



# Diseño y economía: de la maquila a la innovación

JULIO FRÍAS PEÑA

Miembro de la cátedra de Estudios Asia-Pacífico del ITESM.

Desde hace varias décadas la competitividad de las empresas mexicanas se ha basado en estrategias de costo y calidad, sin embargo, el entorno económico actual obliga a replantearse nuevas estrategias, nuevas formas de actuar y de pensar. Hoy más que nunca el diseño juega un papel importante en la economía de las empresas y en la economía de los países como un elemento para la innovación. Si bien el diseño está asociado a la apariencia de un producto o servicio, el diseño es en realidad el capitalizador de la creatividad para generar innovación.

El objetivo del diseño es el desarrollo de productos y servicios, sus comunicaciones gráficas, además de la planeación y desarrollo de espacios, con el fin de generar el valor agregado necesario que permita la competitividad de las empresas en los mercados nacionales e internacionales. En México, la presencia del diseño industrial, gráfico, textil y de espacios, se ha venido consolidado en los últimos años, sin embargo, su participación en el desarrollo nacional ha sido poco aprovechado. Lo anterior puede constatarse en los índices de competitividad alcanzados por México en años recientes, en donde pasó de la posición 33, en el año 2000, a la 53 en 2006. Un ejemplo de dicha situación es la industria textil, cuya contribución al PIB manufacturero disminuyó de 4.0% en 2004, a 0.1% en 2006.

El Foro Económico Mundial, FEM, también ha dado cuenta del retroceso de México. En la edición 2008-09 de su publicación *Índice de competitividad global*, nuestro país alcanzó la posición 60 de los 131 países analizados, pero su retroceso se hizo más evidente en el rubro de innovación, donde descendió al lugar 71, seguido de su desempeño en educación superior, parámetro donde retrocedió al lugar 72.

En su análisis, el FEM señala que México se encuentra en un estado de desarrollo de segundo nivel, y su desempeño se basa primordialmente en la eficiencia de su capacidad productiva; no obstante, para transitar del segundo al primer nivel es necesario desarrollar la capacidad de innovación, que se refleja a través de las patentes de productos bien diseñados, competitivos e innovadores, elementos donde se conjugan la creatividad y el diseño.

A pesar de que el bajo desempeño competitivo de México se ha hecho evidente en los últimos años, la aportación de la llamada “economía creativa” al PIB mexicano fue del 6%, porcentaje superior al 3.4% alcanzado en 2007 por el PIB total de México, pero inferior al monto promedio mundial de esas industrias que es casi de 9%. Lo anterior nos permite afirmar que el nuestro es un país creativo pero no innovador. Nos ha hecho falta sumar el conocimiento a nuestra creatividad a fin de ser productivos.

El diseño en sociedades avanzadas juega un papel importante en la productividad de las empresas, en el desempeño de los gobiernos y organizaciones, así como en el incremento de la calidad de vida de los ciudadanos, pero el diseño puede ser también estratégico para el crecimiento de los países subdesarrollados. El diseño es, por lo tanto, fundamental en el desarrollo económico y social de una nación.

A fin aprovechar el potencial del diseño, diversos gobiernos han puesto en práctica algunas políticas, ya que el diseño posibilita la diferenciación de los productos, mejora la producción, reduce costos, crea una identidad, fomenta la marca-país y preserva el medio ambiente.

México es un país que se ha caracterizado por el ingenio de su gente, pero que no ha podido

desarrollar instrumentos, programas o políticas públicas que alienten la explotación positiva de ese talento a través del uso y aplicación del diseño. Una política de diseño y sus correspondientes planes o programas pueden ayudar a México a ser un país competitivo y generar los empleos necesarios y la prosperidad económica requerida.

La experiencia internacional ha demostrado que las políticas de diseño permiten aprovechar la creatividad de sus habitantes para elevar su calidad de vida. Dos son los casos históricos más sobresalientes: el primero corresponde a Inglaterra, país que bajo la administración de Winston Churchill creara, en 1944, el Consejo Británico de Diseño, organismo enfocado a la promoción del diseño y la reconstrucción de la industria británica.

