

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto
Presidencial del 3 de abril de 1981



“PROYECTA, CENTRO CONSULTOR DE DISEÑO E INNOVACIÓN – UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA”

ESTUDIO DE CASO

Que para obtener el grado de
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN

Presenta

GEORGINA DURÁN QUEZADA

Director: Mtro. Roberto Sánchez de la Vara

Lectores: Mtra. Rocío Gutierrez Fernández

Mtro. Gil Armando Sánchez Soto

México, D.F.

2009

Índice

INTRODUCCIÓN.....	4
JUSTIFICACIÓN.....	4
ANTECEDENTES	5
EL DISEÑO E INNOVACIÓN EN MÉXICO.....	7
<i>Organismos en México.....</i>	11
CENTROS DE DISEÑO EN EL MUNDO	13
<i>Organismos Internacionales.....</i>	16
EL DEPARTAMENTO DE DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA.....	17
ANÁLISIS DE LOS HECHOS Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	19
PROYECTA	19
<i>Misión y objetivos</i>	20
<i>Líneas de acción</i>	21
<i>Proyectos de Vinculación</i>	29
<i>Operación de los proyectos de Vinculación en el Departamento de Diseño... ..</i>	33
<i>Registro y Selección de Proyectos.....</i>	35
<i>Recursos</i>	41
<i>Espacios físicos y personal.....</i>	43
<i>Promoción</i>	44
<i>Documentación y formatos.....</i>	45
ANÁLISIS FODA DE PROYECTA CENTRO CONSULTOR DE DISEÑO E INNOVACIÓN	47
<i>Fortalezas.....</i>	48
<i>Oportunidades.....</i>	49
<i>Debilidades.....</i>	50
<i>Amenazas.....</i>	51
PLANTEAMIENTO DE SOLUCIONES.....	57
OPERACIÓN	58
<i>Diagrama de Flujo.....</i>	58
<i>Lay Out.....</i>	59

<i>Convocatoria y Selección</i>	59
<i>Evaluación de Proyectos</i>	60
RECURSOS HUMANOS	61
FINANZAS	64
<i>Estados Financieros</i>	65
<i>Transparencia</i>	66
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	69
ANEXOS	72
ANEXO I. CARTA COMPROMISO	72
ANEXO II. CARTA CONFIDENCIALIDAD – DERECHOS	77
ANEXO III. FORMULARIO DE ÍNGRESO DE PROYECTO.	87
ANEXO IV. RECIBO DE APORTACIÓN	93
ANEXO V. SOLICITUD DE APOYO.....	95
ANEXO VI. BRIEF.....	98
ANEXO VII. ACUERDO DE PATROCINIO	103
ANEXO VIII. PROCEDIMIENTOS PARA ESTABLECER CONVENIOS Y ACUERDOS DE COOPERACIÓN ACADÉMICA E INTERCAMBIO.	105
GLOSARIO	116
BIBLIOGRAFÍA	119
<i>Cibergrafía</i>	120

Introducción

Justificación

PROYECTA , Centro Consultor de Diseño e Innovación, ha sido creado en el Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana, pensando en el sostén que esta profesión puede dar a la sociedad, apoyando tanto a organizaciones e Instituciones sin fines de lucro, como a las micros, pequeñas y medianas empresas de México para ayudarlas a Incrementar su competitividad.

Es plan del Departamento de Diseño, que el Centro llegue a ser auto sustentable en un par de años, cubriendo todos los gastos que su operación genera.

Se busca en este documento realizar un análisis de las estrategias, forma de trabajo, y en general del estado actual que presenta PROYECTA, como organización inmersa en el Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana. Después de haber realizado el análisis, se propondrá una estrategia administrativa que ayude a completar la implementación y correcto funcionamiento del Centro.

PROYECTA tiene una misión no lucrativa, una gran parte de los proyectos desarrollados no son cobrados a la institución, cubriéndose los gastos con los proyectos de empresas a las cuales se les solicita un donativo. En ambos casos, se considera especialmente importante contar con un sistema que documente claramente los proyectos, en el que, por ejemplo, se especifiquen los alcances, requerimientos o entradas y que permita un claro seguimiento para poder reconocer los logros obtenidos.

Antecedentes

“Diseñar es el proceso de concebir una idea que satisfaga unas necesidades deseadas o unos objetivos declarados. Desde una perspectiva general, se puede definir que el diseño es una interacción entre “qué” se quiere conseguir y “cómo” quiere conseguirse (Suh, 2001)” (Ferrer, 2009. p12).

Actualmente, “el diseño es reconocido como una poderosa herramienta corporativa, que incrementa su papel crítico en la competitividad” (H. Alpay. 1997). Gui Bonsiepe consideraba ya en los 70's que el Diseño Industrial debería ser una herramienta utilizada en el proceso de industrialización de los países del tercer mundo. Consideraba como un hecho que éste fuera un instrumento imprescindible para los esfuerzos hacia el desarrollo. Sin embargo, en los países en vías de desarrollo, es necesario todavía hacer un esfuerzo mayor para incluir el Diseño y la Innovación en las empresas y organizaciones. Es notable cómo es difícil hasta encontrar documentos que justifiquen o informen acerca de las posibilidades y ventajas que las empresas u organizaciones podrían obtener al incluir el Diseño dentro de sus estrategias, “la falta de textos (literatura), acerca de las aplicaciones del Diseño [en estos países] puede no sorprender a muchos” (H. Alpay. 1997).

Según Porter (1990), la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar. En los países en desarrollo, debido probablemente a la inestable economía, pero sobre todo por una falta de educación del público en general hacia el tema del Diseño, las Pequeñas y Medianas Empresas no han puesto el suficiente interés en el Diseño e Innovación de Productos o de la comunicación visual de su organización. Sin embargo, la globalización que vivimos, está forzando a estas mismas organizaciones a replantear sus estrategias, con lo que estos temas,

anteriormente puestos en segundo plano, ahora se convierten en factores primordiales.

“La constante de las empresas que en la actualidad tienen éxito es la de la innovación... Se trata, en definitiva, de adaptarse a los cambios, anticiparse, crear y reaccionar de forma eficaz”. Las empresas así orientadas podrán adaptarse mejor al futuro (García, 2004. p.31)

El diseño ha venido evolucionando a través del tiempo hasta el punto que actualmente puede adentrarse más allá del proyecto y conformación de objetos y comunicaciones visuales, hasta llegar al planteamiento de estrategias innovadoras que apoyen el desarrollo de empresas e instituciones. (Universidad Iberoamericana – Maestría en Diseño Estratégico e Innovación, 2009)

PROYECTA – Centro Consultor de Diseño e Innovación, “pretende insertar al Diseño en la cultura empresarial mexicana, a través del aprovechamiento del potencial estratégico inherente a la actividad profesional del Diseño y la transformación del mismo en una herramienta estratégica, catalizadora y generadora de innovación, que haga rentables los procesos empresariales y que permita reconsiderar y revalorizar al diseñador mexicano” (Meza, 2006).

PROYECTA ofrece apoyo a las PyMES, ONG's, Asociaciones Civiles e Instituciones de Asistencia Privada para que incorporen el Diseño y la innovación a sus estrategias de desarrollo y a la mejora de sus productos y servicios.

El Departamento de Diseño tiene una tradición de trabajo con diversas instituciones y empresas, gracias a los “Proyectos de Vinculación” promovidos por la Universidad Iberoamericana, los cuales comenzaron a desarrollarse en la segunda mitad de los años 90's en las tres licenciaturas

existentes en ese momento en el Departamento (Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico). A través de las materias de síntesis, se llevan a cabo experiencias importantes para los alumnos, académicos y la comunidad.

El diseño e innovación en México

Aunque el Diseño es una profesión relativamente joven en México, en los últimos años, ha sido forzada por la globalización y el uso de nuevas tecnologías a la redefinición del rol que ésta ocupa para las empresas y organizaciones de México y el mundo.

Es en estos últimos años, que el Diseño se ha destacado por ser uno de los principales factores involucrados en el desarrollo de la competitividad de las empresas. En diversos países y ciudades se han elaborado programas de diseño que han permitido incentivar la innovación competitiva y la calidad de vida de sus habitantes, al mismo tiempo que se posicionan favorablemente en el ámbito local e internacional atrayendo inversiones de calidad.

Existe en México un desconocimiento de las capacidades de los diseñadores y del beneficio que esta profesión puede aportar a las organizaciones públicas y privadas. No todos los empresarios son concientes que a través de la observación, el análisis y la resolución creativa de problemas, estos profesionistas son capaces de proponer estrategias para productos, servicios o comunicación que permitan a las empresas e instituciones ampliar su espectro de actuación y competitividad.

Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas mexicanas, requieren centrarse en la Innovación y el Diseño si desean ser competitivas local y globalmente.

Necesitan profundizar en la detección de las necesidades para generar oportunidades de negocios.

En México, el INEGI reporta en el Censo económico realizado en el 2004 que existían 3,580 unidades económicas relacionadas con el diseño (en áreas similares a las que se encuentran en el Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana), las cuales representan el 0.08% del total nacional (0.19% en el Distrito Federal).

