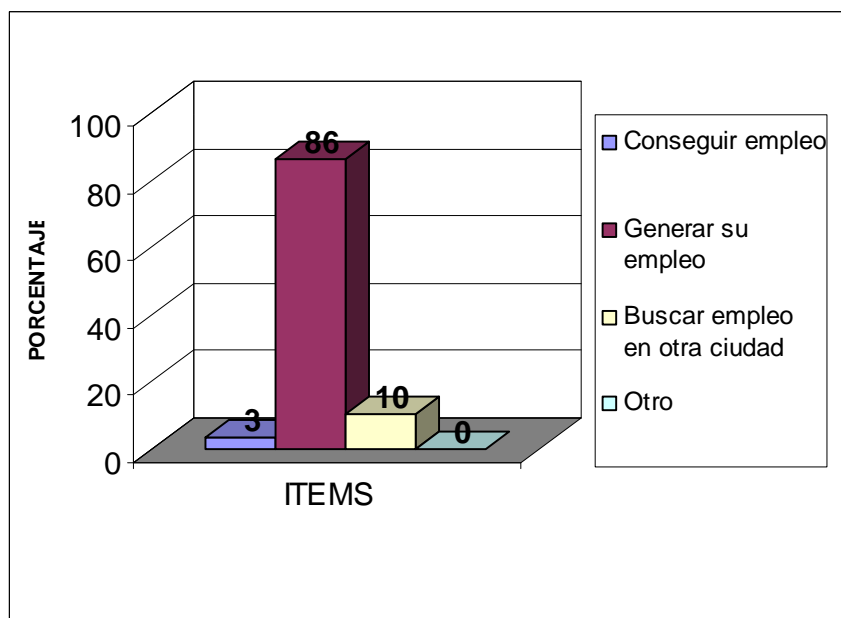
Para el 48% los estudiantes de 7 y 9 semestres de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño la principal razón que los atrajo a estudiar esta carrera, fue la formación empresarial, y ser capaz de generar su propia fuente de empleo y de crear una empresa con bases creativas de producción de objetos innovadores.

Pregunta No 2. Considera Usted ¿qué al terminar la carrera...?

Tabla No 2. Expectativas al Terminar la Carrera

EXPECTATIVAS	TOTAL	%
Conseguir empleo	1	3
Generar su empleo	25	86
Buscar empleo en otra ciudad	3	10
Otro	0	0

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No 2. Expectativas al Terminar la Carrera

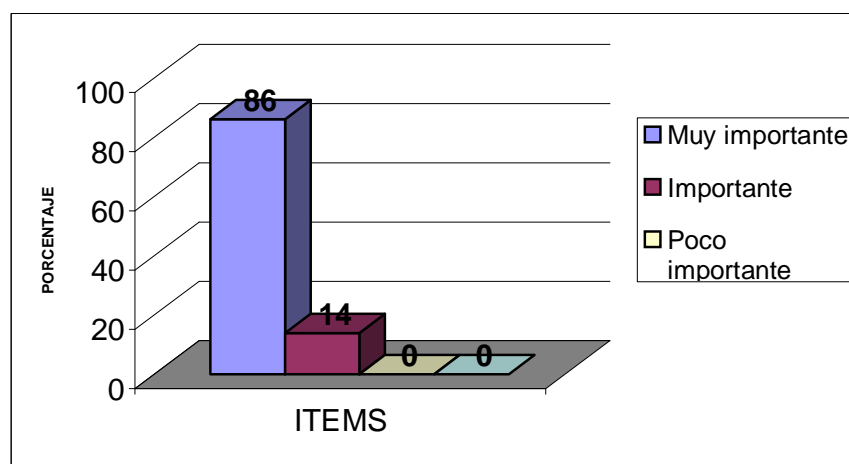
Como podemos observar en la figura 2 los estudiantes de 7 y 9 semestre de Diseño Industrial esperan que al terminar la carrera puedan generar su propia fuente de empleo, creando una empresa en la cual puedan ejercer los conocimientos técnicos de su carrera.

Pregunta No 3. ¿Qué tan importante es la formación empresarial para el Diseñador Industrial?

Tabla No 3. Importancia de la Formación Empresarial

IMPORTANCIA DE LA FORMACION EMPRESARIAL	TOTAL	%
Muy importante	25	86
Importante	4	14
Poco importante	0	0
Insignificante	0	0

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No 3. Importancia de la Formación Empresarial

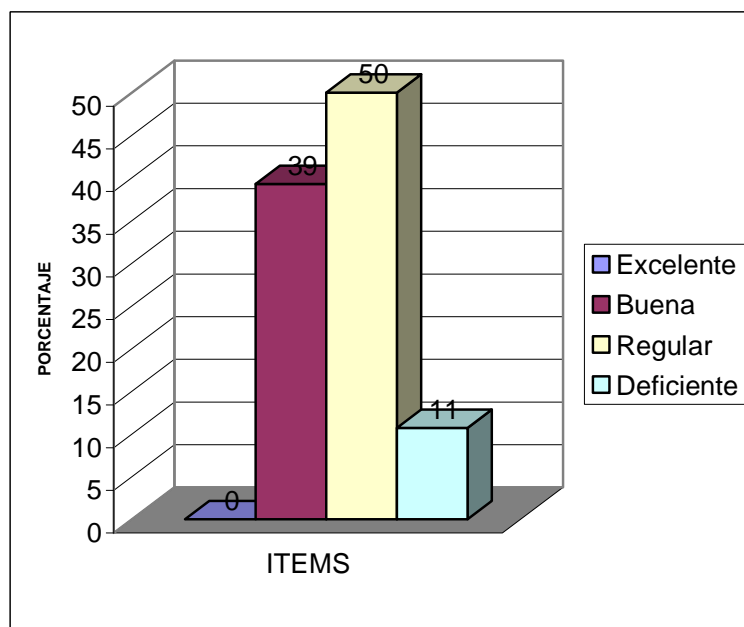
Según la grafica la formación empresarial para los estudiantes de 7 y 9 semestre es considerada muy importante para el desarrollo y proyección profesional de la carrera puesto que gran parte del perfil profesional se fundamenta en la capacidad y autonomía para crear empresa.

Pregunta No 4. Teniendo en cuenta que la UDENAR forma Diseñadores Industriales con capacidad y autonomía para crear empresas. Cree Ud. ¿Que hasta el momento esta formación ha sido?

Tabla No 4. Calidad de la Formación Empresarial

CALIDAD DE LA FROMACION EMPRESARIAL	TOTAL	%
Excelente	0	0
Buena	11	39
Regular	14	50
Deficiente	3	11

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No 4. Calidad de la Formación Empresarial

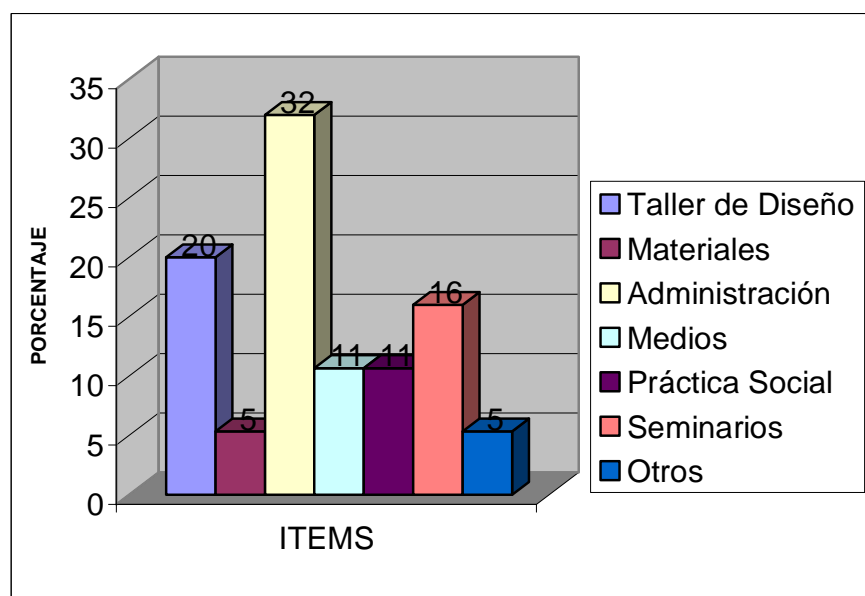
Considerando que en el pensum de Diseño Industrial hay asignaturas encargadas de la formación empresarial, para los estudiantes de 7 y 9 semestres esta formación es considerada regular, porque no cumple con las expectativas que tienen acerca de creación, y manejo de una empresa.

Pregunta No 5. ¿Cuales de las asignaturas cursadas cree que son las indicadas para propiciar la formación empresarial?

Tabla No 5. Asignaturas Propias para la Formación Empresarial

ASIGNATURAS	TOTAL	%
Taller de Diseño	15	20
Materiales	4	5
Administración	24	32
Medios	8	11
Práctica Social	8	11
Seminarios	12	16
Otros	4	5

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No 5. Asignaturas Propias para la Formación Empresarial

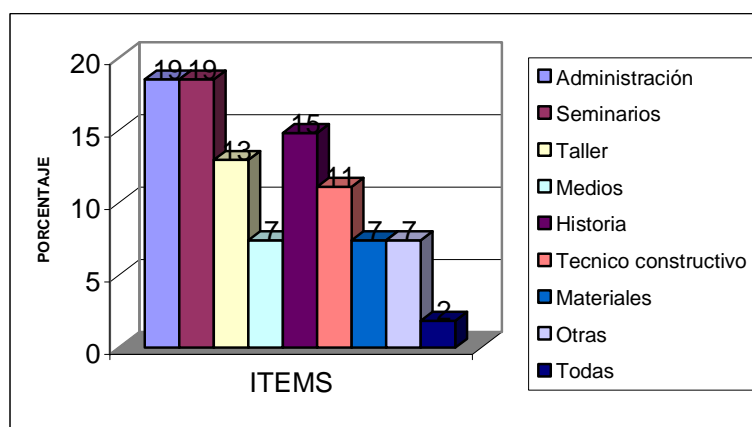
Como lo indica la figura 5, los estudiantes de 7 y 9 semestre de Diseño Industrial opinan que la asignatura propicia para la formación empresarial es Administración I, II, III. Además es la única que se orienta hacia este fin.

Pregunta No 6. ¿Que asignaturas de las cursadas cree usted que deben replantearse para darles un enfoque empresarial?

Tabla No 6. Asignaturas que Deben Replantearse

ASIGNATURAS A REPLANTEAR	TOTAL	%
Administración	10	19
Seminarios	10	19
Taller	7	13
Medios	4	7
Historia	8	15
Técnico constructivo	6	11
Materiales	4	7
Otras	4	7
Todas	1	2

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No 6. Asignaturas que Deben Replantearse

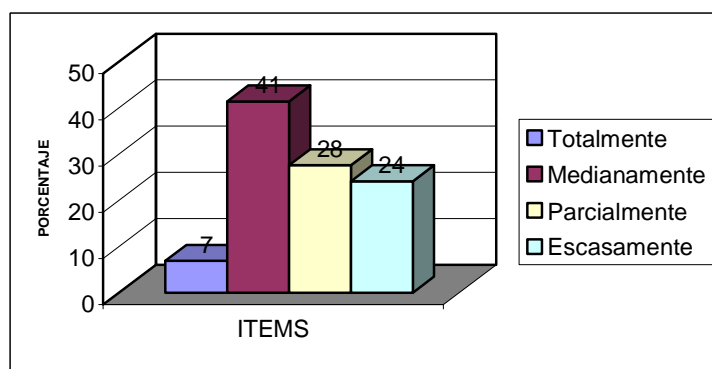
Los estudiantes de 7 y 9 semestre de Diseño Industrial consideran que las asignaturas que deben replantearse son: administración, para darle un enfoque más profundo, consecutivo y práctico; los seminarios enfocándolos hacia aspectos de creación de empresa y afines.

Pregunta No 7. ¿Considera que la programación del área de administración (I,II,III) desarrolla su capacidad y autonomía para crear empresa?

Tabla No 7. Pertinencia del Área de Administración I, II, III

PERTINENCIA DEL AREA DE ADMINISTRACION	TOTAL	%
Totalmente	4	7
Medianamente	24	41
Parcialmente	16	28
Escasamente	14	24

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No 7. Pertinencia del Área de Administración I, II, III

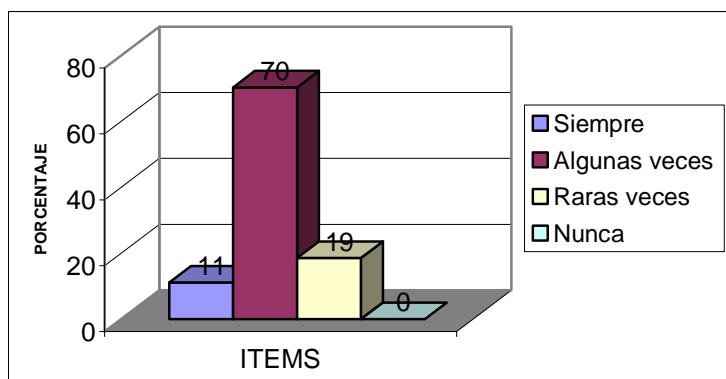
En la figura 7 se observa que los estudiantes de 7 y 9 semestre de Diseño Industrial consideran que los contenidos de la asignatura de Administración no cumplen con las expectativas que tiene un Diseñador para crear empresa.

Pregunta No 8. ¿Considera que los docentes incentivan en sus asignaturas su capacidad y autonomía para crear empresa?

Tabla No 8. Motivación por parte de Docentes

MOTIVACION	TOTAL	%
Siempre	3	11
Algunas veces	19	70
Raras veces	5	19
Nunca	0	0

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No. 8 Motivación por Parte de Docentes

La Mayoría de la población estudiantil de 7 y 9 semestre de Diseño Industrial opinan que, los Docentes algunas veces y en ciertas materias motivan a los estudiantes para crear empresa. Esto indica que los estudiantes necesitan ser estimulados por parte de los docentes para que los lleven a emprender un proyecto empresarial.