El segundo caso es Japón, coincidentemente también una isla, que a falta de recursos naturales, como petróleo y acero, así como de un espacio suficiente para la ganadería, ha tenido que importar una gran cantidad de materias primas, las cuales, a través del diseño, son transformadas en productos y servicios de alto valor agregado (automóviles, aparatos eléctricos e instrumental médico, entre otros). La carencia de estos recursos y la sensibilidad de su gente llevaron al gobierno japonés a establecer en 1928 una serie de organismos civiles y estatales que aseguraran la cultura del diseño. Sin embargo, su primera política de diseño de la que se tiene registro fue la establecida en 1921, y de la cual se hizo un replanteamiento en 1959 por parte del gremio del diseño y del Ministerio de Industria y Comercio, y que después de varias reformas fue replanteada en 1993.

En los últimos años, las naciones escandinavas –Dinamarca y Finlandia han sido los países más avanzados– han llevado a la práctica políticas nacionales de diseño. El primero de ellos estableció su primera política en 1997 y la más reciente en 2005, mientras que Finlandia lo hacía en 2000 con miras al 2005. Actualmente, en Asia, Japón y Corea han replanteado sus políticas, mientras que Taiwán, Indonesia y Tailandia han implementado diversos planes e iniciativas en los cuales, a través del diseño, se busca alcanzar mayor desempeño macroeconómico, continua difusión cultural y un mayor bienestar para sus habitantes.

Por lo tanto, no es coincidente que el efecto de

esos programas, así como el monto destinado de su PIB a la educación, a la ciencia y tecnología, haya llevado a los 25 países más competitivos del Foro Económico Mundial a ser también de las 25 naciones más importantes en el desarrollo y aplicación del diseño.

En cuanto a los países latinoamericanos, Argentina, Brasil, Colombia, y Chile han establecido programas de diseño y diversos centros, los cuales actúan como brazo ejecutor de esas políticas o programas de diseño. Cabe destacar que Brasil ha sido el más adelantado en usar el diseño estratégicamente ya que cuenta con una industria manufacturera pujante, que lo mismo le demanda diseñar zapatos, que aviones y automóviles. Para asegurar su desarrollo productivo y competitividad internacional el gobierno brasileño estableció, a finales de los años ochenta, su primer programa de diseño y posteriormente, en 1995, el Programa Brasileño de Diseño. Recientemente, y con el objetivo de perfilar a ese país como el líder en el uso y aplicación del diseño en Latinoamérica, su gobierno lanzó en 2001 un nuevo programa llamado “Via-Design” con la meta central de promover el uso del diseño en las Pymes locales.

Aunque las políticas de diseño varían de un país a otro en referencia a sus políticas económicas y sociales, todas ellas tienen el objetivo común de promover el diseño como un elemento estratégico de competitividad que permita a sus empresas desempeñarse mejor, tener un impacto positivo en la cultura de sus pueblos y elevar la calidad de vida de sus habitantes.

John Heskett sugiere que existen cuatro modelos de políticas de diseño implementadas en diversos países: 1) estadista, 2) centrista, 3) delegada, 4) indirecta. La primera de ellas se refiere a la instaurada en los países de Europa oriental, principalmente en la extinta Unión Soviética; la característica principal de este tipo de política es que es una iniciativa surgida del gobierno federal, en la cual el gremio del diseño y la sociedad civil tienen nula injerencia. El segundo caso, corresponde a una situación donde el gobierno y el sector privado trabajan de manera conjunta para establecer los lineamientos de desarrollo, entre ellos los del diseño. En la tercera situación no existe una política de diseño, por lo que su



promoción es delegada a un organismo, estatal o paraestatal. Finalmente, el cuarto modelo se caracteriza por un apoyo indirecto del gobierno a través de los diversos programas de fomento al desarrollo tecnológico y social. Aun cuando diversos países clasifican en una o varias de las categorías señaladas, también existen casos donde nuevas políticas públicas dismantelan o abandonan proyectos de promoción del diseño con el argumento de que al ser las empresas las más beneficiadas por su uso, deben ser éstas las que, junto con los diseñadores, promuevan su desarrollo.