NUMERO DE UNIDADES ECONOMICAS QUE OPERARON EN EL PAIS EN EL AÑO 2004 Y SU PERSONAL OCUPADO¹ POR ENTIDAD FEDERATIVA

ENTIDAD FEDERATIVA, SUBSECTOR, RAMA, SUBRAMA Y CLASE DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONOMICAS	PERSONAL OCUPADO TOTAL
Total Nacional	4,290,108	23,197,214
CLASE 541340 Servicios de dibujo	359	1,322
RAMA 5414 DISEÑO ESPECIALIZADO (Incluye Diseño y Decoración de Interiores, Diseño Gráfico, Industrial, Modas y otros Diseños Especializados)	3,580	17,721

¹ Para dar una idea aproximada del total de personas que estaban trabajando en 2004, el INEGI sumó el personal que había en 2003 con el de las unidades económicas que iniciaron sus actividades en 2004, aun cuando esta suma no es del todo válida.

ENTIDAD FEDERATIVA, SUBSECTOR, RAMA, SUBRAMA Y CLASE DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONOMICAS	PERSONAL OCUPADO TOTAL
RAMA 5418 Servicios de publicidad y actividades relacionadas (Agencias de publicidad, relaciones públicas, compra de medios, agencias de representación de medios, anuncios publicitarios, correo directo, distribución de material publicitario)	5,631	55,856
SUBRAMA 54191 Servicios de investigación de mercados y encuestas de opinión publica	303	15,251
SUBRAMA 54192 Servicios de Fotografía	6,192	13,105
SUBSECTOR 511 Edición de publicaciones y de software, excepto a través de Internet (periódicos, revistas, libros, directorios, listas de correo)	1,953	34,214
RAMA 5182 Procesamiento electrónico de información, hospedaje de paginas Web y otros servicios	229	16,101

ENTIDAD FEDERATIVA, SUBSECTOR, RAMA, SUBRAMA Y CLASE DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONOMICAS	PERSONAL OCUPADO TOTAL
relacionados		
Distrito Federal (09)	380,988	3,779,560
CLASE 541340 Servicios de dibujo	48	306
RAMA 5414 DISEÑO ESPECIALIZADO	714	4,378
RAMA 5418 Servicios de publicidad y actividades relacionadas	454	16,807
SUBRAMA 54191 Servicios de investigación de mercados y encuestas de opinión pública	184	13,322
SUBRAMA 54192 Servicios de Fotografía	804	1,934

(Fuente: INEGI, 2004)

Durante 2008 se realizaron en México congresos en los que se discutió la necesidad de que en el país se implementen políticas o programas de Diseño que apoyen a las empresas, fomentando el diseño de productos y servicios innovadores y competitivos. Julio Frías (Diseña México) organizó en el Tecnológico de Monterrey, “Políticas del diseño”, mientras que en la Ciudad de México del 24 al 27 de septiembre, en el marco de las actividades culturales que se están realizando con motivo del bicentenario de la Independencia y del centenario de la Revolución mexicana, se convocó al ciclo de conferencias, mesas redondas y exposiciones: “Diálogo Diseño”. Los

ejes temáticos que se manejaron fueron Sociedad (cultura, arte y educación), Economía (cultura, arte y educación), Economía (desarrollo, producción y tecnología e innovación) y Política (bienestar, sustentabilidad, planes nacionales y regionales).

Organismos en México

En cuanto a organizaciones reguladoras o agrupaciones de Diseñadores en México, se puede mencionar lo siguiente:

En 1971, buscando elevar la calidad de los productos Mexicanos, se funda el “**Centro de Diseño**”, dentro del “Instituto Mexicano de Comercio Exterior”, este Centro contaba con 3 Departamentos: Diseño Gráfico, Ferias y Exposiciones y Promoción del Diseño. Durante el tiempo que estuvo activo, impulsó al diseño en México, logrando que aumentaran las escuelas de diseño en las Universidades de las principales ciudades de la República Mexicana. En estos años se multiplicaron en pocos años los servicios de diseño en el país. De la misma forma, a partir de aquí surgen algunas asociaciones dedicadas a representar a los Diseñadores profesionales Mexicanos. (CODIGRAM, 2009)



CODIGRAM (Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A.C.), surge en 1975. Su visión es la de “Incrementar el nivel del conocimiento del diseño, impulsar su desarrollo y práctica profesional en todos los ámbitos de la vida cotidiana, elevando la calidad de los productos y su comunicación gráfica que benefician a la sociedad mexicana” (CODIGRAM, 2009). Dentro de la misión y propósitos del Colegio, se resaltan los siguientes puntos: Promoción del diseño mexicano, relación con autoridades públicas y privadas, así como con Industrias y empresas

nacionales y extranjeras, proveyendo al sector productivo y de consumo acceso a los servicios ofrecidos por los diseñadores (CODIGRAM, 2009).



ENCUADRE, Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico, A.C. constituida en 1991, “tiene como propósito fomentar la superación académica y la búsqueda de la excelencia de sus agremiados en lo que respecta al campo del diseño gráfico y disciplinas afines, para contribuir al desarrollo del país.” (Encuadre, 2009). Esta Asociación está formada por las principales escuelas de Diseño Gráfico del País.

QuickTime™ and a
TIFF (Uncompressed) decompressor
are needed to see this picture.

QUORUM desde 1985 “difunde el diseño mexicano, como una asociación de empresas y profesionales de diseño que operan y desarrollan su trabajo en México, orientada a difundir, prestigiar y dignificar la profesión” fue “creada con la misión de establecer y asegurar lineamientos de apego a los principios de calidad, costos y ética para el ejercicio de la profesión” (Quórum, 2009)

Es posible además, mencionar algunas otras agrupaciones o instituciones como el Instituto Nacional de Diseñadores Industriales y Gráficos, fundado en 1973, y el esfuerzo que se ha hecho regionalmente para unir esfuerzos formando por ejemplo, el Colegio de Diseñadores del Estado de Jalisco, el Colegio de Diseñadores en Moda Jalisco, el Colegio de Diseñadores del Sureste, o el Colegio de Diseñadores Gráficos de Tamaulipas. (Google, 2009)



Así mismo es importante nombrar al **MUMEDI** – Museo Mexicano del Diseño, que se encuentra en la Calle Francisco I. Madero, en el Centro Histórico de

la Ciudad de México, cuyo objetivo principal es apoyar y promover el diseño a través de la Fundación MUMEDI A.C.

Centros de Diseño en el Mundo

Diversos países y ciudades en el Mundo, han comprendido la importancia del Diseño como factor esencial para el éxito empresarial y han creado Centros de Diseño que aportan información para empresarios, industriales, productores, comercializadores, académicos e investigadores. Son también una fuente importante de vínculos entre las empresas y los Diseñadores.

Se enlistan a continuación, algunos de los centros de diseño e innovación más importantes del mundo.

1. **BCD.** Barcelona Centro de Diseño (<http://www.bcd.es>) - Barcelona, España, 1973. “Promueve el diseño como elemento estratégico y factor clave de innovación en el ámbito empresarial y como disciplina que mejora la calidad de vida de las personas.” Sus ámbitos de actuación se centran en: Política del Diseño, Diseño y Empresa, Diseño y Ciudad, Promoción Internacional de Barcelona y Posicionamiento de BCD.
2. **CIC.** Canadian Innovation Centre (<http://www.innovationcentre.ca>), Canadá 1981. Apoya a las organizaciones a convertir sus Innovaciones en productos y servicios listos para el mercado. Ayuda a inventores así como a empresarios a cristalizar sus ideas y comercializar sus productos.
3. **CMD.** Centro Metropolitano de Diseño (<http://www.cmd.gob.ar>), Buenos Aires, Argentina. Su campo de acción se encuentra en Innovación, diseño estratégico, y gestión, siendo sus áreas de trabajo:

Diseño de Producto, moda e Interactivo. Cuenta con el programa INCUBA que “promueve el crecimiento y desarrollo de proyectos vinculados al diseño, al turismo o a las industrias culturales” apoyando al “desarrollo de empresas innovadoras y de calidad” (CMD, Incuba, 2008)

4. **DDC.** Danish Design Center (<http://www.ddc.dk>), Dinamarca, 1978 . Su enfoque se centra en desarrollar conciencia del diseño y de los efectos económicos en los negocios, desarrollar las capacidades de la industria del diseño en Dinamarca y poner en alto nacional e internacionalmente el Diseño Danés.
5. **NDC.** Norwegian Design Council (<http://www.norskddesign.no/>), Noruega, 1963. Promueve el uso del diseño como una herramienta estratégica para la innovación, con la finalidad de lograr la mayor creación de valor en la industria y el comercio noruego.
6. **CETEX.** Centro de Innovación Textil (<http://www.cetex.net>), Madrid, España. Ofrece soporte permanente a la innovación tecnológica a las empresas del sector textil.
7. **DDI.** Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación (<http://www.ddi.es/> <http://www.ipyme.org>), Madrid, España. Su misión es poner en marcha políticas públicas de promoción y difusión del diseño y la innovación, considerando ambos factores estratégicos para la competitividad de las empresas españolas.
8. **FEEDP.** Federación Española de Entidades de Promoción del Diseño. (<http://www.federaciondiseno.net/>). Fue creada en 1996 y tiene como objetivos, además del intercambio de experiencias entre las entidades responsables de la promoción del Diseño; potenciar una visión

integral, metodológica y horizontal del diseño. Transmitir a empresas, instituciones, colectivos, etc. que el diseño permite un desarrollo planificado de productos y servicios, centrados en las necesidades y expectativas del usuario, utilizando el binomio creatividad y metodología para alcanzar soluciones que sean factibles, innovadoras, comercialmente viables y económicamente rentables.