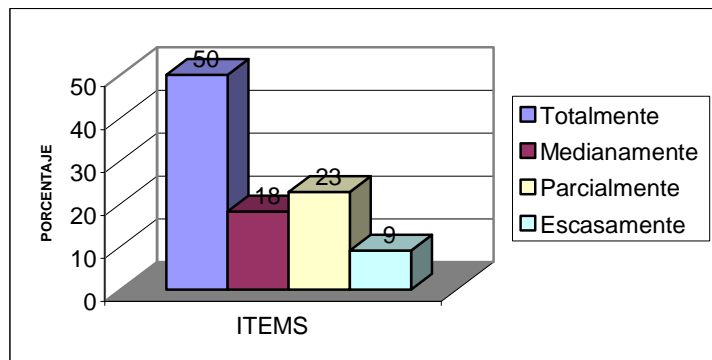
PREGUNTAS RESUELTAS UNICAMENTE POR ESTUDIANTES DE 9 SEMESTRE

Pregunta No. 9. ¿El servicio social de Diseño Industrial (práctica) aporta en su capacidad y autonomía para crear empresa?

Tabla No 9. El Servicio Social de Diseño Industrial

APORTES DEL SERVICIO SOCIAL	TOTAL	%
Totalmente	11	50
Medianamente	4	18
Parcialmente	5	23
Escasamente	2	9

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No. 9. El Servicio Social de Diseño Industrial

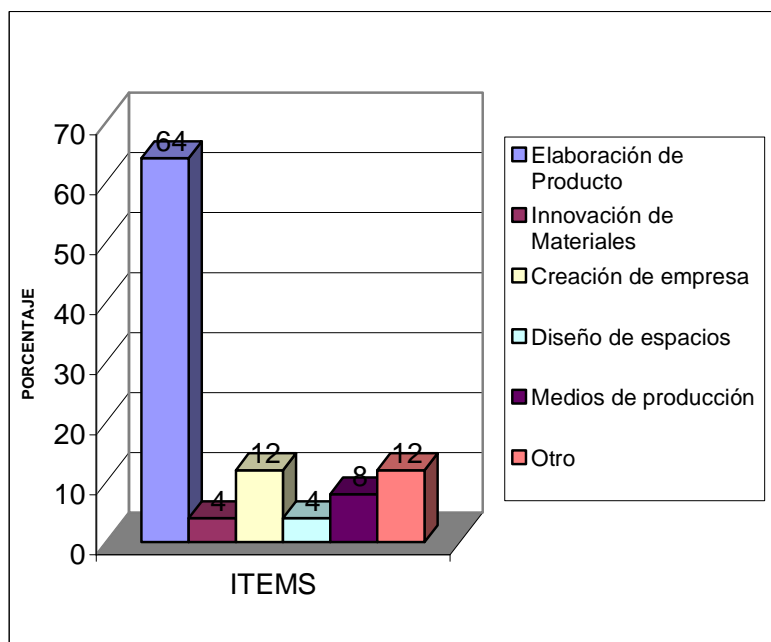
En la figura 9 se observa que la mitad de los encuestados de 9 semestre de Diseño Industrial afirman que el servicio social les apporto en conocimientos prácticos. Lo cual indica que en esta actividad los estudiantes se enriquecen y su mentalidad empresarial es fortalecida.

Pregunta No. 10. El tema de trabajo de grado que usted piensa realizar esta encaminado a:

Tabla No. 11. Trabajo de Grado

TRABAJO DE GRADO	TOTAL	%
Elaboración de Producto	16	64
Innovación de Materiales	1	4
Creación de empresa	3	12
Diseño de espacios	1	4
Medios de producción	2	8
Otro	3	12

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No. 10. Trabajo de Grado

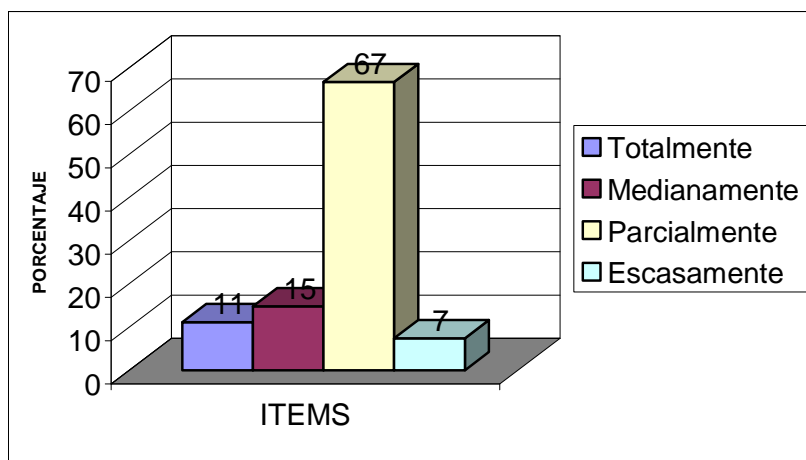
Como se puede observar en la figura anterior, el 64% de los estudiantes de 9 semestre han encaminado su trabajo de grado a la elaboración de un producto que satisface una necesidad y un 12 % a creación de empresa. Esto indica que es necesario orientar a los estudiantes para generar su propia empresa logrando así no solamente la propuesta de un producto sino su comercialización.

Pregunta No 11. ¿Considera que el perfil profesional del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño cumple con la formación de profesionales en una disciplina proyectual, tecnológica y creativa con capacidad y autonomía para crear empresa que genere desarrollo regional?

Tabla No 11. Cumplimiento del Perfil Profesional

CUMPLIMIENTO DEL PERFIL	TOTAL	%
Totalmente	3	11
Medianamente	4	15
Parcialmente	18	67
Escasamente	2	7

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Grafica No 11. Cumplimiento del Perfil Profesional

Para los Estudiantes de Diseño Industrial de 9 y 7 Semestre EL Perfil profesional en cuanto a creación de empresa se ha cumplido parcialmente. Esta situación es preocupante porque no cumple las expectativas que tuvieron al inicio de la carrera y no alcanzan a tener una formación integral para su vida profesional.

5.1.1 Análisis de Resultados Cualitativos de Encuestas a Estudiantes de 7º y 9º Semestre

Cuadro 1. Categorías Estudiantes 7 y 9 semestre

CATEGORIA	COD.	SUBCATEGORIAS	COD.	TENDENCIAS	COD
Capacidad y autonomía para crear empresa	A	Importancia de la formación empresarial para el diseñador Industrial	A1	Muy importan	A1a
				Importante	A1b
				Poco importan	A1c
				Insignificante	A1d
		Calidad de la formación empresarial impartida durante la carrera	A2	Excelente	A2a
				Buena	A2b
				Regular	A2c
				Deficiente	A2d
Pertinencia del servicio social del Diseño en la formación empresarial	B	Aporte del servicio social de Diseño	B1	Total	B1a
				Medio	B1b
				Parcial	B1c
				Escaso	B1d

CATEGORIA	COD.	SUBCATEGORIA	COD.	TENDENCIAS	COD
Conveniente formación empresarial	C	Asignaturas	C1	Total	C1a
				Mediana	C1b
				Parcial	C1c
				escasa	C1d
		Docentes	C2	siempre	C2a
				Algunas veces	C2b
				Raras veces	C2c
				nunca	C2d
Perfil profesional	D	Cumplimiento con la formación adecuada para crear empresa	D1	Total	D1a
				Mediana	D1b
				Parcial	D1c
				escasa	D1d

5.1.1.1 Capacidad y Autonomía Para Crear Empresa

Importancia de la Formación Empresarial Para El Diseñador Industrial Los estudiantes de 7° Y 9° semestre de Diseño Industrial consideran que la formación empresarial es un componente muy importante que se debe impartir durante su formación académica, y estas son sus razones.

MUY IMPORTANTE A1a
Ayuda al diseñador a desenvolverse en el medio
Para conocer los parámetros, en el caso de querer formar empresa
De esto depende el futuro de la carrera
Esto ofrece el perfil profesional
Para generar empleo
Con esto se genera desarrollo
Para ser independiente
Es uno de los principales fines del Diseñador Industrial
Es uno de los objetivos del diseñador Industrial

IMPORTANTE A1b
Se necesita tener visión real del mercado existente

Observando los resultados cuantitativos donde se concluye que la formación empresarial es muy importante para el desarrollo y proyección profesional. Los estudiantes piensan que esta formación es el fundamento de la carrera por varias

razones como: solucionar su situación laboral al no existir suficientes alternativas de fuentes de trabajo en la región, creando su propia fuente de empleo para lograr independencia y autonomía. Puede además ofrecer nuevas oportunidades de trabajo a otras personas, originando así una dinámica social de progreso. El conocimiento del mundo empresarial permite tener una visión mas amplia del desarrollo total de un producto, teniendo en cuenta que en su proceso creativo además de la parte de Diseño y producción es importante su comercialización.

Calidad de la Formación Empresarial. Los estudiantes de 7° y 9° semestre de Diseño Industrial opinan que la formación empresarial impartida en el programa de es regular y dan las siguientes explicaciones a esto:

BUENA A2b
Se ha desarrollado técnicas de conocimiento

REGULAR A2c
Los temas afines no son tomados con la relevancia que se merecen ni son puestos en practica
No hay medios masivos y suficientes
No se ha incentivado este aspecto
Las materias no son reforzadas
Falta tratar muchos aspectos importantes
Apenas se esta empezando a proyectar la generación de empresa

DEFICIENTE A2d
No se egresa con los conocimientos ni la innovación necesaria para crear mercado

La formación empresarial es considerada regular y no satisface las expectativas de creación de empresa de los estudiantes debido a que el programa no le otorga la importancia necesaria. Este hecho afecta en un gran porcentaje la calidad de la planeación de las asignaturas y actividades de dicha formación por parte de la carrera, ofreciéndola de manera superficial y desconociendo sus aspectos importantes.

5.1.1.2 Pertinencia del Servicio Social de Diseño en la Formación Empresarial

Aporte del Servicio Social de Diseño. Los estudiantes de 9 semestre consideran que el servicio social aporta en conocimientos prácticos a la formación empresarial recibida durante la carrera incentivando a crear empresa, pero es necesario tener

el cuenta las respuestas de otro porcentaje de entrevistados que opinan lo siguiente:

TOTAL B1a
“Se aprende como es el real funcionamiento de las cosas en una empresa”
“Se hace practico algunas conocimientos dados en la formación académica”
“Se desarrolla al estudiante como trabajador y se incentiva para crear empresa”

MEDIANA B1b
“Vivimos en una ciudad que aun no tiene desarrollada su mentalidad empresarial”
“De alguna forma miramos la realidad del sector comercial y de una empresa”

PARCIAL B1c
“Es importante lo que se aprende pero somos empleados no tomamos el papel de jefes”
“Aporta en ciertos aspectos pero no para crear empresa”
“No hay mucha libertad en la creación”
“Se hace solo trabajos específicos establecidos por la empresa”

ESCASA B1d
“No incentivan ni aportan para crear nuestra empresa solo esperan aportes que mejoren la empresa para la que trabajamos”

Que el servicio social muestra en una pequeña parte lo que es una empresa, pero no alcanza a cumplir las expectativas de los estudiantes, porque no ofrece una participación activa y planeada dentro de la empresa asignada. La empresa al no tener conocimiento de la intención de la formación empresarial que el programa quiere lograr en los estudiantes, delega trabajos de forma arbitraria evitando un total aprovechamiento de actividades variadas y planeadas dentro de todo el proceso empresarial para lograr un mejor aprendizaje de los estudiantes .

5.1.1.3 Conveniente Formación Empresarial

Por Parte de las Asignaturas. Los estudiantes de 7 y 9 semestre de Diseño Industrial consideran que las asignaturas cursadas tienen muchas falencias en cuanto a la formación empresarial que se pretende inculcar en el desarrollo de la carrera, las razones se pueden observar en el siguiente cuadro.

TOTAL C1a
“Se adquieren conocimientos y se genera cuestiones que deben plantearse, buscar soluciones generando proyectos de desarrollo”

MEDIANA C1b
"Falta mas enfoque de cómo crear una empresa"
"No se profundiza en los temas"
"Son solo conocimientos teóricos"
"Debería haber continuidad de la materia con el mismo docente los 3 semestres"
No se hace práctica de los pocos conocimientos que dan"

PARCIAL C1c
"Es solo un estudio superficial"
"No se trabaja con empresa reales , solo teóricamente"
"No hay una educación de formación de empresas totalmente"
"Falta más énfasis en algunos aspectos relacionados con la empresa"
"Hay mucha teoría y no hay practica y la experiencia es fundamental en el conocimiento"

ESCASAMENTE C1d
"El programa planteado fue diferente al visto en el transcurso de los 3 semestres"
"la programación de esta materia no esta enfocada a las metas del perfil"
"los contenidos no se acercan a la creación de empresa"
"No es cuestión de teoría sino de práctica"
"No se cumplen los temas propuestos en la programación"

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos donde se demuestra que la formación en el área de administración es impartida medianamente: los estudiantes argumentan que dicha formación no tiene la importancia que necesita para suplir las necesidades del diseñador Industrial en cuanto a creación de empresa, que esta formación a demás del enfoque teórico debe complementarse con un enfoque práctico. Los temas manejados durante los 3 semestres presentan dificultades en cuanto a no ser asumidos por docentes idóneos que conozcan el perfil del programa. No tienen continuidad temática. No son orientados por un mismo docente. La intensidad horaria es escasa y los contenidos no están enfocados a la creación de empresa alejándose del perfil profesional.

Por Parte de los Docentes. Los estudiantes de 7 y 9 semestre de Diseño Industrial perciben que son muy pocos los docentes que incentivan para crear empresa y que es en raras ocasiones, Estas son su opiniones.

SIEMPRE C2a
"Ellos saben en que entorno nos podemos desarrollar y nos enseñan la capacidad de crear"
"Buscan que al graduarnos creemos empresas"
"Nos motivan y nos forman para que así sea"

ALGUNAS VECES C2b
“Nuestra carrera es la única interesada en que se cree empresa en Pasto”
“Algunos docentes lo hacen, otros nos desmotivan”
“Solo si la materia tienen que ver con algo de crear empresa”
“Afirman que hoy es más fácil ser empleado que gerente de una empresa”
“Tenemos Diseñadores - Docentes no Empresarios Diseñadores
“Incentivan pero no tenemos la capacitación necesaria”
“Algunos profesores no se interesan por el tema”
“Solo en la teoría, en la práctica depende de cada docente”

RARAS VECES C2c
“La motivación por parte de ellos es baja”
“Son pocos los que de verdad apoyan e incentivan para crear empresa”
“No les interesa que creamos empresa para nuestro futuro”

Los estudiantes opinan que la motivación por parte de los docentes, en cuanto a creación de empresa, solo se realiza en algunas materias sobre todo en aquellas que tienen que ver con este tema. Los docentes solo se limitan a la formación específica de la carrera (Diseño Industrial), descuidando orientación empresarial debido a la falta de experiencia y conocimientos claros que el docente tiene sobre este aspecto.