La información presentada en el cuadro comparativo permite elaborar las siguientes conclusiones:

- Todas las políticas de diseño tienen objetivos, metas y estrategias definidas.
- Son permanentes. En algunos casos son federales y en otros estatales e inclusive regionales o municipales.
- El objetivo de las políticas es elevar la productividad de las empresas y por consiguiente la competitividad nacional.
- La gran mayoría de las políticas de diseño han sido establecidas por las Secretarías de Economía y en algunos casos con los ministerios de educación, ciencia y tecnología, así como con los de cultura y los parlamentos correspondientes.
- Los sectores de desarrollo más impactados han sido principalmente el de manufactura, seguidos de comercio y servicios así como el de la llamada economía creativa.
- Las herramientas de ejecución han sido el establecimiento de programas nacionales de diseño y centros promotores de diseño.
- Los resultados y alcances han sido muy variados y de acuerdo a los objetivos planteados, en el caso de Corea fue posicionar diez marcas locales a nivel internacional e incrementar los ingresos per cápita. Otros países han buscado incrementar las exportaciones manufactureras.
- Evaluación de resultados. Éstos se han podido medir de diversas formas: para los británicos el éxito en los mercados es fundamental, para los coreanos su nivel de exportaciones.
- Dentro de las estrategias clave sobresalen el querer ser un país innovador y de diseño como la India, o reformando planes de estudio y una alta inversión en ciencia y tecnología, como lo es el caso de los países escandinavos.

- Si bien las políticas de diseño tienden a ser verticales y en otros casos transversales, uno de los más eficientes mecanismos es la creación de Centros de Diseño.

Éstos son, en su mayoría, instituciones de carácter público establecidas por los gobiernos federales o estatales, las empresas y el gremio de diseño. Su objetivo principal es promover el uso del diseño en las empresas particularmente en las pequeñas y medianas. Actualmente, China y Corea están instalando varios de esos centros, pero enfocados primordialmente a las características económicas de la región donde están ubicados. El primer centro de diseño en el mundo fue el establecido en Suecia en 1845, por lo que no es de extrañar que ese país cuente con importantes industrias que basen su competitividad y desarrollo en el diseño, tal es el caso de IKEA, en el sector de muebles; Electrolux, en el sector de electrodomésticos; Volvo, Scania y Saab, en el sector de transportación; Tetrapack, en el área de empaques y alimentos, así como Erickson en el sector de telecomunicaciones.

Es importante mencionar que aun cuando hay muchas políticas establecidas o por establecerse en diversos países, el caso de la Comunidad Europea es actualmente el más importante, ya que desde 2007 el Buró de Asociaciones de Diseñadores de Europa ha buscado establecer una política de diseño para todos los países miembros para enfrentar no sólo a la competencia de los tigres asiáticos, sino también la de China y la India.

Para el caso de México, los escasos antecedentes de promoción del diseño, así como la todavía insuficiente inversión en el desarrollo científico y tecnológico, sugieren que la generación de una política de diseño tendrá un origen diferente al de los cuatro modelos mencionados pero más apegado a la experiencia japonesa, es decir, a una iniciativa surgida desde la sociedad civil, particularmente desde la academia y los diseñadores líderes. El actual proyecto propuesto para nuestro país tiene sus antecedentes en los trabajos académicos desarrollados por Jorge Gómez Abrams en 1993, Luis Arnal en 1996, bajo la supervisión de John Heskett, y el de Julio Frías



Peña en 2005, con Christopher O'Brien en la Universidad de Nottingham.