Con respecto a Centros similares a Proyecta, establecidos en otras universidades de México, se puede mencionar como un ejemplo al que con un enfoque más cercano a la Ingeniería, se encuentra en el Tecnológico de Monterrey: el **Centro de Innovación en Diseño y Tecnología** (fundado en el 2005), cuyas actividades se concentran en las siguientes áreas:

- Automatización e Integración de Empresas
- Ingeniería de Materiales y Procesos de Manufactura
- Desarrollo Integrado de Productos

“El Centro de Innovación en Diseño y Tecnología enfoca sus programas y actividades a la formación de investigadores y consultores especialistas que buscan participar en la identificación y solución de problemas planteados por los retos de la globalización del diseño e ingeniería de productos, procesos de manufactura inteligentes y reconfigurables, y sistemas de logística.”
(Centro de Innovación en Diseño y Tecnología, CIDyT, 2009)

Existen diferentes Universidades con centros de diseño, se pueden mencionar dentro de éstos:

University of the Arts London (<http://www.arts.ac.uk/business/about.htm>)
UK. A través de sus seis internacionalmente famosas universidades, promueve el desarrollo de negocios en compañías de todos tamaños y tipos, desde nuevos negocios hasta corporativos con oficinas o establecidos en Londres, el Reino Unido o Internacionales.

CR&I. The Center for Research and Innovation (<http://www.taylor.edu/cri/>) Indiana, Estados Unidos. 2004. Su misión es amplificar los talentos y pasiones (otorgados por Dios) de los estudiantes y académicos, a través de la investigación innovadora, el espíritu emprendedor y de las alianzas; vigorizando a la comunidad e impactando positivamente al mundo.

CDDI. Centro de Diseño y Desarrollo Integrado (<http://www.cddi.cl>), Santiago, Chile. 1998. Ellos proponen que “cualquier esfuerzo focalizado en el mejoramiento del diseño tiene un bajo costo relativo y una muy alta incidencia sobre el valor agregado o margen y, por consiguiente, en la competitividad del producto final”.

Organismos Internacionales



ICSID, International Council of Societies of Industrial Design



ICOGRADA, International Council of Societies of Graphic Design



ALADI, Asociación Latinoamericana de Diseño



BEDA, The Bureau of European Design



DMI, Design Management Institute



Design for the World

Associations



Design for All Foundation

El Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana

El Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana ha sido pionero en el establecimiento de cada uno de los programas académicos que ha implementado, tanto Diseño Industrial (1957), Diseño Gráfico (1968), Diseño Textil (1988) y Diseño Interactivo (2004), han sido las primeras licenciaturas de su tipo en México.

“Por más de 50 años se han llevado a cabo exposiciones, nacionales e internacionales, simposiums, pasarelas y se han publicado diversos artículos y libros en revistas especializadas. Estudiantes, egresados y profesores del departamento han logrado diversos reconocimientos a su labor y han tenido una influencia definitiva en el crecimiento de diseño en México” (Diseño UIA, Historia, 2009).

Al igual que la Universidad, el Departamento se ha destacado en la realización de proyectos de vinculación social y empresarial, teniendo más de 50 años de apoyar proyectos que vinculan a los estudiantes y académicos con las empresas, gobierno y organizaciones sociales. Aunque el objetivo de estos proyectos es totalmente académico, tienen la doble función de apoyar a la sociedad y a la economía del país, mientras que conectan a los alumnos

con la industria antes de concluir sus estudios. “Por medio de la solución de proyectos de diseño, que abordan problemáticas presentes en los sectores sociales, culturales o productivos de México y cuyos resultados son de utilización directa en los mismos, se busca crear espacios de formación y de experiencia de investigación en los alumnos” (Meza, 2006).

La idea de los proyectos de vinculación o proyectos “reales”, es enfrentar a los alumnos con la problemática actual de los diferentes sectores de la sociedad, con la cultura actual y con las empresas. Se busca que los “clientes” de estos proyectos pertenezcan a estos diferentes sectores, por lo que de igual forma se trabaja con campesinos indígenas que con corporativos trasnacionales, con gobierno, ONG’s y empresas privadas.

Por parte del Departamento de Diseño, se procura en todo momento que los proyectos sean viables y que las empresas o instituciones utilicen e implementen las propuestas de los alumnos.

“El trabajo que se ha realizado hasta la fecha ha permitido comprobar que muy pocas microempresas en el país tienen prácticas de Diseño e Innovación. Es necesario poner al alcance de las organizaciones sociales y de los empresarios mexicanos los beneficios de diseño” (Meza, 2006).

Análisis de los Hechos y definición del problema

PROYECTA

Desde hace aproximadamente 5 años, se comenzó a concretizar el proyecto que daría vida al Centro Consultor de Diseño e Innovación de la Universidad Iberoamericana - CCDI (ahora PROYECTA). Se pretende con éste, acercar a los micro y pequeños empresarios al ámbito del Diseño, promoviendo y realizando actividades de difusión, diseño, investigación, estrategia e innovación.



La Identidad visual de PROYECTA es un ejemplo del trabajo que estudiantes y profesores realizan dentro del aula.

La misión y objetivos de PROYECTA Centro Consultor de Diseño e Innovación, están en concordancia con los documentos básicos de la Universidad Iberoamericana (Ideario, Filosofía Educativa y Misión), así como con las necesidades del país y del gremio. PROYECTA busca una “efectiva promoción y adopción del Diseño y la Innovación, entendidos como factores estratégicos de gestión empresarial, para favorecer el desarrollo, la competitividad y la calidad de las actividades productivas de las PyME’s mexicanas” (Meza, 2006).

Misión y objetivos

En el sitio Web de PROYECTA, la misión de este centro se encuentra redactada de la siguiente manera:

PROYECTA, Centro Consultor de Diseño e Innovación, contribuirá a la solución de los problemas actuales del sector empresarial nacional y extenderá la cultura del diseño y la innovación al conjunto de la sociedad mexicana.

Los objetivos pueden ser encontrados en el mismo sitio tal y como se muestra a continuación²:

*Fomentar la interdisciplinariedad a favor de la innovación empresarial.
Proveer de herramientas de diferenciación para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MPyME) mexicanas.*

Recopilar y difundir conocimientos y metodologías de los aspectos socioeconómicos, socioculturales, sociopolíticos, tecnológicos y de

² Los objetivos se encuentran actualmente en revisión por parte del Colegio de Profesores y forman parte del proyecto de sabático del Profesor Arq. Ricardo Harte

mercado, así como del diseño y la innovación en la MPyME mexicana.

Promover la adopción del Diseño como una herramienta que debe participar de la resolución de los problemas empresariales desde la globalidad y no desde la parcialidad.

Conceptualizar y visualizar diferentes direcciones estratégicas para la MPyME en México.

Gestionar e implementar proyectos de diseño con contenido estratégico e innovador.

Líneas de acción

La oferta de servicios de PROYECTA incluye el desarrollo y gestión de proyectos de Diseño Industrial, Gráfico, Textil e Interactivo así como la asesoría a empresas sobre nuevos productos, servicios y estrategias.

También, dentro de su ámbito de acción se considera la promoción y difusión del trabajo de los diseñadores egresados de la Universidad Iberoamericana. (Meza, 2006)

La línea de trabajo de PROYECTA está subdividida de tal forma que coincide con los 5 programas académicos del Departamento de Diseño. Se procura desarrollar una cultura de diseño e innovación entre las micro, pequeñas y medianas empresas, a través de la incorporación del diseño, la cooperación entre empresas y la innovación en los procesos de gestión, el desarrollo de productos, servicios o estrategias y la organización empresarial. Según esta división, PROYECTA apoya a las organizaciones y empresas mexicanas en las siguientes áreas:

1. Diseño Estratégico e Innovación.

Análisis “desde una perspectiva creativa e innovadora, de las

problemáticas concernientes al desarrollo de productos, servicios y comunicaciones de las empresas, para proponer y comunicar soluciones centradas en el usuario, dentro de un marco de desarrollo estratégico de empresas o instituciones” (Universidad Iberoamericana – Maestría en Diseño Estratégico e Innovación, 2009). Los proyectos en los que sean integrados los estudiantes y profesores de este programa, podrán por ejemplo, promover acciones que mejoren la ventaja competitiva de las empresas u organizaciones.

2. Diseño Gráfico.

Desarrollo de estrategias de comunicación visual que atiendan a las distintas demandas y necesidades de la sociedad, procurando el respeto al entorno y a la sustentabilidad. En cuanto a esta área se apoya a las organizaciones y PyME’s en el desarrollo de proyectos tales como identidad e imagen corporativa, diseño editorial, señalética, diseño Web, empaque para producto desde el punto de vista gráfico (por ejemplo etiquetas de envases) y estrategias de comunicación entre otras áreas de la comunicación visual.