5.1.1.4 Perfil Profesional

Cumplimiento con la Formación Adecuada para Crear Empresa. Los estudiantes de 7 y 9 Semestre de Diseño Industrial afirman que la formación empresarial se cumple pero muy parcialmente, que falta estudio y desarrollo, debemos tener en cuenta las razones por las cuales ellos sienten que no llenan las expectativas esperadas.

TOTALMENTE C3a
“Los conocimientos adquiridos en uso de materiales y producción de objetos reales no dan pautas para pensar en grande y generar empresa en el futuro”
“Nos dan las bases para que podamos desempeñarnos en diferentes campos”

MEDIANAMENTE C3b
“Eso depende de cada uno de nosotros y el empeño que tengamos”
“Las asignaturas estas completas pero los temas son muy superficiales”

PARCIALMENTE C3c
“En algunas asignaturas hace falta motivar más al estudiante para proyectarse y a utilizar recursos útiles para el Diseñador Industrial”
“En nuestro medio la parte tecnológica es escasa”
“No hay antecedentes que indiquen que la mayoría de egresados hayan creado

empresa, eso quiere decir que esta formación es regular”
“Debe hacerse más práctica , pues la realidad de las empresas es muy diferente a lo que nos explican en clase”
“Porque el pensum muestra asignaturas con toda la formación necesaria, pero dentro de estas los temas no siempre son coherentes”
“Los directivos no hacen algo para que los docentes traten de cumplir con los fines del perfil”

ESCASAMENTE C3d
“Hay que reforzar las materias que tienen que ver con el perfil empresarial”
“Hace falta replantear algunas asignaturas”

Según las opiniones de los estudiantes El perfil Profesional del programa de Diseño Industrial que ofrece la Universidad de Nariño, no es consecuente con las expectativas que tienen durante la formación académica, ni cuando realizan el trabajo de grado.

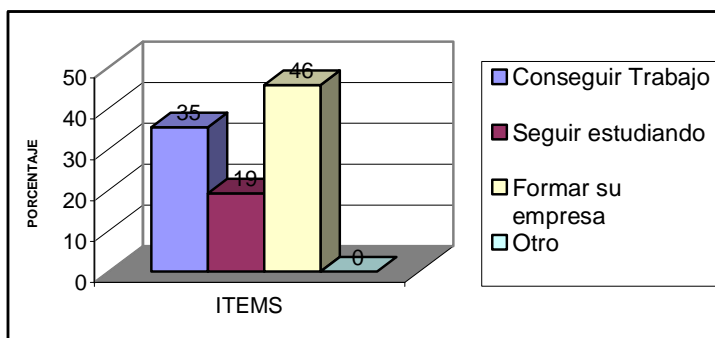
5.2 PROFESIONALES DE DISEÑO INDUSTRIAL DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO

Pregunta No 12. ¿Cuáles fueron sus expectativas al momento de terminar su carrera?

Tabla No 12. Expectativas al Terminar la Carrera

EXPECTATIVAS	TOTAL	%
Conseguir Trabajo	24	35
Seguir estudiando	13	19
Formar su empresa	31	46
Otro	0	0

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No. 12. Expectativas al Terminar la Carrera

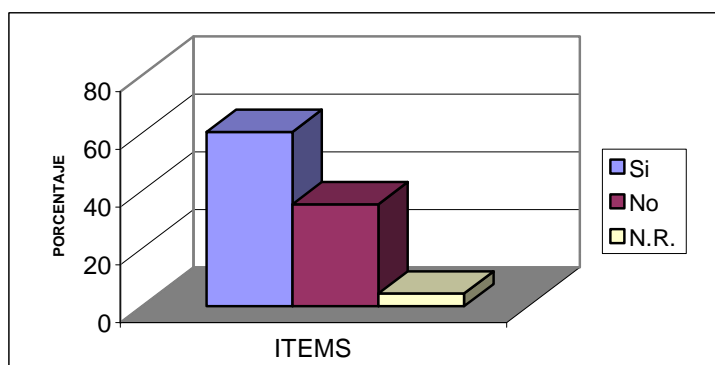
La mayoría de egresados del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño respondieron que las expectativas al terminar la carrera, eran las de formar su propia empresa. Esto quiere decir que los estudiantes, al terminar la formación académica, muestran un amplio interés por generar sus propios lugares de trabajo. Otro porcentaje importante de encuestados preferían conseguir trabajo y en un porcentaje menor seguir estudiando.

¿Esta ejerciendo su profesión en este momento?

Tabla No 13. Ejercicio de la Profesión

EJERCICIO	TOTAL	%
Si	41	60
No	24	35
N.R.	3	4

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No. 13. Ejercicio de la Profesión

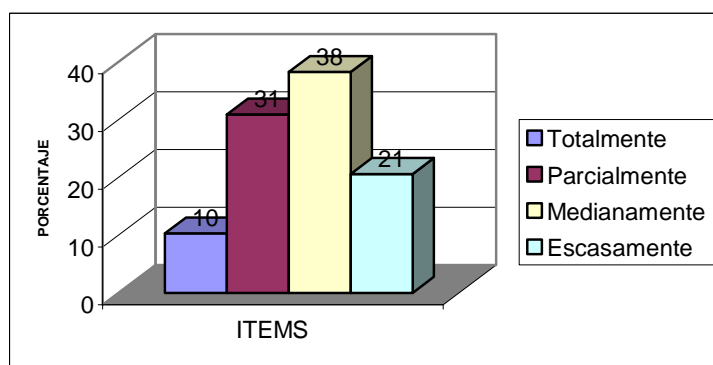
En la figura 13 se observa que más de la mitad de los egresados encuestados están ejerciendo su profesión actualmente. Es preocupante que el 35 % de los egresados no se han desempeñando en su profesión.

Pregunta No. 14. Cree que los diseñadores Industriales de la Universidad de Nariño egresan con capacidad y autonomía para crear empresa.

Tabla No. 14. Capacidad y Autonomía para Crear Empresa

CAPACIDAD Y AUTONOMIA	TOTAL	%
Totalmente	7	10
Parcialmente	21	31
Medianamente	26	38
Escasamente	14	21

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

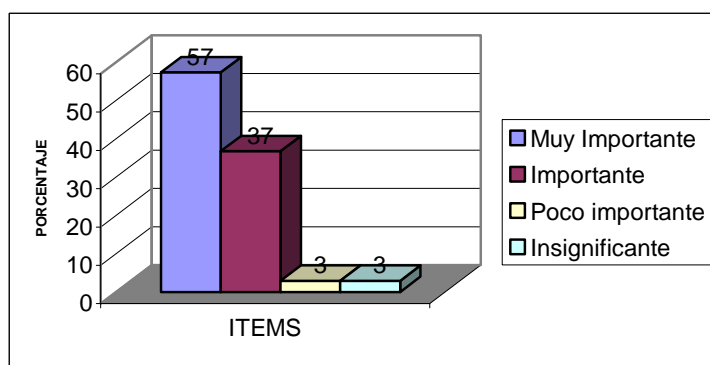
Gráfica No. 14. Capacidad y Autonomía para Crear Empresa

En la figura 15 se observa que los egresados del programa de Diseño Industrial salen medianamente capacitados para crear empresa, representado en un 36 % de las respuestas. Un 32 % contestó “parcialmente”, significando que la satisfacción en cuanto a la formación impartida por el programa es mínima y cumple en un porcentaje bajo con el perfil profesional planteado.

Pregunta No. 15. ¿Qué tan importante es la formación empresarial en Diseño Industrial?

Tabla No. 15. Formación Empresarial

FORMACION EMPRESARIAL	TOTAL	%
Muy Importante	39	57
Importante	25	37
Poco importante	2	3
Insignificante	2	3



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No. 15. Formación Empresarial

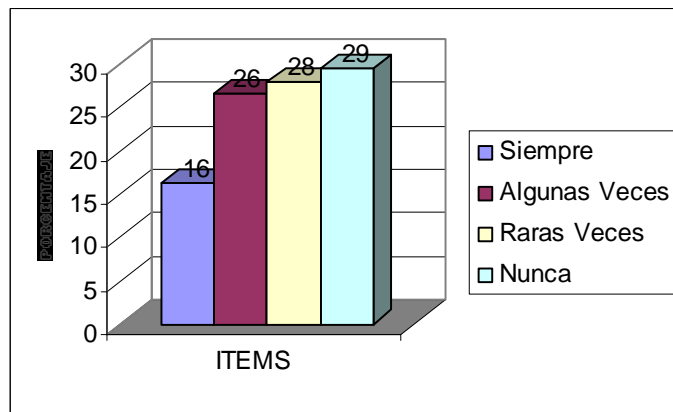
La figura No. 15 representa que hay una gran población de egresados que piensa que la formación empresarial para un diseñador Industrial es muy importante puesto que es parte esencial de la carrera.

Pregunta No. 16. ¿Durante su formación académica fue incentivado para la creación de empresa?

Tabla No. 16. Incentivación para la Creación de Empresa

INCENTIVACION	TOTAL	%
Siempre	11	16
Algunas Veces	18	26
Raras Veces	19	28
Nunca	20	29

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No. 16. Incentivación para la Creación de Empresa

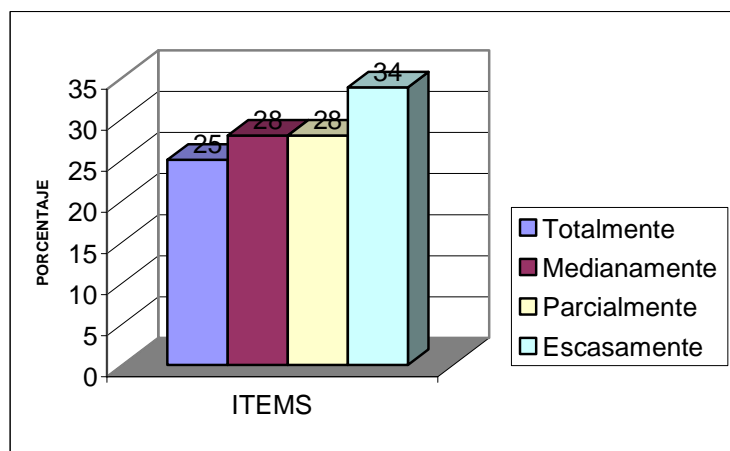
En la figura 16 observamos que los egresados de Diseño Industrial fueron incentivados medianamente durante el curso de su carrera, esto nos muestra que el Programa no ha dado la importancia que corresponde en esta motivación.

Pregunta No 17. ¿Considera estar capacitado para crear empresa?

Tabla No 17. Capacidad para Crear Empresa

CAPACIDAD	TOTAL	%
Totalmente	17	25
Medianamente	19	28
Parcialmente	19	28
Escasamente	23	34

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 17. Capacidad para Crear Empresa

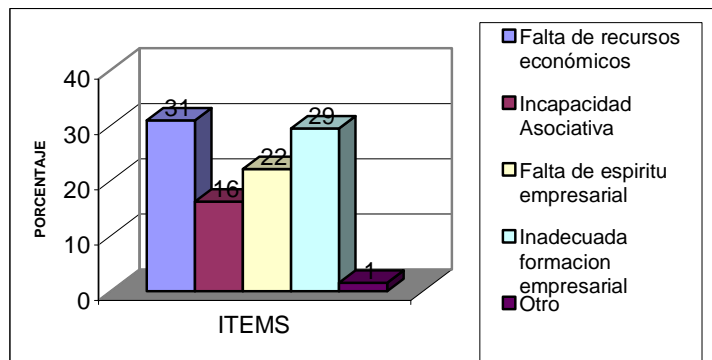
Los Egresados encuestados afirman que la capacitación para crear empresa no respondió a las expectativas que tenían al inicio de su formación académica. Al analizar estos resultados confirmamos que la capacitación no fue totalmente desarrollada.

Pregunta No 18. ¿Si considera que existen razones para que los diseñadores Industriales de la Universidad de Nariño no hayan creado empresa,Cuál cree que es la más importante?

Tabla No 18. Razones para No Crear Empresa

RAZONES	TOTAL	%
Falta de recursos económicos	21	31
Incapacidad Asociativa	11	16
Falta de espíritu empresaria	15	22
Inadecuada formación empresaria	20	29
Otro	1	1

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 18. Razones para No Crear Empresa

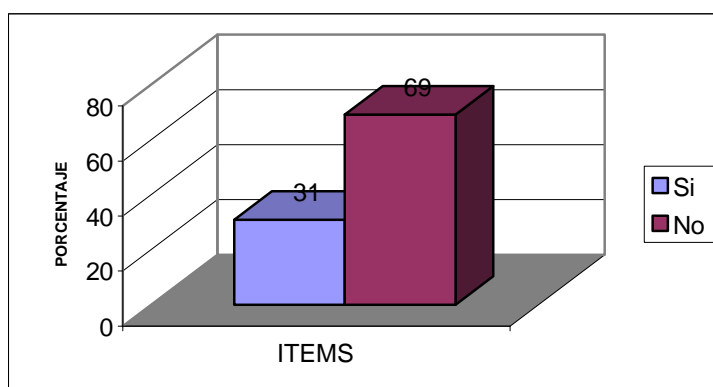
La figura anterior nos indica que los egresados de Diseño Industrial creen que las razones más fuertes para no crear empresa son la falta de recursos económicos y la inadecuada formación empresarial. Razones de peso que causan inseguridad, impidiendo tomar la iniciativa para crear empresa.

Pregunta No 19. ¿En estos momentos usted tiene constituida una empresa relacionada con su carrera?