Al ser el diseño un elemento presente en nuestra vida cotidiana, la política de diseño puede tener un impacto positivo en los cinco ejes temáticos propuestos en el Plan Nacional de Desarrollo 2006-12. Sin embargo, dentro de los ejes de economía competitiva, igualdad de oportunidades y desarrollo sustentable, el diseño puede tener un mayor impacto en el corto y mediano plazos con objetivos alcanzables en 2012.

Las áreas de oportunidad para la política de diseño para nuestro país son: 1) economía y negocios; 2) sustentabilidad; 3) educación; 4) cultura e identidad nacional; 5) ciencia y tecnología. A fin de propiciar el desarrollo de la industria misma del diseño, los diseñadores hemos propuesto un sexto eje de trabajo cuyo objetivo es incentivar la industria del diseño, lo que implica la certificación de los diseñadores y la reglamentación de concursos, entre otros importantes temas.

La selección de estas áreas se basa en un análisis en el que se encontró que el diseño juega un papel importantísimo en el desempeño de las empresas y en la macroeconomía. Pero también está demostrado que la mala planeación en la productividad tiene un efecto frecuentemente negativo en el medio ambiente. Por tal motivo, se debe propiciar un diseño sustentable que garantice el manejo óptimo de los recursos a fin de garantizar su uso. Es importante recordar que es el diseñador quién determina los materiales y procesos de fabricación del nuevo producto.

La educación es uno de los mayores retos que México enfrenta, y el diseño puede ser estratégico para lograr una mejor educación, ya que puede ayudar tanto en la elaboración de un mejor material didáctico como en el diseño de mejores aulas. Pero el diseño, más allá de propiciar ese efecto inmediato, también puede ser la disciplina que permita fomentar eficientemente la creatividad de los mexicanos.

Si bien la globalización ofrece numerosas oportunidades, también ofrece el riesgo de una pérdida gradual de la identidad. Por tal motivo, debemos arraigar más nuestras tradiciones, nuestras creencias y nuestra cultura, por eso el

diseño de productos y servicios permite acrecentar el orgullo nacional y fortalecer una identidad propia que ayude al desarrollo de México.

Por otro lado, el papel que actualmente juega el diseño dentro de la ciencia y la tecnología es más importante que nunca, y es que ahora, al encontramos inmersos en la llamada era del conocimiento, debemos desarrollarlo, pero también aplicarlo. Es necesario mencionar que el diseño va de la mano con la innovación, ya que hasta la más radical innovación en productos y tecnologías derivadas de esos nuevos conocimientos requerirá del diseño para ser interactivamente funcional. La ciencia y la tecnología son un extraordinario negocio, ya que de cada peso que se invierte en esta área se obtienen entre tres y cuatro por concepto de impuestos de nuevos productos.

## Conclusiones

El diseño ha sido comprendido como un factor estratégico de desarrollo por diversos países, principalmente los llamados industrializados; como ejemplo bastaría mencionar que en 1953 Alemania fundó el German Design Council, con el objetivo de ayudar en la reconstrucción de la industria local y que casi un lustro después, en 1957, Japón estableció uno de los premios más importantes de diseño a nivel mundial: el Good Design. Sin embargo, no es posible concebir una política de diseño sin la participación de los principales actores: los empresarios y los diseñadores; es decir, sin una demanda de diseño y quien la pueda satisfacer. Ello se puede constatar con la India, que en 1958 impulsara su primera política de diseño, aunque pasaron casi cincuenta años para que se dieran las condiciones de desarrollo económico para su verdadera implementación. Los ejemplos anteriores nos permiten afirmar que el papel del gobierno es fundamental en el desarrollo del sector productivo y es que sólo a través de empresas competitivas un país puede generar bienestar social

Más allá de las tendencias mundiales en cuanto al desarrollo económico a través del diseño es hora de que nuestro país aproveche su máxima riqueza, que no es otra que el talento creativo de su gente.