Proyecto de Vinculación, Caribe Cooler, etiqueta termoencogible y campaña de comunicación, primavera 2008



Imagen y etiquetas para Café San Andrés, proyecto de vinculación
Diseño Gráfico, 2006



Renamur, proyecto editorial de vinculación Diseño Gráfico, 2005
Portadas para Libros de México, proyecto de vinculación Diseño Gráfico, 2004 – 2007

QUINTA SANTIAGO

IMAGEN CORPORATIVA
RETICULAS



DISPOSICIÓN HORIZONTAL

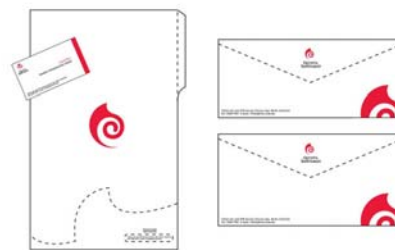
DISPOSICIÓN VERTICAL



SEÑALIZACIÓN



PAPELERÍA



Quinta Santiago, Imagen Corporativa,
Proyecto de Vinculación, 2007

3. Diseño Industrial.

Detección de necesidades y generación de conceptos de diseño.
Desarrollo y configuración de la interfase de productos y servicios.
Análisis de los aspectos culturales determinantes en la exploración de nuevos conceptos de productos. (Fundamentos – Licenciatura en Diseño Industrial, 2009). En esta área, se ofrecen los servicios por ejemplo, en el rediseño de productos en cuanto a las características funcionales, formales y/o ergonómicas de los mismos o de sus respectivos envases y embalajes.



Motorola, proyecto para telefonía celular, 2007



Nissan, autos conceptuales, 2007



Equipo para producción de dulces regionales, 2006

4. Diseño Interactivo

Generación de estrategias interactivas novedosas, creativas y pertinentes de comunicación audiovisual, nuevas tecnologías, a través del empleo de lenguajes de programación y herramientas de expresión gráfica. Como producto de esta área se desarrollan sitios Web, software y aplicaciones multimedia, así como sistemas de comunicación, comercio y difusión electrónica.



New York Deli & Bagel, sitio Web, proyecto de vinculación, 2007

5. Diseño Textil.

Generación de alternativas, planeación, configuración y fabricación de productos y servicios afines con el ramo de la Industria Textil, de la Confección y del Vestido. Es posible entre otras cosas rediseñar productos textiles ya existentes o analizar y adecuar tendencias.



Teletón, prendas de vestir diseñadas para necesidades especiales, 2006



Enrebozarte, proyecto de prendas de vestir a partir de textiles artesanales, 2008

Aunque operativamente se plantea la división en estas 5 áreas, es importante tanto para PROYECTA como para el Departamento de Diseño la interrelación de los diferentes programas, lo que permite el apoyo integral en cuanto servicios de diseño e Innovación, y permite a los alumnos involucrarse en proyectos de mayor riqueza académica y profesional. Hasta ahora ha sido posible realizar proyectos en casi todas las combinaciones posibles (gráfico-interactivo, industrial-gráfico, interactivo-industrial, textil-gráfico, textil-industrial) tanto dentro del Departamento de Diseño como en cooperación con otros departamentos de la Universidad (por ejemplo Diseño Industrial – Ingeniería Industrial o Diseño Gráfico – Comunicación)

Proyectos de Vinculación

A través del reconocimiento de los proyectos de Vinculación realizados hasta el momento por el Departamento, se pretende hacer un análisis de lo que se podría esperar en el desempeño de PROYECTA como Centro Consultor de Diseño e Innovación.

Históricamente, el Departamento de Diseño realiza alrededor de 25 Proyectos de Vinculación al año con empresas u organizaciones externas a la Universidad, estando repartidas por carrera y por tipo de organización. A continuación se muestra una tabla con el periodo académico, coordinación y monto del donativo (en el caso que aplique) de cada uno de los proyectos que han sido realizados por el departamento y que son asignados a los alumnos, con la dirección de sus profesores (Se muestran 2 años como ejemplo a modo de estadística).

**Listado de Proyectos de Vinculación del Departamento de Diseño
Agosto del 2007 a mayo del 2009.**

Proyecto		Coordinación	Periodo	\$
1. Diseño Editorial para la Universidad Iberoamericana	Local	DG	O07	-
2. Ibero tu espacio	Local	DG	O07	-
3. Señalización APyRE	PyME	DG	O07	-
4. Sitio Web Asociación del Vino Francés	No Lucrativo	DG	O07	-
5. Sitio Web Batsil Maya	No Lucrativo	D Int	O07	-
6. Sitio Web Boca de Polen	No Lucrativo	D Int	O07	-
7. Sitio Web Jlumaltic	No Lucrativo	D Int	O07	-
8. Sitio Web Índice Mexicano de Satisfacción del Usuario		D Int	O07	-
9. Productos a partir del roto moldeo		D Ind	O07	30,000
10. CPU, monitor y pantalla Blue Light	Corporativo	D Ind	O07	50,000
11. Productos de Poliuretano		D Ind	O07	30,000
12. Elementos para el área de hospitalización. Grupo Ángeles.	Corporativo	D T	O07	
13. Imagen Gráfica Museo del Virreinato	Gobierno	DG	P08	
14. Edición Limitada Caribe Cooler	Corporativo	DG	P08	35,000
15. Estrategia Micropore 3M	Corporativo	DG	P08	
16. Estrategia Compresas Térmicas 3M	Corporativo	DG	P08	
17. Sistema Señalético Santo Desierto del Carmen	No Lucrativa	DG	P08	-
18. Concurso Etiqueta Bote Pañuelos desechables Kleenex	Corporativo	DG	P08	30,000
19. Sitio Web Grupo Fiora	PyME	DG	P08	15,000

20. Diseño Editorial CANAGRAF	No Lucrativa	DG	P08	-
21. Racks Bicicletas UIA	Local	DInd	P08	
22. Productos Poliuretano Polioles	Privado	DInd	P08	
23. Acero Inoxidable	Privado	DInd	P08	
24. Elementos conservación alimentos con Poliuretano	Privado	DInd	P08	
25. Concurso American Hardwood	Privado	DInd	P08	
26. Puestos de comida Polioles	Privado	DInd	P08	
27. Mobiliario Roché Bobois	Privado	DInd	P08	
28. Casa de la Amistad	No Lucrativa	DT	P08	-
29. Prototipos Productos Artesanales. Organización Internacional del Trabajo (Mujer)	No Lucrativa	DT	P08	-
30. Secretaría de Turismo	Gobierno	DG	V08	-
31. Edición Limitada Tequila Agavia	Corporativo	DG	O08	35,000
32. CONFE, Confederación Mexicana de Organizaciones en favor de la persona con Discapacidad Intelectual, A.C.	No Lucrativa	DG	O08	-
33. Cartel Virus Papiloma Humano	No Lucrativa	DG	O08	-
34. MX Design Conference	Local	DG	O08	-
35. Sitio Web Polyforum Cultural Siqueiros	PyME	DG	O08	30,000
36. Concurso Logotipo Competencia Internacional Enduro	Gobierno	DG	O08	-
37. Campaña Editorial Sistema Estatad de Trasplantes de Órganos	Gobierno	DG, Comunicación	O08	-
38. Estampados para pañaleras y productos de bebé	PyME	DT	O08	4,800
39. Corian	Privada	DI	O08	Especie (20,000)
40. Piel Canela, Bordados para piel	PyME	DT	O08	15,000

en artículos decorativos				
41. Polioles	Privada	DInd	O08	Especie (20,000)
42. Grupo Hérdez. Rediseño de Lata de Legumbres	Corporativo	DG	P09	30,000
43. Grupo Hérdez. Rediseño Mole Doña María.	Corporativo	DG	P09	30,000
44. Sales del Istmo. Rediseño de envase, punto de venta y estrategia de Comunicación “La Fina Chile y Limón”	Privada	DG, Dind	P09	60,000
45. Museo Frida Kahlo “La Casa Azul”. Imagen Corporativa y Sistema Señalético.	Privada	DG	P09	-
46. Libro de Arte. Vestidos de Novia	Interno	DG	P09	-
47. Hábito Privato, sastrería y alta costura. Imagen de tiendas	Privada	DT	P09	
48. Parras. Cooperativa Textil	Privada	DT	P09	
49. Microsoft	Privada	DInt, DI	P09	US\$8,000
50. Polioles	Privada	DI	P09	Especie (20,000)
51. PEPSICO, concurso Rockaleta.	Corporativo	DG	P09	30,000
TOTAL				591,500

(Fuente: Proyectos de Vinculación – Departamento de Diseño, mayo 2009)

Aunque el Departamento procura llevar un registro y documentación de los Proyectos de Vinculación que realiza (en: http://www.dis.uia.mx/ProyVincDireccEstatus.php?id_seccion=7&id_licenciatura=0), actualmente la información no es 100% confiable, siendo el caso más probable, el que se estén realizando más proyectos de los que realmente se reportan, debido que algunos profesores realizan proyectos sin reportar a la Dirección de Diseño. También es importante mencionar que las mismas coordinaciones en ocasiones no documentan correctamente los proyectos, por lo que podrían quedar en el olvido.