Tabla No 19. Creación de Empresa

CREACION DE EMPRESA	TOTAL	%
Si	21	31
No	47	69

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 19. Creación de Empresa

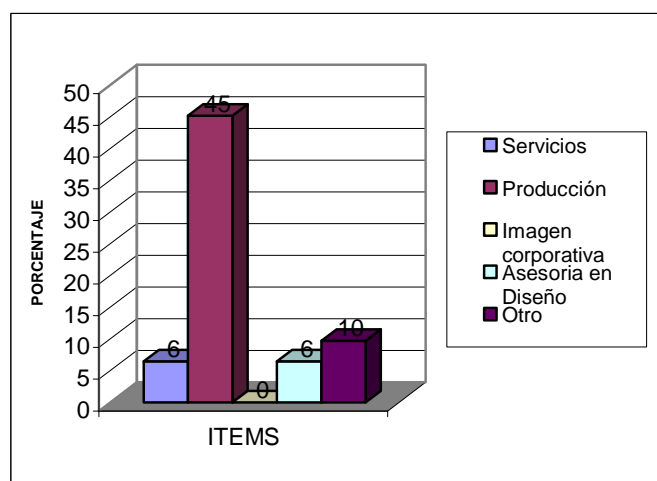
Como podemos observar el 69% de los egresados no han creado empresa, esto puede ser a causa de las razones expuestas en la figura 19. El 31 % tienen constituida una empresa indicando con esto el interés por ejercer su profesión.

Pregunta No 20. Su empresa es de carácter:

Tabla No 20. Carácter de la Empresa

CARÁCTER DE LA EMPRESA	TOTAL	%
Servicios	2	6
Producción	14	45
Imagen corporativa	0	0
Asesoría en Diseño	2	6
Otro	3	10

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 20. Carácter de la Empresa

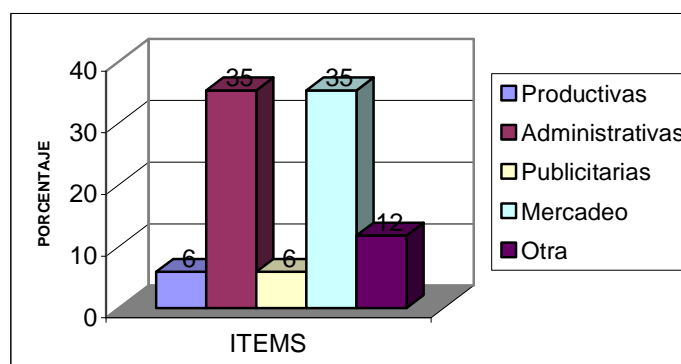
El 31% de los egresados de Diseño Industrial tienen constituida su empresa, la mayoría de estas son de carácter productivo; es decir, Diseño, elaboración y comercialización de productos, las empresas restantes ofrecen diferentes servicios: asesorías, publicidad y otros; esto demuestra que se tiene un alto interés por crear empresa.

Pregunta N. 21 ¿Qué dificultades ha encontrado durante la creación de su empresa?

Tabla No 21. Dificultades en la Creación de Empresa

DIFICULTADES	TOTAL	%
Productivas	2	6
Administrativas	12	35
Publicitarias	2	6
Mercadeo	12	35
Otra	4	12

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 21. Dificultades en la Creación de Empresa

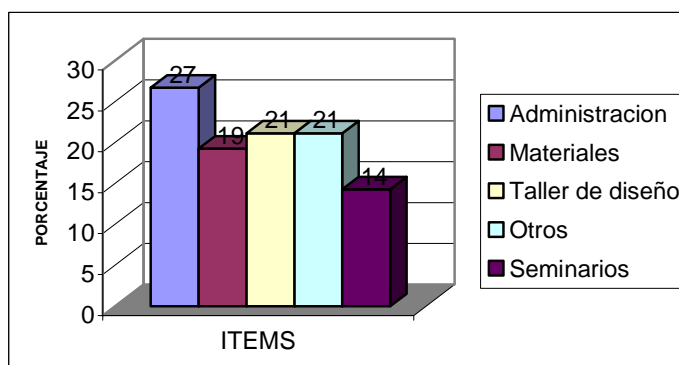
Los empresarios egresados de Diseño Industrial consideran que las principales dificultades que tuvieron en el momento de crear su empresa fueron la falta de conocimiento en la parte administrativa y en el manejo de estrategias de mercadeo, áreas pertenecientes a creación de empresa que se debieron haber trabajado en la formación académica.

Pregunta No 22. ¿Qué asignaturas cree usted fueron importantes para su formación empresarial?

Tabla No 22. Asignaturas Importantes en la Formación Empresarial

ASIGNATURAS	TOTAL	%
Administración	43	27
Materiales	31	19
Taller de Diseño	34	21
Otros	34	21
Seminarios	23	14

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 22. Asignaturas Importantes en la Formación Empresarial

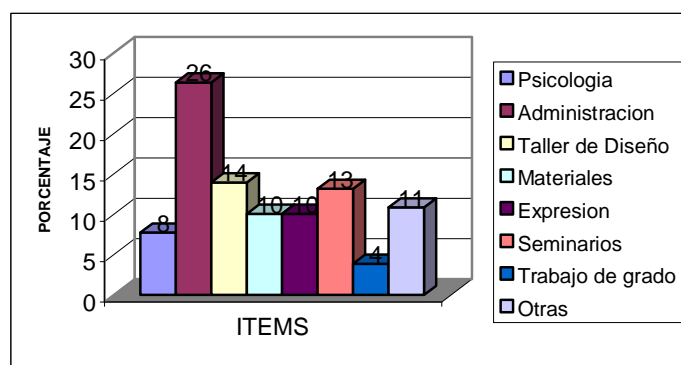
Para los Egresados de Diseño Industrial de La Universidad de Nariño las asignaturas importantes para la formación empresarial fueron: Administración que dio bases teóricas para la creación de una empresa; Taller de Diseño, Materiales y otras (Expresión y Medios), que dieron soporte al área técnica y de producción, esto indica que estas asignaturas deben ser orientadas con mayor énfasis hacia la formación empresarial.

Pregunta No 23. Según su criterio. ¿Qué asignaturas deben reformarse para darles enfoque empresarial?

Tabla No 23. Asignaturas que deben Reformarse

ASIGNATURAS	TOTAL	%
Psicología	10	8
Administración	34	26
Taller de Diseño	18	14
Materiales	13	10
Expresión	13	10
Seminarios	17	13
Trabajo de grado	5	4
Otras	14	11

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 23. Asignaturas que deben Reformarse

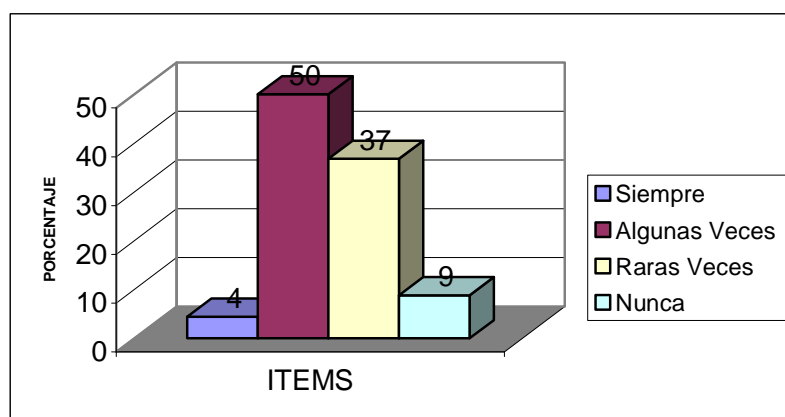
Para los Egresados de Diseño Industrial las asignaturas que deben reformarse para darles un enfoque empresarial son: con un 26%, la asignatura de Administración, porque consideran que es la base para una buena formación empresarial. Las demás asignaturas se las debe enfocar para que abarquen temas de creación de empresa.

Pregunta No 24 ¿Considera que los docentes estimularon en sus asignaturas la capacidad y autonomía para crear empresa?

Tabla No 24. Estimulación por Parte de los Docentes

ESTIMULACION	TOTAL	%
Siempre	3	4
Algunas Veces	34	50
Raras Veces	25	37
Nunca	6	9

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 24. Estimulación por Parte de los Docentes

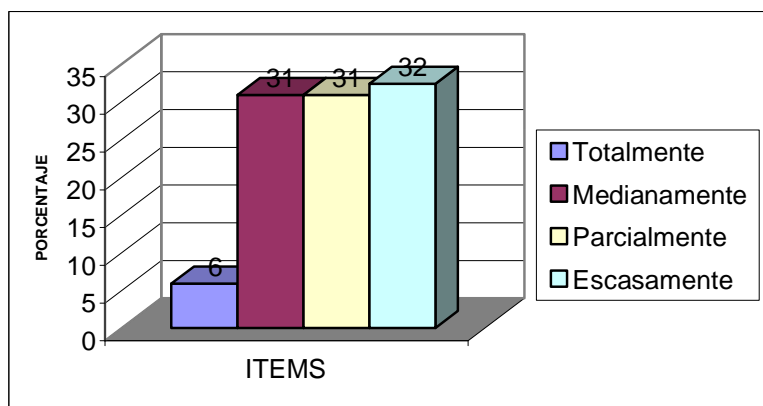
Al hacer una evaluación sobre si los docentes estimulan desde su asignatura a la creación de empresa, el 50% de los egresados encuestados respondieron que algunas veces, solo cuando la asignatura tiene algo que ver con administración o producción en una empresa.

Pregunta No 25 ¿Considera que el área de Administración (I, II, III) tiene el enfoque adecuado que un diseñador Industrial necesita para generar empresa?

Tabla No 25. Enfoque del Área de Administración

AREA DE ADMINISTRACIÓN	TOTAL	%
Totalmente	4	6
Medianamente	21	31
Parcialmente	21	31
Escasamente	22	32

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 25. Enfoque del Área de Administración

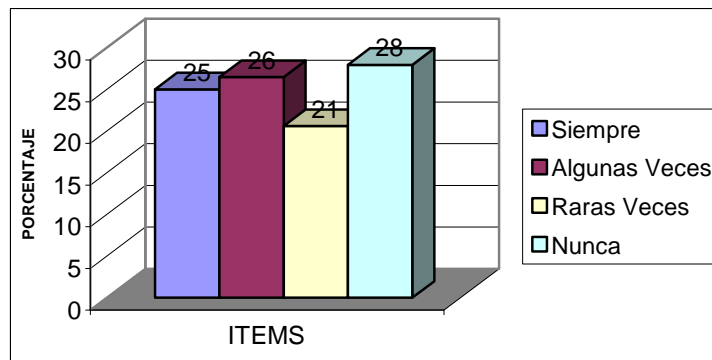
La Asignatura de Administración I,II,III es la encargada de la formación empresarial, al respecto los egresados opinan que esta formación no es la apropiada para crear empresa porque los contenidos son básicos y no tienen la profundidad requerida .

Pregunta No 26. ¿El servicio social del Diseño Industrial (práctica) apporto a la formación empresarial?

Tabla No 26. Servicio Social de Diseño Industrial

APORTE DEL SERVICIO SOCIAL	TOTAL	%
Siempre	17	25
Algunas Veces	18	26
Raras Veces	14	21
Nunca	19	28

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 26. Servicio Social de Diseño Industrial

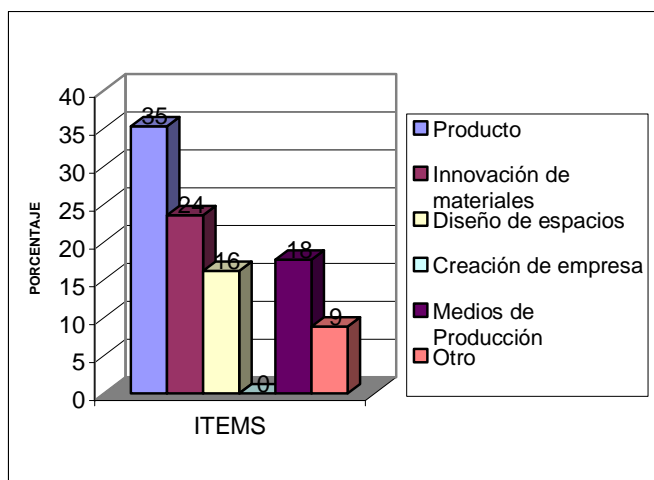
Para los egresados de Diseño Industrial encuestados el servicio Social de Diseño aportó en su formación Empresarial pero este no cumplió completamente las expectativas.

Pregunta No 27. El tema de trabajo de grado que usted realizo estuvo encaminado a:

Tabla No 27. Trabajo de Grado.

TRABAJO DE GRADO	TOTAL	%
Producto	24	35
Innovación de materiales	16	24
Creación de empresa	0	0
Diseño de espacios	11	16
Medios de Producción	12	18
Otro	6	9

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005
Gráfica No 27. Trabajo de Grado.

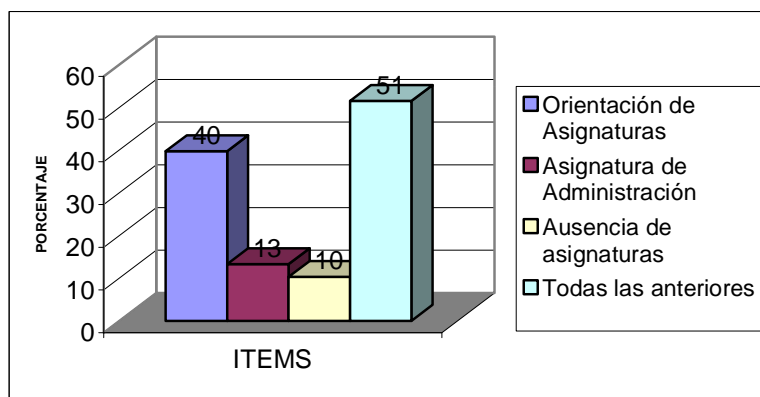
De los diseñadores Industriales encuestados la mayoría respondió haber hecho su trabajo de grado en la elaboración de un producto, otros lo encaminaron por la innovación de materiales; ninguno expreso haber creado una empresa como trabajo de grado que parta de una investigación consecuente con las necesidades de la región.

Pregunta No 28. ¿Cuál cree que sea la falencia que tiene el currículo de Diseño Industrial en cuanto a la formación empresarial?

Tabla No 28. El Currículo de Diseño Industrial

FALENCIAS DEL CURRÍCULO	TOTAL	%
Orientación de Asignaturas	27	40
Asignatura de Administración	9	13
Ausencia de asignaturas	7	10
Todas las anteriores	35	51

Fuente: La presente investigación. 2005



Fuente: La presente investigación. 2005

Gráfica No 28. El Currículo de Diseño Industrial

En la evaluación que los egresados hicieron al currículo de Diseño Industrial señalaron que este tiene varias falencias en especial la orientación de las asignaturas del programa. La asignatura de administración esta mal enfocada y no existen asignaturas pertinentes para la formación empresarial.