Operación de los proyectos de Vinculación en el Departamento de Diseño

En el plan de estudios 2004, los alumnos de Diseño desarrollan proyectos “reales” al menos en 3 ocasiones en el transcurso de estudio de su carrera, debido a que en las materias del Área de Síntesis y Evaluación (ASE) la coordinación correspondiente procura asignar este tipo de proyectos. Cuando el proyecto coincide con esta asignatura se logra una evaluación completa de las habilidades, técnicas, conocimientos y competencias que el alumno ha logrado hasta ese punto.

Tanto si coincide o no con el ASE, los alumnos desarrollan proyectos en los que siguen un proceso o metodología que normalmente comienza con la investigación que los llevará a conocer a su “cliente”, a la empresa, al producto o servicio y a los consumidores o usuarios del mismo. A partir de aquí pueden comenzar a plantear o realizar bocetos de posibles soluciones y gestar propuestas que posteriormente se convertirán en prototipos o “dummies” que serán presentados con su correspondiente fundamentación.

Cuando existe la posibilidad de realizar un proyecto de vinculación, ya sea porque fue solicitado al Departamento o porque desde dentro del mismo se vio la necesidad de buscar un proyecto para asignarlo a los alumnos, se comienza con el proceso al realizar una entrevista o conversación en la que interviene por un lado el prospecto de “cliente” y por el otro alguna autoridad dentro del Departamento, ya sea el coordinador de alguna de las carreras o el



Alumnos de Diseño Gráfico en revisión con el “Cliente” (primavera 2008)

director en el caso de que el proyecto lo amerite. En el caso de proyectos que involucran alguna otra área de la Universidad, como por ejemplo otro departamento o el área de servicio social, desde el principio de las charlas se integra a todos los interesados.

En cuanto se decide integrar el proyecto se le comunica al profesor cuyo grupo es el más indicado para el tipo de desarrollo del cual se trate. Es importante que el profesor esté de acuerdo con desarrollar el proyecto en el curso y que esté sinceramente interesado en el proyecto o en el apoyo a la coordinación en cuanto a los proyectos de vinculación.

Los proyectos de vinculación del departamento de diseño pueden tener una duración que va desde las 3 semanas para los proyectos simples (18 hrs. Clase/taller aproximadamente, más el tiempo que los estudiantes dediquen en el desarrollo del proyecto) o de todo el semestre para los más complejos (96 hrs. Clase/taller aproximadamente). Es común que para estos proyectos se divida al grupo en equipos de 2 a 4 personas

El profesor a cargo del grupo que está llevando el proyecto, es el encargado de apoyar a los alumnos en todas las fases del desarrollo del mismo. Debe asegurarse que los alumnos hallan comprendido los objetivos y alcances del proyecto, los ayuda a encontrar los recursos que les son necesarios y evalúa tanto el desempeño de los equipos como el resultado propuesto.

Antes de comenzar un proyecto se solicita al “cliente” elabore un pequeño “brief” del proyecto a realizar, de forma tal que el día que se presenten las necesidades a los alumnos éstas estén lo más claras posibles.

El departamento plantea que la empresa o institución que solicitó el proyecto cumpla las funciones de “cliente-educador”, uno de los compromisos más fuertes que éste hace es el de la disponibilidad de tiempo para involucrarse

en las diferentes etapas del proyecto. Dependiendo de la complejidad del mismo será la cantidad de horas que tendrá que estar disponible para los alumnos. En un proyecto pequeño, deberá estar en la Universidad para presentar el proyecto a los alumnos y deberá estar también para evaluar el trabajo final presentado por los alumnos. A este respecto, se hace notar que no necesariamente verá el trabajo de todos los alumnos, ya que es posible que los profesores y la coordinación hayan hecho una pre-selección de las entregas de los alumnos.

Todos los proyectos son monitoreados por la coordinación correspondiente, quién mantiene constante comunicación con el o los profesores a cargo de o de los grupos que se encuentran desarrollando el proyecto, y con los “clientes”.

Registro y Selección de Proyectos

En primavera del 2007 se construyeron varias páginas Web dentro del sitio del departamento que permitieron mantener un registro de los proyectos (anteriormente el registro se daba solo por coordinación y dependía de la forma en la que el coordinador decidiera hacerlo, mucho de este trabajo se quedaba en papel y era bastante difícil rastrearlo).

Aunque aun es sujeto de mejoras en cuanto a la facilidad de uso y al tipo de datos que recopila, el sistema de registro representó un avance significativo en cuanto a la documentación de los proyectos.

A continuación se muestra un ejemplo de página del listado de proyectos y el inicio de la página de detalle del proyecto:

PROYECTOS

LICENCIATURAS POSGRADO ALUMNOS EGRESADOS PROYECTOS

Departamento de Diseño > Proyectos > Proyectos de Vinculación

Proyectos
Reporte De Actividades
Gestion 2006
Vinculación
Ingresar Proyectos De
Vinculación
Ver Todos Los
Proyectos

Proyectos de Vinculación

Proyectos en fase de: terminado

Cambiar Fase de Desarrollo del Proyecto:

Para poder editar los proyectos es necesario [ingresar al sistema](#)

Proyecto	Empresa o Institución	Profesor	Status	Fecha Inicio
Desarrollo de imagen gráfica del Museo del Virreinato Museo Nacional de Virreinato	Museo Nacional de Virreinato Dirección: Plaza Hidalgo 99 Tepotzotlán, Estado de México, México. Tel.: 58 76 27 70 RFC.	Georgina Duran/ Patricia Hernández	terminado	2008-01-15
Diseño de edición limitada para Caribe Cooler Casa Pedro Domecq	Casa Pedro Domecq Dirección: Paseo de los Tamarindos 100 piso 3 y 4 Tel.: 11059482 RFC.	Georgina Duran/ Cecilia Zubikarai	terminado	2008-01-30
Estrategias de apoyo para cinta micropore 3M México, S.A de C.V	3M México, S.A de C.V Dirección: Avenida Santa Fe No. 190 Martín Tel.: 044 55 12 95 83 31 RFC.	Georgina Duran/ Manola	terminado	2008-01-15
Estragias para apoyo de producto: compresas térmicas 3M 3M México, S.A de C.V	3M México, S.A de C.V Dirección: Avenida Santa Fe No. 190 Martín Tel.: 044 55 12 95 83 31 RFC.	Georgina Duran/ Manola	terminado	2008-01-15
Multicanal Web Misión Jesuita en Chiapas Misión Chiapas	Misión Chiapas Dirección: Tel.: RFC.	Edward Bermúdez M.	terminado	2008-04-08
Sitio web Litarseño infantil y Juvenco para la promoción Altruista de Sangre Cruz Roja Mexicana, IAP	Cruz Roja Mexicana, IAP Dirección: Av. Ejercito Nacional 1032 Col. Los Morales, 11920, México D.F. Tel.: (55) 5395 1111 RFC. CRM6702109K6	Edward Bermúdez M.	terminado	2008-01-08

[Portada Revis México](#)
Cámara de la :
Mexicana

PROYECTOS

LICENCIATURAS POSGRADO ALUMNOS EGRESADOS PROYECTOS

Licenciaturas > Diseño Interactivo > Historia

Proyectos
Reporte De Actividades
Gestion 2006
Vinculación
Ingresar Proyectos De
Vinculación
Ver Todos Los
Proyectos
[Primer Encue](#)
[Investigación](#)
[Educación](#)
[Universidad II](#)

Proyectos de Vinculación

Proyecto
Folletería de la Ibero

Empresa: Universidad Iberoamericana

Objetivo
Rediseño para la unificación de la folletería de los medios impresos de la universidad

Tel. 59 50 40 00
Dirección Lomas de Santa Fe, México D.F. C.P 01219
RFC
Contacto: Carlos Deveaux
Tel. 4197
Correo: carlosdeveaux@uia.mx

Profesor Responsable
Georgina Duran (5853)
Materia: Diseño Gráfico III

Objetivo Académico
Examen Ade I

Fecha de Inicio:2007-11-08
Fecha de Entrega:2007-12-08

Alcances
Propuestas de portadas, páginas par e impares, tarjetas de presentación, folder, hoja membretada. Reticula u diseño gráfico.



(Proyectos de Vinculación –
Departamento de Diseño, 2009)

El siguiente, es un diagrama que define la relación de las páginas en las que se visualizan y registran los proyectos.