5.2.1 Análisis de Resultados Cualitativos de Encuestas a Profesionales de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño.

Cuadro 1. Categorías Profesionales de Diseño Industrial

CATEGORIA	COD.	SUBCATEGORIAS	COD.	TENDENCIAS	COD
Capacidad y autonomía para crear empresa	A	Formación de los egresados en creación de empresa	A1	Total	A1a
				Mediana	A1b
				Parcial	A1c
				Escasa	A1d
		Importancia de la formación empresarial para el diseñador Industrial	A2	Muy importan	A2a
				Importante	A2b
				Poco importan	A2c
				Insignificante	A2d
		Satisfacción de la formación empresarial	A3	Total	A3a
				Mediana	A3b
				Parcial	A3c
				Escasa	A3d
		Incentivación en la formación académica para crear empresa	A4	Siempre	A4a
				Algunas veces	A4b
				Raras veces	A4c
				Nunca	A4d

CATEGORIA	COD	SUBCATEGORIA	COD	TENDENCIAS	COD
Pertinencia del servicio social del Diseño en la formación empresarial	B	Aporte del servicio social de Diseño	B1	Siempre	B1a
				Algunas veces	B1b
				Raras veces	B1c
				Nunca	B1d
Aplicación de la formación empresarial en la vida profesional	C	Ejercicio de la profesión	C1	Si	C1a
				No	C1b
Conveniente formación empresarial	D	Asignaturas	D1	Total	D1a
				Mediana	D1b
				Parcial	D1c
				Escasa	D1d
		Docentes	D2	Siempre	D2a
				Algunas veces	D2b
				Raras veces	D2c
				Nunca	D2d
Orientación del Trabajo de grado	E	Producto	E1		
		Innovación de material	E2		
		Diseño de Espacios	E3		
		Creación de empresa	E4		
		Medios de producción	E5		
		Otro	E6		

5.2.1.1 Capacidad y Autonomía para Crear Empresa

Formación de los Egresados en Creación de Empresa. Los egresados del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño afirman que son parcialmente formados en la creación de empresa las razones las vemos a continuación.

TOTALMENTE A1a
“Se Impartió los conocimientos necesarios”

MEDIANAMENTE A1b
“Falta de formación en el área de administración”
“Materias superficiales”
“Falta capacitación en conceptos empresariales”
“Falta de conocimientos orientados a la creación de empresa”
“La educación administrativa y de proyección empresarial fue débil”
“Falta implementación de talleres encaminados a la formación empresarial”
“No existen materias enfocadas para esto”

PARCIALMENTE A1c
“Falta mucha experiencia teórica y practica”
“Falta practica y conocimiento del mercado regional”
“Falta mejor enfoque a las asignaturas”
“La Universidad no estimula a la creación de empresa”

ESCASAMENTE A1d
“Falta profundizar en mercadeo y administración”
“Falta mejor formación empresarial y practica”
“La carrera no es enfocada a este fin”
“Los conocimientos que se dan en la materia no se profundizan ni se hacen prácticos”
“Falta fortalecer algunos componentes del pensum”
“La Universidad no brinda las bases ni materias para crear empresa”

Teniendo en cuenta las razones expresadas por los egresados de Diseño Industrial, vemos que la mayoría de ellas indican una falta de coherencia entre la teoría y la práctica, además los contenidos no tienen un enfoque real del mercado regional.

Importancia de la Formación Empresarial para el Diseñador Industrial. Los egresados de Diseño Industrial consideran que la formación empresarial es un componente muy importante para su desempeño profesional las razones se expresan en el siguiente cuadro.

MUY IMPORTANTE A2a
“Todos debemos salir con la idea de general empleo”
“Tener visión para crear empresa”
“Permite desarrollar la creatividad para elaborar y negociar los productos y generar empleo”
“El papel del diseñador Industrial es crear su propia empresa”
“Para tener mentalidad abierta al negocio”
“Posibilita el desarrollo personal y regional”
“Para ser independiente”
“La única opción de empleo es crear empresa”
“Es uno de los objetivos del diseñador Industrial”
“Para saber hacia donde se enfoca los productos o servicios”
“Porque el perfil profesional de la carrera así lo exige”
“La región carece de empresas”

IMPORTANTE A2b
“No existe campo laboral”
“Todo diseñador Industrial debe manejar una empresa”
“Todos queremos tener nuestra empresa”

Según las respuestas vemos claramente que las expectativas y deseos de los egresados apuntan a la creación de empresa con el fin de generar sus propias fuentes de trabajo y contribuir al desarrollo regional como propósito fundamental del Diseñador Industrial.

Satisfacción de la Formación Empresarial. Los egresados del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño están parcialmente satisfechos con la formación empresarial impartida en la academia; las razones se miran a continuación

TOTALMENTE A3a
“Me forme por iniciativa propia”
“Gracias a la experiencia adquirida”
“Por mis capacidades mas no por formación de la Universidad”

MEDIANAMENTE A3b
“Busco especializarme en este tema”
“Se necesitan mas conocimientos administrativos”

PARCIALMENTE A3c
"Falta capacitación específica"
"Falta el conocimiento empresarial"
"Se necesita conocer estrategias que permitan sostener un negocio"
"Es importante la práctica para saber enfrentarse al mercado"
"No se conoce el proceso administrativo"
"No se conoce la parte de mercadeo"

ESCASAMENTE A3d
"No se tiene la experiencia requerida"
"Se necesita mas capacitación"
"No se tiene claridad sobre la manera de manejar una empresa"
"Para crear empresa se debe tener muy claros los conceptos acerca del proceso administrativo."

Por lo anteriormente analizado podemos anotar que los egresados de Diseño Industrial sienten que formación académica impartida no brinda las herramientas necesarias para enfrentarse y desempeñarse como profesionales y menos como empresarios.

Incentivación Durante la Formación Académica para Fomentar el Espíritu Empresarial. La mayoría de los egresados del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño afirman que fueron motivados algunas veces en la formación del espíritu empresarial, así se describe en el siguiente cuadro

SIEMPRE A4a
"Nos hacían ver lo importante de crear empresa"

ALGUNAS VECES A4b
"No todas la materias estaban enfocadas hacia esta formación"
"En algunos momentos se nos insinuó esta opción"
"En administración dan una idea pero no es suficiente"
"No se enfatizó en el tema"
"El proceso de formación empresarial fue incompleto"

RARAS VECES A4c
"Se dio mas importancia a la formación académica "
"Solo en algunas materias"
"Se daba mas importancia a innovar productos mas no a la creación de empresa"

NUNCA A4d
“Se miro solo el manejo de materiales y lo elemental de Diseño”
“Se regia únicamente a cumplir con lo académico”
“Se limitaba a exponer productos pero no se incentivaba para su comercialización”
“Fue solo teoría y nada de práctica”

Al observar las respuestas anteriores notamos que la incentivación para la creación de empresa solamente se hizo en algunas asignaturas pero no alcanzó a crear en los estudiantes una mentalidad empresarial.

5.2.1.2. Pertinencia del Servicio Social del Diseño en la Formación Empresarial

Aporte del Servicio Social de Diseño.

Los egresados de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño afirman que solo algunas veces y en algunas empresas el servicio social aporta a la formación empresarial del Diseñador Industrial sus argumentos se expresan a continuación:

SIEMPRE B1a
“Se tubo contacto directo con la empresa”
“Fue la oportunidad real para conocer el mercado y entorno regional”
“Aporta conocimientos administrativos”
“La empresa exige saber de todo los manejos empresariales (producción – Administración)”

ALGUNAS VECES B1b
“Se practica mas la parte de producción que la de administración”
“Permitió analizar algunos aspectos del proceso administrativo”
“Fue una verdadera relación con el verdadero mundo del mercadeo”
“Hay algunos empresarios que no conocen el campo del Diseñador”

RARAS VECES B1c
“No se conoce el papel del Diseñador Industrial”
“Algunas de las empresas no manejan bien la parte administrativa y por eso no se puede aprender”

NUNCA B1d
“Los empresarios desconocen el papel y las funciones del Diseñador Industrial”
“Se hace mas practica de Diseño Grafico”
“Esta mal estipulado y mal evaluado”

Con lo anterior podemos apreciar que el Servicio Social de Diseño Industrial permitió a los egresados acercarse a la realidad del manejo empresarial pero no alcanzaron a cumplir las expectativas que tenían en esta etapa de formación académica, esto puede ser a causa de la falta de una mejor coordinación entre el Programa de Diseño Industrial y los empresarios.

5.2.1.3 Aplicación de la Formación Empresarial en la Vida Profesional

Ejercicio de la Profesión. Es Satisfactorio observar que la mayoría de egresados de Diseño Industrial se encuentran ejerciendo la profesión, y que son muy creativos para generar sus propias fuentes de empleo, esto lo manifiestan en sus respuestas; pero debemos tener presente las razones que tienen el resto de egresados que afirman no ejercer su profesión.

SI C1a
“Tengo mi propia empresa”
“Diseño productos y me encargo de comercializarlos”
“Diseño productos artesanales”
“Busco fuentes de trabajo independientes que tengan que ver con los conocimientos que adquirí en la carrera”

NO C1b
“Falta de oportunidades y alternativas”
“No hay personal idóneo para poder trabajar”
“En la región son muy pocas las fuentes de empleo”
“Falta del reconocimiento a los profesionales”

Al revisar las anteriores razones nos damos cuenta que los egresados de Diseño Industrial que se encuentran ejerciendo su profesión, es porque han originado su propias fuentes de trabajo, mientras que una población importante continua con mentalidad de buscar empleo.

5.2.1.4 Conveniente Formación Empresarial

Asignaturas. Al revisar las asignaturas estudiadas en su formación académica y en si eran pertinentes con la creación de empresa, los egresados de Diseño Industrial manifestaron que estas asignaturas no satisficieron las expectativas que ellos tenían en cuanto a crear empresa y estas fueron sus razones:

MEDIANAMENTE D1b
“Los temas no tenían relación con nuestro perfil”
“Se podría aprovechar mas estos espacios y estos conocimientos”
“No se hace práctica”

PARCIALMENTE D1c
“Se repite lo mismo los tres semestres”
“No se profundizó en organización, planeación, liderazgo y evaluación”
“Se debe mirar también la parte jurídica de la formación de empresa”
“Se ve muy superficialmente”
“Nociones básicas de administración”

ESCASAMENTE D1d
“No tiene el enfoque que un Diseñador Industrial requiere”
“La materia debe ser más práctica”
“Parece una materia de relleno no se le da la importancia que merece”
“En todas se ve lo mismo”
“Se debe hacer una administración mas real, sin tanto sueño de empresas grandes”

Con lo anteriormente expuesto podemos afirmar que las asignaturas del Programa no tienen dentro de sus objetivos la formación empresarial, mientras que las materias encargadas para este fin no profundizan en los temas pertinentes y se convierten en materias secundarias.

Docentes. Los egresados de Diseño Industrial dicen No sentirse motivados por parte de los docentes para la capacitación en formación empresarial, sus afirmaciones las podemos apreciar en el siguiente cuadro:

ALGUNAS VECES D2b
“Falta perfil de algunos docentes”
“Dependiendo de la materia “
“Solo lo decían y hablan de empresa mas nunca intentaron hacerlo realidad”
“Se dedicaban a la producción de objetos”
“Diferentes metodologías de enseñanza de los docentes y diferentes objetivos.”
“No enfatizaban en el tema”

RARAS VECES D2c
“Falta interés por parte de los docentes por incentivar en la creación de empresa”
“Se dedican a los contenidos de su materia”
“Solo se enfatizaba en la parte productiva y eso solo no es empresa”

NUNCA D2d
“Talvez para ellos eso no era importante”
“Falta de interés o tiempo”

Al considerar las razones anteriores miramos que los egresados notan en los docentes falta de compromiso con los objetivos de la carrera especialmente en la motivación para crear empresa.

Orientación el Trabajo de Grado. La tendencia de la mayoría de los egresados de Diseño Industrial es hacia la elaboración de un producto, esto indica que solamente aplican la parte técnica en el trabajo final para cumplir con el requisito de grado, no hay estímulos ni preparación suficientes para que estos trabajos se proyecten a la vida profesional.

Con el propósito de obtener información más precisa sobre el origen del programa de Diseño Industrial, su desarrollo y proyección social, se realizaron entrevistas Docentes Fundadores del programa, Docentes de tiempo completo vinculados, Docentes de la Asignatura Administración y Egresados de Diseño Industrial que tienen conformada una empresa.

5.3 ENTREVISTA DOCENTES FUNDADORES PROGRAMA DISEÑO INDUSTRIAL

Para Conocer cuales fueron los motivos que llevaron a crear el programa de Diseño Industrial en la facultad de Artes, se realizaron entrevistas a los 3 Docentes Fundadores que son: Mireya Uscategui de Jiménez,; Julio Cabrera; Héctor Prado. A continuación se hace el análisis de las respuestas obtenidas en las entrevistas.

Cuadro 3. Categorías Docentes Fundadores

CATEGORÍA	COD	SUBCATEGORÍAS	COD
Referentes para abrir la carrera de Diseño Industrial.	A	<ul style="list-style-type: none"> • La Diversificación facultad de artes • Necesidades de la región • Capacidad de trabajo • Artesanía de la región • Baja demanda facultad de artes 	A1 A2 A3 A4 A5
Expectativas con respecto a la carrera	B	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de empresa • Mejoramiento del sector artesanal regional • Conocimiento del programa a nivel regional 	B1 B2 B3

CATEGORIA	COD	SUBCATEGORIA	COD
Rezones para plantear el perfil profesional	C	• Mejora condiciones de artesanos.	C1
		• Formar lideres empresariales	C2
Planteamiento de la formación empresarial	D	• Componente administrativo a nivel asignatura	D1
		• Formación básica	D2
		• Desconocimiento condiciones para formar empresa	D3
		• Combatir el temor a crear empresa	D4
		• Contribución al desarrollo regional	D5
		• Evitar la empleomanía	D6
		• Crear mentalidad empresarial	D7
		• Generar empleo	D8
		• Formar para trabajo en equipo	D9
		• Formación practica	D10
Motivación de los docentes para la formación empresarial	E	• Se desarrolla en algunas asignaturas	E1
		• Crear en los estudiantes mentalidad para correr riesgos	E2

REFERENTES PARA ABRIR LA CARRERA. COD. A
<p>“A partir de la necesidad de una diversificación de carreras, para abrir una disciplina que tenga relación con artes (A1), se realizó una investigación en diferentes instituciones contactar, Acopi, gremios de artesanos, empresas pequeñas, planeación departamental, que llevó a unos perfiles del programa, mejoramiento de la calidad en Diseño, productividad, condiciones en producción seriada entre otras (A4), coincidiendo con la oferta de Diseño Industrial.”</p> <p>“Simplemente porque vimos que aquí las personas tienen facilidad para hacer las cosas (A3)</p> <p>“Podemos hablar del medio regional y este medio era el sector artesanal que en ese momento constituía el espacio que la facultad de artes debía empezar a beneficiar”(A2)(A4)</p> <p>“Otro aspecto también fue la situación de tensión en la facultad el único programa de la facultad sufría una baja de demanda” (A5)</p>

Para abrir La carrera de Diseño Industrial en la Universidad de Nariño se tomo como referente fundamental las necesidades que la región presentaba en el sector productivo de la artesanía teniendo en cuenta la capacidad de trabajo y conocimientos en técnicas de artesanos de la región, intentando mejorar la calidad en cuanto a diversidad de Diseños, alta calidad en acabados, expansión de mercados a nivel nacional e internacional, pensando en fortalecer este sector buscando la creación y mejoramiento de empresas. Otro motivo importante fue la exigencia de expandir la facultad de artes ofreciendo otra alternativa de elección a estudiantes de bachillerato con el fin de evitar la baja demanda en carreras ya existentes.

EXPECTATIVAS CON RESPECTO A LA CARRERA. COD. B

“Nosotros veíamos que teníamos personal capacitado y que podíamos sacar excelentes profesionales con la carrera y creo que en unos cinco años tiene que ver por lo menos uno que cumpla ese objetivo de crear empresa “ (B1)

“la primera gran expectativa era cumplir con el motivo gestor del programa, de ver a largo o mediano plazo el beneficio a través de los egresados, en el mejoramiento del sector artesanal de la región...” (B2)

“La gran expectativa la veíamos , porque presentíamos que no había un conocimiento por parte de los bachilleres sobre lo que era Diseño Industrial, de hecho en el mismo mercado, sin ir mas lejos en la misma Universidad” (B3)

El mayor interés por parte de los docentes fundadores del programa era ver la intervención de los egresados en el mejoramiento del sector artesanal, y por ende del producto, además la creación de nuevas empresas que permitan fortalecer el sector artesanal y generar empleo en la región. Parte importante también era la demanda de la carrera pensando en el conocimiento de esta a nivel regional y nacional.

RAZONES PARA PLANTEAR EL PERFIL PROFESIONAL. COD. C

“ Particularmente siempre fue mi inquietud abrir programas de Diseño y construir currículos de Diseño y fue en gran motivo la necesidad de contribuir al mejoramiento de las condiciones de los artesanos , siempre he admirado profundamente la producción artesanal ...” (C1)

“ La necesidad de formar líderes empresariales entre otros aspectos entre otras características, las entrevistas con ACOPI , Cámara De comercio , FENALCO, los mismos artesanos nos dieron muchas luces” (C2)

El perfil profesional del programa de Diseño Industrial fue planeado principalmente teniendo en cuenta las necesidades del sector artesanal en cuanto a mejora de producto, puestos de trabajo y mercado. También en la formación de líderes empresariales con el fin de obtener profesionales capaces de crear empresa dentro de la región.

PLANTEAMIENTO DE LA FORMACIÓN EMPRESARIAL. COD. D

“ La constante era la queja de que el la Universidad de Nariño en general formaba empleómanos (D6) , cuando uno, haber hay algo connatural al Diseño Industrial es que perteneciendo a la facultad de artes es una de las carreras que mas puede contribuir a desarrollo regional “(D5)

“La necesidad de incluir en el programa una línea de administración (D1) con la idea de formar líderes empresariales que era lo que la región necesitaba” (D7)

“Necesitábamos un diseñador Industrial con capacidad de generar empleo (D8), si, con mentalidad de líder empresarial (D7)

“debía tener un componente administrativo a nivel de asignatura,(D1) no mas, no se asumió el proceso lo que le hace falta es tener en cuenta lo que se necesita para crear empresa (D3)

La formación empresarial en la carrera de Diseño Industrial se planteo con el fin de formar líderes empresariales para crear empresa evitando así la empleomanía, generando empleo y por ende desarrollo regional. Para esto se pensó en una formación administrativa con conocimientos básicos impulsando a estudiante a trabajar en equipo. La formación básica, no fue suficiente para colmar las expectativas de los estudiantes y docentes llegando a la conclusión que no se tenía una idea en ese momento de la formación exacta y adecuada que el estudiante necesita para crear de empresa.

**MOTIVACION DE LOS DOCENTES PARA LA FORMACION EMPRESARIAL.
COD. E**

“No siempre en algunas asignaturas, va de acuerdo a las practicas: en problemas regionales se puede solucionar con un objeto Industrial lo que se quiere es que se experimente en una empresa.” (E1)

“Crear en los estudiantes mentalidad para tomar riesgos en la comercialización de un producto.(E2)

Los docentes se encargaban de otorgar a los estudiantes la formación exclusiva de las asignaturas designadas sin darle importancia a este aspecto, se pensaba que no eran las materias que les competía dicha formación, además algunos docentes, motivan a sus estudiantes lo importante de tomar riesgos y perder el miedo al momento de pensar en una empresa.

5.4. ENTREVISTA DOCENTES TIEMPO COMPLETO PROGRAMA DISEÑO INDUSTRIAL

Cuadro 4. Categorías Docentes Tiempo Completo.

CATEGORÍA	COD	SUBCATEGORÍAS	COD
Materias orientadas	A	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de Diseño • Materiales • Asesoría de trabajo de grado • Materias teóricas • Sistemas 	A1 A2 A3 A4 a5
Importancia de la formación empresarial	B	<ul style="list-style-type: none"> • Es fundamento de la carrera • Es clave para el contexto • Incentiva para formar empresa • Autonomía de los profesionales • Exigencia actual 	B1 B2 B3 B4 B5
Motivación para crear empresa por parte del docente	C	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante diagnóstico de empresas regionales • Facilidad para plantear productos con materiales de la región • No es un tema principal en las materias • Inculcar en los estudiantes que el Diseño es una oportunidad para obtener ingresos • Análisis y experimentación de materiales para proponer empresa • Concienciar en no buscar trabajo • El enfoque de la carrera es crear empresa • Importancia de generar empleo 	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

CATEGORIA	COD	SUBCATEGORIA	COD
Orientación de las asignaturas en la formación empresarial	D	• No ha sido pertinente porque no hay empresa	D1
		• La formación no es acorde con las necesidades de la región	D2
		• Totalmente administrativa sin conocimiento de Diseño Industrial	D3
		• No es planteada como estrategia puntual	D4
		• Ha sido manejada únicamente el la parte teórica y no practica	D5
Cumplimiento del perfil profesional	E	• No se esta cumpliendo	E1
		• Debe evolucionar de acuerdo a las necesidades actuales	E2
Recomendaciones al currículo en formación empresarial	F	• Mediante proyectos claros de creación de empresa dentro de un contexto real	F1
		• Formación completa no solo a nivel de administración sino de creación de empresa.	F2
		• No solo a nivel teórico	F3
		• Opción como trabajo de grado formación de empresa	F4
		• Presentación del proyecto asesorado por docente de Diseño y admón.	F5
		• Crear un almacén para que los estudiantes ofrezcan sus productos	F6
		• Ofrecer un centro de consultoría de Diseño	F7
		• Enfatizar en las materias de admón. El manejo de la empresa	F8
• Las materias deben ser dirigidas por un diseñador Industrial especializado en creación de empresa			

CATEGORIA	COD	SUBCATEGORIA	COD
Factibilidad de la región para crear empresa	G	• Región virgen en cuanto a creación de empresa	G1
		• Existe materia prima para explotar	G2 G3
		• Existen oficios que se pueden explotar mas	G4
		• Existe recurso humano con capacidad creativa.	

MATERIAS ORIENTADAS. COD. A
<p>“Diseño teórico, semiológica del producto, materiales, taller de Diseño, asesorias en trabajo de grado. (A3)</p> <p>“Talleres 5 7 8 o 10” (A1)</p> <p>“Taller, historia, materiales madera” (A2)</p> <p>“sistemas, talleres de Diseño, teóricas”(A4 A5)</p>

Los docentes de tiempo completo del programa de Diseño Industrial son orientadores de materias muy importantes dentro del pensum, donde es fundamental la motivación e impartir formación empresarial a los estudiantes.

IMPORTANCIA DE LA FORMACION EMPRESARIAL. COD. B
<p>“Si tiene importancia porque los diseñadores no pueden ser absorbidos por las empresas, en otras carreras se esta viendo, es una realidad (B5)</p> <p>“Es el fundamento de la carrera, (B1) clave para el contexto, (B2) da conocimientos en industria, factores contables, comerciales; ganas de formación de empresa (B3)</p>

Los docentes de tiempo completo del programa de Diseño Industrial opinan que la formación empresarial es de suma importancia para el diseñador Industrial porque es el fundamento de la carrera. La actualidad y el contexto en que vivimos exigen una formación de profesionales empresarios con mentalidad de líderes independientes en búsqueda de aportar a la sociedad.

MOTIVACION PARA CREAR EMPRESA POR PARTE DEL DOCENTE. COD. C

“En los talleres analizan los materiales y experimentan de tal manera que dan posibilidades de desarrollo empresarial en la parte creativa **(C5)** se crea conciencia desde los primeros semestres que no se piense en buscar trabajo,(C6) el enfoque de la carrera ha sido salir a crear sus empresas, la región es ideal porque la cantidad de empresas son pequeñas, (C7). Es importante crear trabajo teniendo en cuenta la cantidad de materiales naturales.(C8) Se falla en la parte de mercadeo en la nueva reforma se va a tratar esta parte”.

“No es el tema principal (C3) sin embargo en los últimos semestres si se dice a los estudiantes que los Diseños pueden ser una forma de obtener ingresos en algún tiempo,(C4) ideas de los estudiantes que tienen potencial para crear empresa

La motivación que los docentes realizan a los estudiantes en cuanto a creación de empresa es impartida principalmente en las materias y temas específicos de las materias asignadas a cada docente, a nivel de materiales, procesos y técnicas productivas y creatividad mas no en pautas específicas de creación de empresa. Es importante resaltar que se insiste en la necesidad de salir a crear empresa para no buscar empleo sino para generarlo.

ORIENTACION DE LAS ASIGNATURAS EN LA FORMACION EMPRESARIAL. COD. D

“falta en el currículo, orientadas en la parte de admón. Pero no como estrategia puntual dentro del currículo actual, (D4) hoy en día se ha hecho una reforma en ese aspecto.”

“No es pertinente Porque se tiene muy pocos estudiantes que están creando empresa, se cree que se puede hacer algunos cambios a nivel de currículo, en la región no hay industria por lo tanto un diseñador no puede trabajar ahí por eso se pensó en que se desarrolle empresa” **(D1)**

“Mal orientación en materias, no hay proyectos claros para la formación de empresa reales, no solo lo teórico, progresivas, no solo lo administrativo, comercio, promoción.” **(D5)**

“Se debe enfatizar en las materias de tipo administrativo, como se debe manejar la rentabilidad de una empresa, estas materias deben ser dictadas por un diseñador especializado en creación de empresa.” **(D3)**

La orientación de las asignaturas en la formación empresarial no ha sido pertinente porque existe muy pocas empresas, La formación no es acorde con las necesidades de la región y se la maneja de manera básica y elemental siendo totalmente administrativa sin conocimiento de Diseño Industrial ni orientación de profesores con formación en este tema, no ha sido planteada de manera puntual.

CUMPLIMIENTO DEL PERFIL PROFESIONAL EN CUANTO A CREACION DE EMPRESA. COD. D

“No, la carrera debe evolucionar y mejorar otorgar lo que los estudiantes necesitan hoy en día. **(E1) (E2)**

“No en un 100%, **(E1)** no todas las personas tienen esa vocación, para hacer empresa hay que poder manejar la incertidumbre hay que ser organizado.

Los docentes de tiempo completo del programa de Diseño Industrial piensan que no se ha cumplido en un 100 % el perfil profesional planteado al inicio de la carrera. Esto se debe a que no se tuvo en cuenta las necesidades del profesional y de los estudiantes, por lo tanto la carrera y la formación empresarial deben mejorar y evolucionar acorde a la realidad y a la actualidad.

RECOMENDACIONES AL CURRICULO EN LA FORMACION EMPRESARIAL. COD. F

“Tomar como opción de trabajo de grado la creación de empresa,**(F4)** presentación del proyecto acompañados con docentes de Diseño y admón.**(F5)** Al final de la carrera ubicar los productos en el mercado obtendrá su título profesional.

“Desde lo académico, contenidos. Reforzando las asignaturas,**(F7)** trabajo de grado con creación de empresa,**(F4)** se tome puntos de referencia en las personas que tienen empresa llegar a estas personas a través de convenios, a nivel de practicas con diseñadores que creen empresa desde la academia,**(F3)** desde el perfil profesional el departamento formule una estrategia para motivar a ser empresarios puede ser la generación de un centro de asesoría para el empresario con directores diseñadores Industriales con formación empresarial.**(F8)**

En cuanto al currículo sería importante analizar la formación empresarial y enfocarla mas hacia la creación de empresa y a la administración, mediante un proceso tanto teórico como practico donde se incluyan proyectos claros de creación de empresa dentro de el contexto en que vivimos, para esto es necesario contar con docentes con formación en Diseño Industrial y creación de empresa que lleven un proceso continuo con los estudiantes. Además pensar en tomar como opción de grado la creación de una empresa que de la opción de una vez egresado continuar y encontrar en ella una fuente de trabajo. Es importante el apoyo de la Universidad en seguir ofreciendo asesorias empresariales y consultaría en Diseño como también la fundación de un almacén donde tanto estudiantes como profesionales puedan dar a conocer sus productos.