(Se muestra el diagrama a partir de la sección "PROYECTOS" dentro del sitio del Departamento de Diseño)

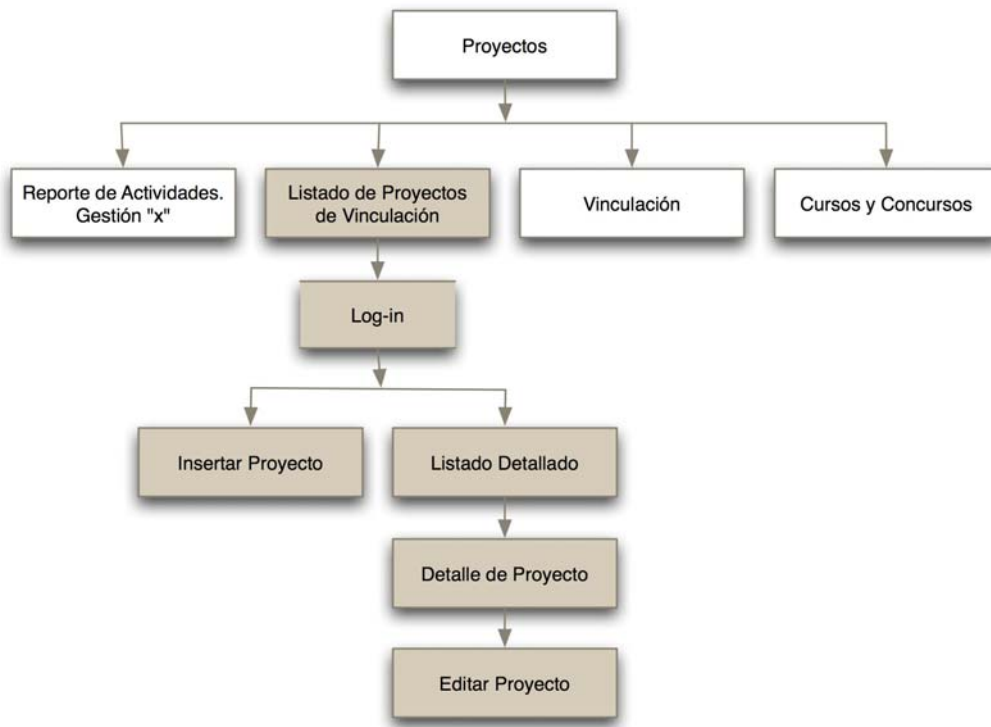


Diagrama 1 - Mapa de subsitio Web: "Registro y visualización de proyectos de vinculación"

El registro de los proyectos dentro de la base de datos online del departamento se da de varias maneras.

La primera y la forma que se considera la ideal, es que el mismo solicitante ingrese la información en el sitio Web del Departamento. Para esto es necesario proporcionarle la clave e indicarle que al menos tiene que llenar los campos que tienen asterisco* (estos son los campos básicos que requerimos para poder contactarnos, así como para registrar las necesidades básicas del proyecto).

PRINCIPAL CONTACTANOS ENGLISH

LICENCIATURAS POSGRADO ALUMNOS EGRESADOS PROYECTOS

Proyectos
Reporte De Actividades
Gestión 2006
Vinculación

Acceso Restringido

Licenciaturas > Diseño Interactivo > Historia

La página a la cual estás tratando de entrar es de uso exclusivo para los profesores del Departamento de Diseño. Ingresa la clave correcta.

Usuario

Clave

Entrar

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA CIUDAD DE MEXICO

diseño uia

© Universidad Iberoamericana, 2006
Tel.: 5950-4974, 5950-4251 Fax: 5950-4263 Correo: daud@uia.mx

Pantalla que restringe el acceso a la visualización completa de los datos de los proyectos, así como al registro de los mismos. <http://www.dis.uia.mx>, 2009

En la siguiente página se muestran los campos que son solicitados para el registro del sitio. Es posible distinguir los diferentes datos que se solicitan, los cuales abarcan los datos generales de la empresa o institución, los objetivos o requerimientos básicos del proyecto, la información de los responsables (tanto de la Universidad como del “cliente” y fecha de registro. También cuenta con campos que permiten la retroalimentación y comentarios finales al proyecto.

Proyectos de Vinculación

Licenciaturas > Diseño Interactivo > Historia

Agregar Nuevo Proyecto

Proyecto	
*Nombre del Proyecto:	<input type="text"/>
*Objetivo:	<input type="text"/>
Empresa o institución	
*Nombre de la Empresa o Institución:	<input type="text"/>
Teléfono:	<input type="text"/>
Dirección:	<input type="text"/>
RFC:	<input type="text"/>
Datos del Contacto Responsable	
*Nombre del Contacto:	<input type="text"/>
Teléfono del Contacto:	<input type="text"/>
Correo Electrónico del Contacto:	<input type="text"/>
Profesor Responsable	
Profesor:	<input type="text"/>
Cuenta del Profesor:	<input type="text"/>
Materia:	<input type="text"/>
Objetivo Académico:	<input type="text"/>
Datos del Proyecto	
Fecha de inicio:	2009-04-11 <input type="text"/>
Fecha de entrega:	2009-04-11 <input type="text"/>
Alcances:	<input type="text"/>
Tabla de tiempos:	<input type="text"/>
Fecha de presentación:	2009-04-11 <input type="text"/>
Fecha estimada de entrega:	2009-04-11 <input type="text"/>
Comentarios:	<input type="text"/>
Estatus del Proyecto	Solicitud <input type="text"/>
Si el proyecto se completó, describa comentarios finales	
<input type="text"/>	
Carta FondoPYME SI <input type="radio"/> No <input type="radio"/>	
<input type="button" value="Agregar Proyecto"/>	

En la segunda forma que se da comúnmente en el registro de proyectos es que el mismo coordinador del programa registre el proyecto en cuanto el proyecto da inicio (el problema con esto es que los proyectos que fueron solicitados pero que no pudieron iniciarse, no se registran).

También ocurre que los proyectos no son registrados y el coordinador, después de pasado un tiempo necesita registrar en línea todos los proyectos que recuerde o que le pida a un becario que suba la información que recopile. Obviamente, el problema aquí es que existe un alto riesgo de que existan proyectos (independientemente de la etapa en la que se encuentren) que nunca se registraron.

Selección de Proyectos

Al seleccionar los proyectos a los que se les brindará apoyo se toma en cuenta que cumplan con el perfil del programa académico y curso en el cual se desarrollará. En esta selección se toma en cuenta la opinión del Director del Departamento, del Coordinador, así como la de los profesores que dirigirán el proyecto con los estudiantes.

Se da prioridad a los proyectos que tengan un mayor impacto social y a aquellos que por sus características y objetivos tengan un mayor valor para los estudiantes, ya sea académica o profesionalmente. Es importante también, valorar si el proyecto realmente será implementado por la empresa o institución que solicita el proyecto. Se evalúan también los tiempos solicitados y los recursos con los cuales se cuenta para ver si es posible de realizar el proyecto dentro de la Universidad.

Se considera importante el apoyo a PyME's. "La pequeña empresa desempeña un papel fundamental en nuestra existencia, porque gran parte

de nuestra actividad económica personal se realiza en razón de personas que dirigen pequeñas empresas” (Stoner, 1996, p.171). Según la Secretaría de Economía “Se estima que en 2006 existían en México 4’290,108 empresas, de las cuales el 99.8 por ciento son MiPyME’s.” (Secretaría de Economía – Contacto PyME, 2009). En el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, se menciona además que “representan alrededor del 50% del PIB y contribuyen a generar más del 70% de los empleos en México.”

Recursos

Hace ya más de 5 años que el Centro Consultor de Diseño e Innovación fue planeado y conceptualizado, para funcionar dentro de la Universidad Iberoamericana, siguiendo y aprovechando el trabajo que ya de por sí se realiza en el Departamento de Diseño.

A lo largo de esos años, ha recibido apoyo de la Secretaría de Economía³ (a quienes se reportó en 2007 la totalidad de las PyME’s que recibieron apoyo del Departamento de Diseño), así como de la misma Universidad, sin embargo la implementación y apertura del Centro no ha sido posible todavía en su totalidad.

³ La Secretaría de Economía hizo una aportación al Centro Consultor de Diseño para comenzar operaciones, a través del Fondo PyME, el cual “es un instrumento que busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas.” (Fondo PyME, 2009)

Los recursos humanos constituyen el potencial más fuerte de PROYECTA. Se han aprovechado los conocimientos, habilidades y actitudes de toda la comunidad de Diseño de la UIA.

Como fue posible observar en la Tabla de Proyectos de Vinculación realizados históricamente se ha solicitado donativo en aproximadamente el 35% de los proyectos (18 de 51 proyectos realizados)⁴.

El donativo solicitado para los proyectos que han sido realizados se han ajustado a las posibilidades de pago de la empresa u organización. Se procura pedir este donativo siempre que sea posible. El Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana está conciente de que los diseñadores en México enfrentan problemas comunes: la dificultad de cobrar correctamente su trabajo y la competencia a la que se enfrentan). Dentro de la ética profesional que se maneja, se procura que el mismo Departamento de Diseño no represente una competencia desleal para el gremio, por lo que los proyectos siempre deben de tener un costo justo para el cliente y que refleje el trabajo realizado. “Para lograr que el diseño cuente con una posición digna en nuestro país, tenemos que empezar por rescatar nuestra propia dignidad... En base a ello debemos establecer objetivos personales sustentados por políticas coherentes y justas con los demás” (Cuevas, 2001. p.4)

En el caso de las ONG's, A.C.'s e I.A.P.'s, se les ha proporcionado siempre apoyo gratuito, debido a la naturaleza de estas instituciones de realizar proyectos de desarrollo social, sin fines de lucro.

⁴ Se tomó como muestra los dos últimos años.

El ánimo de colaborar en proyectos de vinculación en el Departamento es académico y no lucrativo, por lo que profesores alumnos y el mismo Departamento han financiado con tiempo, esfuerzo y material los proyectos que no se han cobrado

Los recursos obtenidos por el desarrollo de proyectos de vinculación, en todo caso han sido utilizados para beneficio del Departamento y la comunidad que lo forma, se ha adquirido, por ejemplo equipo de cómputo, o se han realizado reuniones recreativas para los alumnos.

Espacios físicos y personal.

Para la realización de los Proyectos de Vinculación, se aprovechan las instalaciones y equipo de la Universidad, los cuales pueden ser utilizados por los alumnos, maestros, investigadores y empresarios que están participando en los proyectos.

Se asignó parte del tiempo laboral (en su asignación de funciones), de uno de los académicos del Departamento, para trabajar como apoyo a PROYECTA (en actividades como recopilación de datos o apoyo a promoción). También los Coordinadores dedican parte de su tiempo en los proyectos, al igual que la mayoría de los académicos de tiempo, y algunos profesores de asignatura.

Se aprovecha para la realización de los proyectos, la experiencia obtenida a lo largo de más de 10 años de realizar proyectos de vinculación, incluyendo como fuerza laboral, alumnos, egresados y académicos.

Promoción

Aunque realmente no se ha hecho una campaña de comunicación o promoción para el Centro, se pueden mencionar algunas actividades que han servido como inicio de esta labor.

En cuanto se diseñó la identidad visual de PROYECTA, Centro Consultor de Diseño e Innovación y aprovechando un evento internacional de Diseño realizado en la Universidad Iberoamericana (MX Design Conference 2007), se diseñaron una serie de postales que mostraban el trabajo que los alumnos realizan (varias de estas postales mostraban proyectos de vinculación), así como una postal específica con el logotipo de PROYECTA.

En esa misma ocasión se realizó una presentación de PROYECTA en la cual participaron el Gobierno del Distrito Federal y Quórum.

Estas postales han seguido siendo repartidas desde entonces.



Algunas de las postales que muestran proyectos de vinculación

En verano del 2008, aprovechando que varios de los académicos de tiempo del Departamento estarían participando en “Habitat Expo 2008”, se hizo promoción de PROYECTA dentro de un stand de la Expo.

Proyecta cuenta con un Sitio de Internet en www.dis.uia.mx/proyecta

Documentación y formatos

A lo largo de todo el proceso de realización de los proyectos se intercambian documentos con los clientes que, al ser en muchas ocasiones de formato similar a proyectos anteriores, se han elaborado documentos tipo, a modo de plantilla que pueden ser modificados dependiendo de las características de los mismos.

Los ejemplos de estos formatos se encuentran en los anexos de este documento, a continuación se hace una breve descripción de cada uno.

La “**Carta Compromiso**” es firmada por el cliente como aceptación a los requerimientos que el Departamento o la Coordinación hacen para la

realización del proyecto; estos pueden ser el pago de un donativo, la entrega de reconocimientos a los alumnos, el pago en especie o, lo que es más importante, el compromiso de estar disponible para asesorar a los alumnos en fechas y horas acordadas, así como el estar presente al inicio del proyecto para informar a los alumnos acerca de las necesidades, presentar el producto y mercado meta del mismo. También se hace el compromiso de estar al término del proyecto y de procurar que el proyecto se implemente.

Es común que el cliente nos solicite la firma de una “**Carta o Contrato de Confidencialidad**”, en el que nos comprometemos como comunidad a no revelar la información confidencial que la empresa nos proporcionó. Estos contratos pueden ser solo firmados por la coordinación o por cada uno de los alumnos y profesores involucrados.

El formulario de “**Ingreso de Proyecto**” o la “**Solicitud de Apoyo**” es como ya se vio con anterioridad, en el sistema de registro, aquel que nos permite recopilar la información del cliente, del proyecto, profesor asignado, etc. En algunas coordinaciones prefieren tener estos datos en papel.

A las empresas u organizaciones que realizan un pago o donativo, se les entrega un “**Recibo de Aportación**” (normalmente esta es la factura que la Universidad Iberoamericana entrega a cambio del donativo)

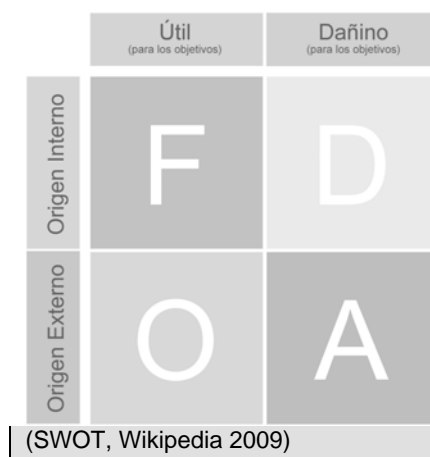
Se comentó que para los proyectos de vinculación se solicita al cliente que desarrolle un “**BRIEF**”. Se propone para PROYECTA que se vaya más allá, ayudando al cliente a desarrollarlo (puede ser una parte académica interesante para los alumnos), o que se suba a la red un documento que el mismo cliente conteste, de manera que le sirva como guía y que mantenga los mismos criterios para los alumnos. En los anexos puede ver un ejemplo de “**BRIEF**” que puede ser empleado como base para este apoyo a los clientes y alumnos.

En el “**Acuerdo de Patrocinio**” se puede observar un intercambio de servicios entre el Departamento y alguna empresa. Se habla en este caso de publicidad, promoción, realización de concursos o impartición de talleres en conjunto.

La Universidad Iberoamericana establece ciertos “**Procedimientos para establecer convenios y acuerdos de cooperación académica e Intercambio**”, el documento puede ser consultado en el sitio Web de la Universidad o en el Anexo VIII del presente documento.

Análisis FODA de PROYECTA Centro Consultor de Diseño e Innovación

Como se ha podido percibir en el presente documento, aunque se ha realizado en el Departamento de Diseño un trabajo muy intensivo en cuanto a lo que se considera la finalidad de PROYECTA, es decir desarrollos con empresas pequeñas y medianas, así como con organizaciones no lucrativas, aún no se percibe al Centro Consultor de Diseño e Innovación, como un organismo que ya esté en funcionamiento dentro de la Universidad Iberoamericana.



Se da a continuación un análisis de la situación que presentan actualmente los proyectos de vinculación al ser relacionados con PROYECTA, así como algunas consideraciones relacionadas con el Centro en sí.

Fortalezas

Aprovechamiento de las habilidades, competencias y trabajo de alumnos y académicos. Actualmente el 100% de los alumnos de Diseño participa en proyectos de vinculación en algún momento de su formación. Este hecho les permite tener un contacto con la realidad sociocultural del país e insertarse, de forma óptima, en la vida profesional.

La excelencia académica y reconocimiento que el Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana tiene a nivel nacional e internacional.

El Departamento de Diseño, al igual que la Universidad Iberoamericana, se mantiene a la vanguardia en cuanto a tendencias y tecnología, tanto como se mantiene alerta ante las necesidades que la sociedad presenta.

Los proyectos de vinculación han servido de base para el planteamiento de un modelo de enseñanza del diseño, basado en el aprendizaje situado y el contacto con la problemática nacional.

Se lleva un registro en línea de todos los proyectos que se han realizado y que están en proceso.

Concordancia de la misión de PROYECTA con los Documentos Básicos de la Universidad Iberoamericana, por ejemplo, en cuanto a conciencia social; se menciona en el Ideario de la misma, que [la Universidad] “tratará de infundir en todos sus miembros una conciencia viva y operante de los problemas sociales de México, y la consecuente responsabilidad de cooperar para resolverlos. Procurará también un contacto directo del estudiante con la realidad del país” (Ideario de la Universidad Iberoamericana, 2009).

El apoyo que la Universidad brinda a los proyectos de vinculación, no solamente facilita sino que promueve esta labor en el Departamento.

Oportunidades

Interés por parte de las empresas en integrar diseño e innovación. La gran competencia que tienen las empresas actualmente, está obligando a las mismas a buscar nuevos diseños o integrar la innovación en sus productos y servicios. El diseño como factor de diferenciación, puede ser para los consumidores uno de los factores más significativos para seleccionar entre un producto u otro. “El deseo de proyectar una imagen de calidad, fuerza, eficiencia, tradición o excelencia ha obligado a los productores a comprometerse con sus declaraciones visuales” (Jerrard, 1998. p.118) es decir con el Diseño.

“John Kao afirma que ésta es la era de la creatividad por la nueva primacía del diseño. La valía, por parte de la gestión empresarial, del diseño ha pasado de ser un elemento de diferenciación formal del producto o servicio, a una capacidad para organizar procesos llegando, incluso, a la estructura de toda la organización. Las corporaciones buscan empresas consultoras de diseño para pedir consejo sobre estrategia empresarial. Kao llega a afirmar que el líder de una organización es su diseñador” (García, 2004. p. 73)

Es probable que en esta época de crisis, los empresarios se acerquen a la Universidad buscando soluciones. En el pasado Foro Económico Mundial se mencionó que la crisis podría reducir los gastos en I&D, pero muchos participantes a la sesión del 30 de enero fueron optimistas en el que las compañías encontrarían la manera de innovar a pesar del descenso económico, o probablemente gracias a él, ya que las duras condiciones empujarán a las compañías a incrementar su eficiencia. (World Economic Forum, Growth through Innovation, 2009)

Debilidades

El creciente número de proyectos hace cada día más difícil su instrumentación académica, así como mantener actualizado el registro de los mismos.

No se cuenta con los recursos financieros para llevar a cabo muchos proyectos de vinculación con ONG.´s y A.C.´s.