FACTIVILIDAD DE LA REGION PARA CREAR EMPRESA. COD. G
<p>“se piensa que la carrera se debe enfocar en regiones donde exista una gran población Industrial, pero fue el contraste de la región habiendo un potencial muy grande para que la carrera ayude a utilizar ese potencial “(G1)</p>
<p>“Es un departamento netamente productor de materias primas para explotarlo, para innovar en productos aprovechando la que existe en la región.”(G2)</p>
<p>“Son importantes los materiales en el departamento como la madera, cueros, calzado y marroquinería, joyas, plásticos con tecnología no sofisticadas acrílico fibra de vidrio, cerámica, la artesanía y las técnicas artesanales para aprovecharlos. (G3) (G4)</p>

5.5. ENTREVISTA DOCENTES ASIGNATURA ADMINISTRACIÓN

Cuadro 5. Categorías Docentes de Administración

CATEGORÍA	COD	SUBCATEGORÍAS	COD
Conocimiento del perfil profesional	A	<ul style="list-style-type: none"> Desde el punto de vista administrativo 	A1
Coherencia de la formación empresarial	B	<ul style="list-style-type: none"> Necesita mas énfasis en Diseño Necesita tiempo No hay un docente que maneje las 3 administraciones No existe contacto entre docentes No se ha consultado el plan curricular No se ha dado importancia a la practica 	B1 B2 B3 B4 B5 B6

CATEGORÍA	COD	SUBCATEGORÍAS	COD
Motivación por parte de los docentes	C	<ul style="list-style-type: none"> • No existe • Falta motivación teórica necesaria para crear empresa. • Falta motivación psicológica 	C1 C2 C3 C4
Sugerencias al currículo formación empresarial	D	<ul style="list-style-type: none"> • La formación empresarial debe ir paralela a tendencias y cambios sociales • Fomentar el espíritu empresarial • Calidad en las materias 	D1 D2

CONOCIMIENTO DEL PERFIL PROFESIONAL. COD. A
<p>“Básicamente el perfil desde el punto de vista empresarial que se esta buscando, el currículo maneja un enfoque desde el punto de vista de mercadeo, identificación y análisis de los costos, utilización de materiales (insumos materia prima necesarios de identificar para costear los Diseños), componente de la admón. En general. (A1)</p>

Los docentes de servicios del área de administración tienen un conocimiento del perfil profesional del diseñador Industrial específicamente desde el punto de vista administrativo en general.

COHERENCIA DE LA FORMACION EMPRESARIAL COD B
<p>“Necesita mayor énfasis en Diseño, (C1) y tiempo, (C2) en octavo se maneja costos en la propuesta esta que el docente debe manejar un software que necesita tiempo. No se ha dado la importancia en la práctica.(C6) Debe haber secuencia en las administraciones porque no hay un docente que tenga las 3 admón.(C3) no existe conversación sobre lo que manejan los otros docentes, (C4) no se ha consultado el plan curricular (C5)”</p>

En la formación empresarial impartida por los docentes de servicios del área de administración existen vacíos porque no existe énfasis en Diseño al no conocer el plan curricular, se manejan temas elementales y básicos debido a la falta de tiempo e intensidad horaria. Los docentes encargados no manejan una secuencia en los tres semestres y son cambiados semestralmente. La formación ha sido teórica.

MOTIVACION POR PARTE DE LOS DOCENTES. COD. C
<p>“Yo diría que la motivación en este momento no existe (C1) hay un problema en el área de administración y es que primero hacen falta las herramientas necesarias para que el diseñador Industrial cree empresa, en este momento no existen esas herramientas teóricas. (C2) falta una motivación que tiene que ver mas con el carácter cultural y psicológico al ser reacio a crear empresa (C3)”</p>

La motivación por parte de los docentes es nula, La Universidad no da las herramientas necesarias para que el diseñador cree empresa , además es importante tener en cuenta el empuje del diseñador para que tome riesgos y para esto es necesario una motivación en la mentalidad y espíritu empresarial.

SUGERENCIAS AL CURRICULO DE DISEÑO INDUSTRIAL (COD D)
<p>“La línea de administración mas que la cantidad de materias que se tengan es la calidad de la profundidad administrativa o de los procesos productivos y administrativos (D3) y deben ir acompañados obligatoriamente por materia que tengan que ver con el fomento del espíritu empresarial. (D2)</p> <p>“trabajar en análisis de entornos, tendencias de ese entorno bajo los cambios que se están dando y como se puede proponer negocios a partir de esos cambios, (D1) se hace un paralelo en tendencias y cambios y evaluar que tan dispuesto esta el estudiante y como se puede fundamentar ese espíritu para crear empresa. (D2) Lo que se hace es identificar sus capacidades debilidades fortalezas y como pueden servir para crear negocios.</p>

Es indispensable llevar una formación paralela a los cambios mundiales con la intención de crear negocios a partir de esos cambios. Ofrecer no cantidad sino calidad en las materias administrativas acompañadas del fomento del espíritu empresarial.

5.6. ENTREVISTA DISEÑADOR INDUSTRIAL CON MICRO EMPRESA

Cuadro 6. Diseñador Industrial, microempresario

CATEGORÍA	COD	SUBCATEGORÍAS	COD
Expectativas al momento de finalizar la carrera	A	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de empresa para ejercer • Necesidad de crear empresa 	A1 A2

CATEGORÍA	COD	SUBCATEGORÍAS	COD
Proceso de formación de empresa	B	• Asociación con compañeros del mismo programa	B1
		• Participación en ferias	B2
		• Manejo improvisado de mercado	B3
		• Recursos económicos bajos	B4
Formación académica	C	• Sirvió poco en la formación de empresa	C1
		• No se prestaba mayor interés por parte de los estudiantes	C2
		• El departamento de Diseño no hace que los estudiantes se interesen en este aspecto	C3
		• Se necesita reforzar la formación.	C4

EXPECTATIVAS AL MOMENTO DE INGRESAR A LA CARRERA. COD. A

“Mi expectativa principal fue buscar empresas que son escasas para desenvolverme en el campo profesional, **(A1)** por eso las expectativas disminuyeron un poco por no existir demanda de nuestra profesión, entonces pensé en formar una empresa ya sea individual o en sociedad. **(A2)**”

Al ingresar a la Universidad el egresado de Diseño Industrial tuvo como principal expectativa ejercer su profesión en empresas que puedan tener demanda de profesionales en Diseño ósea pensó en buscar empleo, al terminar su carrera pensó que lo ideal era crear empresa ya sea individual o en sociedad ya que el medio no se ofrecía otra alternativa.

PROCESO DE FORMACION DE EMPRESA. COD. B

“Se inicio con la constitución de un grupo de compañeros, **(B1)** se empezó con Participación en ferias,**(B2)** con utilización de materiales, puestos de trabajo y mercado improvisado**(B3)**. la parte económica mínima. **(B4)** fue importante tener la constancia como grupo para mantener la empresa y competencia a nivel de mercado”

La empresa fue constituida mediante la asociación de compañeros que se inicia con una idea de vender productos de iluminación, participación en ferias, y

recursos económicos mínimos, en ningún momento se hace referencia a que la formación empresarial impartida en la carrera haya servido para empezar y fortalecer la empresa .

FORMACION ACADEMICA. COD. C

“Sirvió muy poco en la formación de nuestra empresa, (C1) no existió mayor interés por parte de los estudiantes prestando mas importancia a las materias propias de Diseño, (C2) el departamento no hace que los estudiantes se interesen en este aspecto (C3) , se necesita un refuerzo mayor en la materias dedicadas a creación de empresa. (C4)

En cuanto a la formación empresarial al momento de formar su empresa no tuvo mayor valor puesto que lo que realmente se necesitaba no fue aprendido en las materias de administración por lo tanto es importante un refuerzo significativo pensando en las necesidades del futuro empresario. El departamento de Diseño debería incentivar en los estudiantes el deseo de crear empresa y no buscar empleo es claro que no se preocupa por fortalecer este aspecto. La atención de los estudiantes se centra en las materias propias del área de Diseño tomando a las encargadas de esta formación una importancia relevante y secundaria.

**PAUTAS PARA MEJORAR LA FORMACION EMPRESARIAL IMPARTIDA A
LOS ESTUDIANTES DE DISEÑO INDUSTRIAL DE LA UNIVERSIDAD DE
NARIÑO**

Nariño no es una región con antecedentes Industriales ni empresariales, pero si tiene la potencialidad para lograrlo, por lo tanto los profesionales de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño deben egresar con mentalidad empresarial para que aprovechen los recursos que le brinda el Departamento.

Para lo anterior hacemos las siguientes sugerencias:

- Cambiar el paradigma cultural del Nariñense en cuanto a la asociatividad y emprendimiento desde las aulas de clase.
- El Diseñador Industrial de la Universidad de Nariño para su desempeño profesional necesita contar con una adecuada formación empresarial, por lo tanto se debe otorgar mayor capacitación en este tema.
- La formación empresarial en Diseño Industrial debe hacerse desde los primeros semestres, para que el estudiante vaya desarrollando la mentalidad empresarial que es el inicio de un empresario en potencia.
- Organizar el trabajo social en estrecha relación con el programa, los empresarios y los estudiantes para que este cumpla las expectativas esperadas por estos tres estamentos.
- Implementar talleres prácticos en las asignaturas propias de la formación empresarial para que los estudiantes adquieran experiencia en este campo.
- Buscar docentes con mayor preparación académica y experiencia empresarial para que puedan orientar y capacitar en formación y manejo de una empresa a los estudiantes de Diseño Industrial.
- Planear actividades en las cuales se interrelacionen las asignaturas específicas de Diseño Industrial y las asignaturas de formación empresarial.
- Procurar que los docentes aborden en todas las asignaturas el tema de creación de empresa con el fin que los estudiantes adquieran mentalidad empresarial.
- Que los docentes encargados de la formación empresarial conozcan el perfil profesional del Diseñador Industrial que ofrece la Universidad de Nariño, para que elaboren sus planes de estudio teniendo en cuenta que lo que se busca formar es:

profesionales con mentalidad empresarial y con los conocimientos necesarios para crear empresa.

- Encaminar las actividades programadas para cada semestre hacia la creación de empresa como realización de seminarios, conferencias y talleres.
- Dar a conocer a los estudiantes las distintas ofertas de apoyo económico para la creación de nuevas empresas, patrocinadas por diferentes instituciones gubernamentales y organizaciones internacionales.

PROPUESTA LA CREACIÓN DE EMPRESA COMO ALTERNATIVA DE TRABAJO DE GRADO

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación donde es importante afianzar la formación empresarial no solo en aspectos teóricos sino prácticos, se concluyó que es en el trabajo de grado donde se evalúa al estudiante en todos los aspectos del proceso de Diseño, desde la identificación del problema hasta la elaboración del prototipo . Si bien esto es importante, en la formación académica no alcanza a proyectar plenamente el compromiso que la Universidad y el Diseñador Industrial tienen con la sociedad.

Para cambiar con el paradigma de que Nariño es una región alejada del desarrollo Industrial, los nuevos profesionales deben tener mentalidad empresarial dispuestos a generar propuestas para alcanzar el desarrollo económico mediante la creación de empresa, considerando las nuevas dinámicas económicas mundiales, por este motivo la Universidad es la encargada de ofrecer una formación integral, de acuerdo a las circunstancias actuales y a las necesidades de sus estudiantes.

Por lo anterior el programa de Diseño Industrial esta adelantando la reforma curricular como proceso para optar el Registro Calificado. Parte importante de esta reforma está fundamentada en la situación laboral de sus egresados y en investigaciones realizadas por profesionales, donde se encontraron vacíos e inconsistencias en la formación empresarial.

En la mencionada reforma se conserva el esquema general del plan curricular, con un ingrediente de competencias básicas hasta el quinto semestre (ciclo básico) de igual forma se enfatiza en lo concerniente a la profesión desde sexto a décimo semestre. Este énfasis hace referencia a los componentes productivos, administrativos y comerciales que definen el enfoque de la profesión hacia la creación, organización y desarrollo de empresa.

Además se propone como opción de grado la creación de empresa que comienza a partir del séptimo semestre donde se define el problema regional a solucionar, tomando como opción la creación de empresa que tiene el siguiente plan de trabajo:

PROYECTO DE EMPRESA PRODUCTIVA. *Se contará con el acompañamiento de docentes del área de Administración de Empresas y de Diseño Industrial, puesto que se prevé el desarrollo de la etapa de prefactibilidad de la empresa, en la cual se debe definir la demanda que pretende cubrir, el tipo de producto que ofrecerá , el mercado para el cual se orientara y la estructura del funcionamiento*

de la empresa etc. En lo referente a Diseño Industrial los estudiantes adelantarán el proyecto de Diseño desarrollando las líneas de productos que formarán parte de su oferta comercial, solucionando los problemas de Diseño de una manera integral, como en todo proyecto.

Al finalizar el semestre presentarán un informe que debe contener la información de la empresa, así como los modelos de los productos que se podrán presentar con una de las modalidades o combinándolas: modelo virtual, funcional o prototipo.

Durante el noveno semestre se realizarán las primeras pruebas de mercadeo del objeto mediante una producción piloto que se debe ubicar en diferentes puntos de venta, según se haya determinado en el nivel anterior. Para esta etapa deben solucionarse factores como: productividad, empaques y etiquetas, exhibición, catálogos.

En el décimo semestre se pondrá en marcha el proyecto de empresa. Elaboración de producto de Diseño Industrial en serie o en producciones especiales; según sea la orientación definida durante el proceso de los semestres anteriores. Al finalizar el semestre los estudiantes presentarán su empresa debidamente organizada según los principios de la Administración de Empresas y al menos con una línea de productos con aceptación en diferentes puntos de venta.

En el siguiente semestre la organización de la empresa, así como el proyecto que le dio origen y sus productos, se evaluarán por un jurado para acceder al requisito final y optar el título. (Reforma Curricular del Programa Diseño Industrial de la Universidad de Nariño. 2004)

Con el fin de lograr un mayor interés de los estudiantes para optar como trabajo de grado la creación de empresa, es necesario seguir un proceso teórico práctico desde los primeros semestres, donde se desarrollará la mentalidad empresarial en los estudiantes, manejada como asignatura, dentro de la materia de administración o producción, con la intención de despertar, estimular y fortalecer el espíritu empresarial.

Además tendrá una formación en Administración donde se formará al estudiante en planificación estratégica del funcionamiento de una empresa, en la postulación y consecución de unos objetivos y metas empresariales, en organizar y dar un cuerpo estructural a un sistema compuesto por las diferentes áreas que integran una organización, a descubrir nuevas habilidades que le permitan ser un dirigente líder, capaz de guiar a un grupo de personas hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos y tomar decisiones que impulsen a la empresa a subsistir en un medio competitivo, lográndolo a través de un proceso constructivo y continuo de control y vigilancia.

Lo anterior deberá considerarse en el nuevo Plan Curricular del Programa de Diseño Industrial, dentro de la materia de COMPLEMENTARIOS en la asignatura de Administración y Producción, para darle una secuencia congruente con Formación Empresarial es importante dividirla en tres módulos:

Módulo 1. SENSIBILIZACION. Desarrollo del espíritu y mentalidad Empresarial, Características del empresario y el entorno regional, Nacional e Internacional.

Módulo 2. GENERACIÓN. Generalidades y concepto empresarial, planificación de Empresa, conocimiento de herramientas que permiten crear una empresa y poner en marcha un negocio.

Módulo 3. GESTIÓN EMPRESARIAL. Desarrollo de habilidades gerenciales, conocimiento y formulación de estrategias, y toma de decisiones.

		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
COMPLEM	Admón. y Prod.		Mód 1		Mód 2	Mód 2		Mód 3			
	Semina										

El estudiante, al finalizar la carrera, tendrá la formación necesaria en cuanto a Diseño y creación de empresa, para decidir que opción de trabajo de grado puede realizar. Si el estudiante elige la opción de solución de una necesidad por medio de un producto sabrá enfocarlo hacia un contexto real de mercado con la posibilidad de comercializarlo en un futuro mediato, si la opción elegida es la Creación de una empresa aplicará los conocimientos específicos de la carrera (creatividad y técnica) de una manera más precisa y encaminada a la producción en serie y la comercialización del producto, fundamentando así, su vida laboral.

CONCLUSIONES

La inadecuada formación empresarial reflejada en los contenidos de las asignaturas, la escasa motivación a los estudiantes por parte de los docentes, el desconocimiento del perfil profesional de los docentes encargados del área de Administración, la falta de trabajo conjunto e integrado de todas las áreas del Programa, la carencia de estrategias pedagógicas que integren eficientemente teoría y práctica en las asignaturas, la ausencia de planes estratégicos para fomentar la mentalidad empresarial en los estudiantes, son deficiencias encontradas en los elementos y procedimientos curriculares, que poco contribuyen en el cumplimiento del perfil Profesional del Diseñador Industrial en la capacidad y autonomía para crear empresa.

Tanto para los estudiantes como para los egresados de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño el aporte académico en cuanto a la formación empresarial es mínimo, porque se limita a la materia de Administración, en tres semestres, sin tener en cuenta las necesidades profesionales del Diseñador Industrial.

El Diseñador Industrial de la Universidad de Nariño requiere una formación académica y empresarial que sea consecuente con las necesidades de la región, integrando teoría y práctica para que su desempeño profesional sea completo.

Falta mayor compromiso profesional de los docentes, de todas las áreas, para estimular y desarrollar la mentalidad empresarial desde la teoría, la técnica, la creatividad y la aplicación práctica en los estudiantes de Diseño Industrial.

La inadecuada planeación del servicio social de Diseño Industrial y el desconocimiento de este por parte de los empresarios, limitan en los estudiantes la apropiación de la práctica laboral, necesaria para el buen desempeño profesional.

Los estudiantes de Diseño Industrial asumen el trabajo de grado como requisito formal para obtener el título, sin tener conciencia que su investigación puede encaminarse hacia la creación de empresa pensando en su futuro profesional.

Sólo en algunos egresados – profesionales, la formación empresarial los motivó para generar su propia empresa, cuando este hecho debería darse en la mayoría de ellos, si, esta formación hubiese sido más apropiada.

Los docentes del programa de Diseño Industrial son conscientes de la problemática en cuanto a la formación empresarial que reciben los estudiantes, el ejercicio profesional de los egresados y el impacto que tienen en la región, mostrando un

gran interés y deseo por estudiar, analizar y mejorar el currículo para hacer cumplir coherentemente el perfil profesional referente a creación de empresa.

RECOMENDACIONES

Revisar y analizar el currículo del programa de Diseño Industrial con el propósito de resaltar y enfatizar la formación de empresa como uno de los ejes transversales de la carrera.

Facilitar capacitaciones de actualización en manejo empresarial a los egresados del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño.

Crear convenios interinstitucionales con el fin de confrontar y ampliar conocimientos sobre el desarrollo empresarial en Nariño.

Proponer cursos de capacitación en gestión empresarial a los docentes del Programa de Diseño Industrial para que puedan integrar mejor sus asignaturas a esta área y además motivar a los estudiantes con mas conocimiento de causa.

Hacer reuniones periódicas con los egresados para hacer seguimientos de su desempeño laboral y considerar las dificultades encontradas en su vida profesional para tenerlas en cuenta en el desarrollo de la formación académica de los demás estudiantes de Diseño Industrial.

Crear a través de la Universidad un Laboratorio Empresarial en donde los estudiantes puedan realizar prácticas para fortalecer los conocimientos empresariales adquiridos en su formación Académica.

BIBLIOGRAFIA

- BONSIEPE, Gui.** El Diseño de la periferia. Gustavo Gilli. México 1995
- BURDEK, Bernhard.** Historia, teoría y práctica del Diseño Industrial. Barcelona: Gustavo Gilli 2000. 390 p
- BURDEK, Bernhard.** El Diseño. Barcelona. Gustavo Gilli 2000. 390 p
- CORAN, Terence.** Diseño Industrial
- CORDOBA, A., FEUILLET, M.,** Impacto de los Diseñadores Industriales graduados en la Universidad de Nariño en su medio Laboral. San Juan de Pasto, Universidad de Nariño 2005.
- ENCICLOPEDIA DEL ARTE.** Madrid: Grupo libro 88, 1991. Vol. 3.
- GOYES, I., USCATEGUI, M.,** Teoría curricular y Universidad. San Juan de Pasto, Universidad de Nariño, 2000.
- LAZO, Mario.** Diseño Industrial: Tecnología y utilidades. México: Trillas , 1990. 109 p.
- RODRIGUEZ G. Alberto.** Artefactos, Diseño conceptual. Fondo. Universidad EAFIT. Medellín 2003
- TORRES, A., CORAL, L.,** Un estudio Etnográfico de los maestros de Nariño y Putumayo. San Juan de Pasto, Universidad de Nariño 2001.
- SALINAS, Oscar.** Historia Del Diseño Industrial. México: Trillas 1992
- UNIVERSIDAD DE NARIÑO.** Plan Marco De Desarrollo Institucional Universidad De Nariño. San Juan de Pasto.
- UNIVERSIDAD DE NARIÑO.** Propuesta para la creación del Programa de Diseño Industrial en la Universidad de Nariño. 1997
- UNIVERSIDAD DE NARIÑO.** Proyecto reforma del plan curricular del Programa de Diseño Industrial de la Universidad e Nariño. 2005
- UNIVERSIDAD SAN MARTÍN.** Módulos 1, 2,3 De Administración De Empresas. 2001

ZAMBRANO, A., ESCANDON, G., Contextualización y diagnóstico para el proceso de reforma curricular de los programas de artes visuales y Diseño Industrial de la Facultad de Artes de La Universidad de Nariño. San Juan de Pasto. Universidad de Nariño. 2003.

Buy Now to Create PDF without Trial Watermark!!

ANEXOS

ANEXO A.
ENTREVISTA PARA ESTUDIANTES DE 7 Y 9 SEMESTRE DE DISEÑO INDUSTRIAL DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO

OBJETIVO:

La presente encuesta tiene como finalidad conocer sus opiniones acerca de la orientación del currículo hacia la formación empresarial.

RESPONSABLES: Maria Ximena Castro
Jenny Patricia Fuertes
Álvaro Pantoja Ocaña

NOMBRE: _____

SEMESTRE: _____ **FECHA:** _____

1. ¿Cuáles de los siguientes aspectos del perfil profesional de Diseño Industrial lo indujo a escoger esta carrera?

- a. Ser creativo
- b. Manejar diferentes materiales y técnicas
- c. Estar en capacidad de crear empresa
- d. Otro

Cuál? _____

2. ¿considera usted que al terminar la carrera?

- a. Conseguirá empleo
- b. Generará su fuente de empleo
- c. Buscará empleo en una ciudad Industrial
- d. Otro

Cuál? _____

3. ¿Qué tan importante es la formación empresarial para el diseñador Industrial?

- a. Muy importante
- b. Importante
- c. Poco importante
- d. Insignificante

Porque? _____

4. Teniendo en cuenta que la UDENAR forma diseñadores Industriales con capacidad y autonomía para crear empresas, cree usted que hasta el momento esta formación ha sido:

- a. Excelente
- b. Buena
- c. Regular
- d. Deficiente

Porqué? _____

5. ¿Cuáles de las asignaturas cursadas cree usted son las más indicadas para propiciar la formación empresarial?

6. ¿Qué asignaturas de las cursadas cree usted que deben replantearse para darles un enfoque empresarial?

7. ¿Considera que la programación del área de Administración (I, II, III) desarrolla su capacidad y autonomía para crear empresa?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| a. Totalmente | b. medianamente |
| c. Parcialmente | d. escasamente |

Porque? _____

8. ¿Considera que los docentes incentivan en sus asignaturas su capacidad y autonomía para crear empresa?

- | | |
|----------------|------------------|
| a. Siempre | b. Algunas veces |
| c. Raras veces | d. Nunca |

Porque? _____

9. ¿El servicio social de Diseño Industrial (práctica) aporta en su capacidad y autonomía para crear empresa?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| a. Totalmente | b. medianamente |
| c. Parcialmente | d. escasamente |

Porque? _____

10. ¿El tema de trabajo de grado que usted piensa realizar esta orientado a:?

- | | |
|--|-----------------------------|
| a. Solución de un problema mediante un producto | b. Innovación en materiales |
| c. Creación de empresa | d. Diseño de espacios |
| e. Diseño de medios de producción
(equipos, puestos de trabajo..) | f. Otro |

Cual? _____

11. ¿Considera que el Perfil profesional del programa de Diseño Industrial cumple con la formación de profesionales en una disciplina proyectual, tecnológica y creativa con capacidad y autonomía para crear empresa que genere desarrollo regional?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| a. Totalmente | b. medianamente |
| c. Parcialmente | d. escasamente |

Porque? _____

Gracias por su colaboración.

ANEXO B
ENTREVISTA PARA A EGRESADOS DEL PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO

OBJETIVO:

La presente encuesta tiene como finalidad conocer sus opiniones acerca de la incidencia de la formación empresarial impartida en el programa de Diseño Industrial en su vida profesional.

RESPONSABLES: Maria Ximena Castro,
Jenny Patricia Fuertes
Álvaro Pantoja Ocaña

NOMBRE: _____ AÑO DE EGRESO _____ FECHA: _____

1. ¿Cuáles fueron sus expectativas al momento de terminar su carrera?

- a. Conseguir trabajo
b. Seguir estudiando
c. Formar su empresa
d. Otro

Cuál? _____

2. ¿Está ejerciendo su profesión en este momento?

- SI NO

Por Qué? _____

3. ¿Cree que los diseñadores Industriales de la Universidad de Nariño egresan con capacidad y autonomía para crear empresa?

- a. Totalmente
b. medianamente
c. Parcialmente
d. escasamente

Por Qué? _____

4. ¿Qué tan importante es la formación empresarial para el diseñador Industrial?

- a. Muy importante
b. Importante
c. Poco importante
d. Insignificante

Por Qué? _____

5. ¿Durante su formación académica fue incentivado para la creación de empresa?

- a. Siempre
b. Algunas veces
c. Raras veces
d. Nunca

Por Qué? _____

6. ¿Considera estar capacitado para crear empresa?

- a. Totalmente
- b. medianamente
- c. Parcialmente
- d. escasamente

Por Qué ? _____

7. ¿Si considera usted que existen razones para que los diseñadores Industriales de la UDENAR no hayan creado empresa, cuál cree que es la más importante ?

- a. Falta de recursos económicos propios
- b. Incapacidad asociativa
- c. Falta de espíritu empresarial
- d. Inadecuada formación empresarial impartida en la Universidad
- e. Otro

Cuál ? _____

8. ¿En estos momentos usted tiene constituida una empresa relacionada con su carrera?

SI NO

Si su respuesta es negativa pase a la pregunta N. 11

9. Su empresa es de carácter:

- a. Servicios
- b. Producción
- c. Imagen corporativa
- d. Asesoría en Diseño
- e. Otro

Cuál ? _____

10. ¿Qué dificultades ha encontrado durante la creación de su empresa?

- a. Productivas
- b. Administrativas
- c. Publicitarias
- d. Mercadeo
- e. Otra

Cuál? _____

11. ¿Qué asignaturas cree usted fueron importantes para su formación empresarial?

12. ¿Según su criterio que asignaturas deben reformarse para darles un enfoque empresarial?

13. ¿Considera que los docentes estimularon en sus asignaturas su capacidad y autonomía para crear empresa?

- a. Siempre
- b. Algunas veces
- c. Raras veces
- d. Nunca

Por qué? _____

14. ¿Considera que el área de Administración (I, II, III) tiene el enfoque adecuado que un diseñador Industrial necesita para generar empresa?

- a. Totalmente
- b. medianamente
- c. Parcialmente
- d. escasamente

Por qué? _____

15. ¿El servicio social de Diseño Industrial (práctica) aportó a formación empresarial?

- a. Siempre
- b. Algunas veces
- c. Raras veces
- d. Nunca

Por qué? _____

16. ¿El tema de trabajo de grado que usted realizó esta orientado a:?

- a. Solución de un problema mediante un producto
- b. Innovación en materiales
- c. Creación de empresa
- d. Diseño de espacios
- e. Diseño de medios de producción (equipos, puestos de trabajo..)
- e. Otro

Cuál? _____

17. ¿Cuál cree que sea la falencia que tiene el currículo de Diseño Industrial en cuanto a la formación empresarial?

- a. Falta de orientación en las asignaturas
- b. La materia de Administración mal enfocada
- c. Ausencia de materias necesarias para dicha formación.
- d. Todas las anteriores
- e. Otra

Cuál? _____

18. ¿Cuál sería la sugerencia que usted haría al currículo del programa de Diseño Industrial para que los estudiantes se formen con capacidad y autonomía para crear empresa?

Con respecto al currículo: _____

Con respecto al servicio social del Diseño: _____

Con respecto al trabajo de grado: _____

Con respecto a la metodología de los docentes: _____

Gracias por su colaboración.