Los alumnos y profesores cubren los gastos generados por los proyectos.

Falta difusión de los proyectos de vinculación y de sus logros en el proceso de enseñanza – aprendizaje del Diseño.

Hasta ahora, los esfuerzos en cuanto a proyectos de vinculación habían estado separados por coordinación y liderados básicamente por el coordinador del correspondiente programa, los cuales generalmente tienen una gran carga de trabajo que les impide concentrarse en la promoción y evaluación de los proyectos. Además, no se han implementado procesos correctos de seguimiento, o estos no han estado de acuerdo con el funcionamiento “normal” del departamento.

Al ser PROYECTA, parte del Departamento, pero no el eje central (como lo es la enseñanza de diseño), se le ha relegado y el tiempo ha pasado sin que se concrete realmente.

Aunque muchos académicos trabajan muy bien con los proyectos de vinculación, con otros, es difícil asignarles uno.

Los objetivos académicos de PROYECTA, funcionan bien hacia la propia escuela, pero por lo mismo, en ocasiones resulta difícil conjuntar estos con las necesidades reales de las empresas u organizaciones.

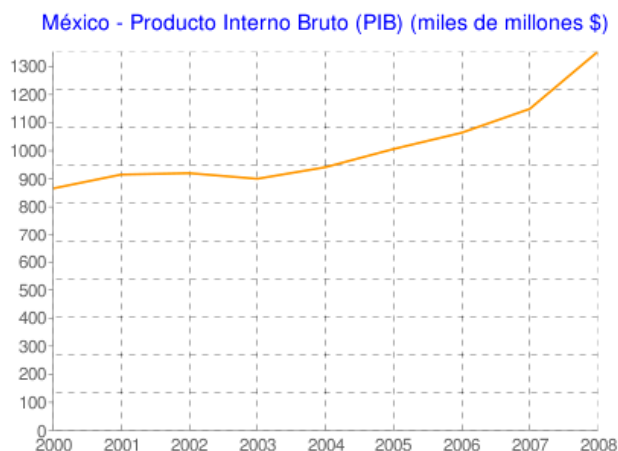
Amenazas

La percepción externa y equivocada de que se puede realizar diseño con solo contar con los programas computacionales, constituye una de las principales amenazas. “Muchos profesionales siguen percibiendo el diseño como una cuestión de apariencia, pero el diseño no es tan sólo cómo se ven las cosas. Diseño es también cómo se usan las cosas; cómo se comunican al mundo; y la forma en que son producidas... La innovación no es sólo hacer algo diferente, cuando el diseño se plantea la innovación lleva implícita además la mejora del resultado” (García, 2004. p. 71 y 72) Esta mala percepción, seguramente hace que las empresas que solicitan ayuda a PROYECTA en relación con aquellas que lo necesitan es menor, se traduce también en que en ocasiones, las instituciones no se tomen con seriedad el trabajo que se realiza en la escuela.

Es una creencia común que cuando existen problemas económicos en las empresas, lo primero que se corta es el presupuesto para diseño o promoción. Habrá que ver si en esta época de crisis también se ven afectados los proyectos de vinculación en el área de diseño.

“La agudización de los problemas en los mercados financieros internacionales desde mediados de septiembre de 2008 tuvo fuertes repercusiones sobre la economía mundial en el cuarto trimestre de ese año. Pese a la puesta en marcha de acciones orientadas a atenuar los efectos de la crisis financiera en diversas economías, la actividad económica global se debilitó sustancialmente. La información oportuna sugiere que en el cuarto trimestre se habrá observado una fuerte contracción del PIB de Estados Unidos y otros países avanzados, así como en algunos emergentes, y un menor ritmo de expansión en otras economías de este último grupo. En este contexto, durante 2009 la economía mundial experimentará probablemente su debilitamiento más pronunciado en varias décadas.” (Informe sobre la

Inflación Octubre – Diciembre 2008, Banco de México. p.1) La inflación anual para enero 2009 rondó los 6.28%, mientras que el mismo mes paro de 2008, se encontraba en 3.7% (Banco de México, 2009)

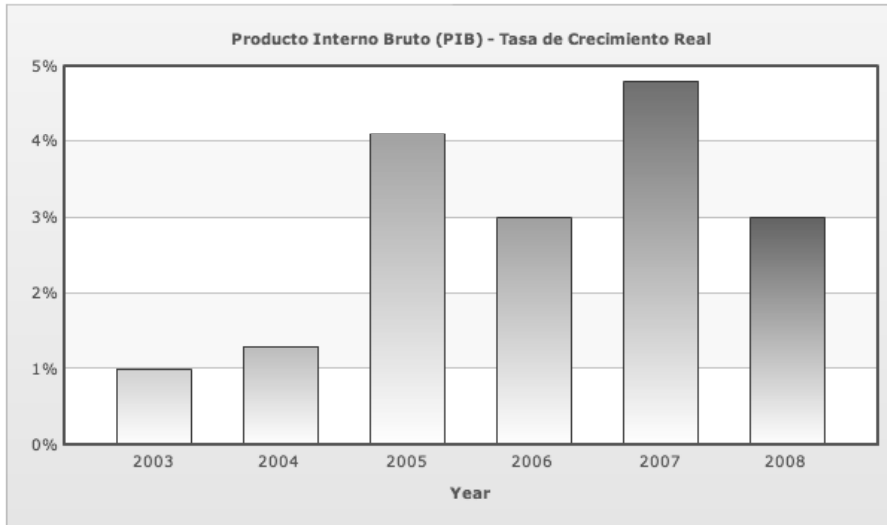


Año	Producto Interno Bruto (PIB) (miles de millones \$)
2000	865.5
2001	915
2002	920
2003	900
2004	941.2
2005	1006
2006	1064
2007	1149
2008	1353

Fuente: indexmundi.com, 2009

Año	Producto Interno Bruto (PIB) - Tasa de Crecimiento Real	Cambio Porcentual
2003	1,00 %	
2004	1,30 %	30,00 %
2005	4,10 %	215,38 %
2006	3,00 %	-26,83 %
2007	4,80 %	60,00 %
2008	3,00 %	-37,50 %

Fuente: indexmundi.com, 2009



México, no ha logrado posicionarse como un país enfocado en la innovación. Según el “World Economic Forum”, y su enfoque en los “12 pilares” que explican la competitividad, se puede observar el punto en el que el país está localizado con respecto a otros países. Como se puede ver en la siguiente tabla, la sofisticación de los negocios y la innovación son considerados para definir a las economías enfocadas a la innovación.

Los 12 pilares de la competitividad

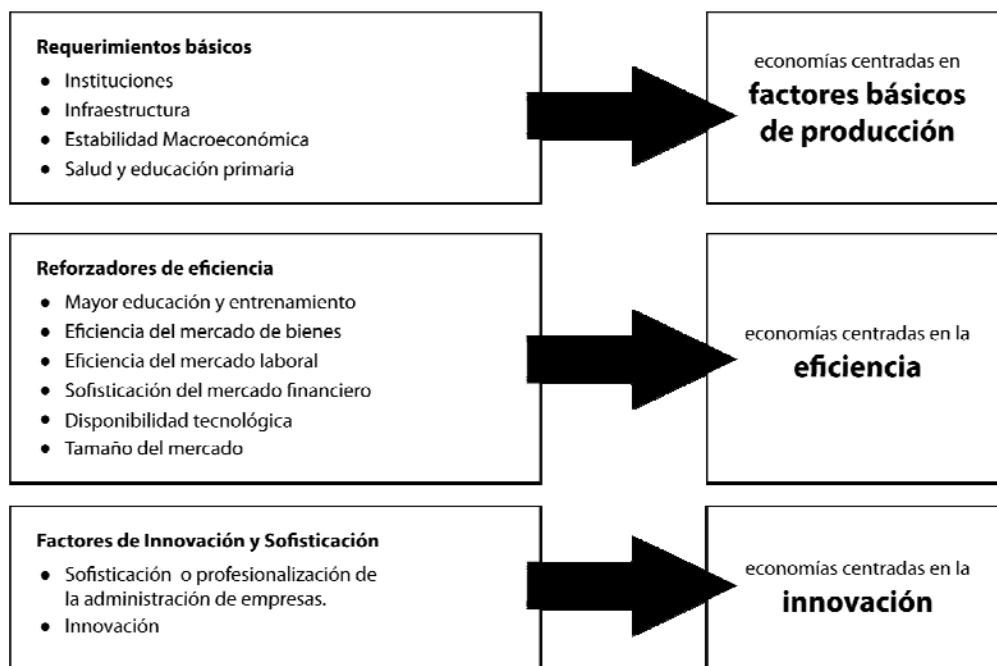


Diagrama 2 - Mexico's Competitiveness White Paper, 2008

En el tercer y más avanzado estado de desarrollo, los países no pueden continuar creciendo si solamente confían en los mercados eficientes y los procesos de producción; deben comenzar a competir al producir nuevos bienes con un exclusivo valor agregado (Mexico's Competitiveness White Paper, 2008)

Se define la sofisticación de los negocios, como el grado de sofisticación de operaciones y de estrategias de la compañía y la innovación como la capacidad para generar internamente la innovación.

México no ha alcanzado todavía la etapa de innovación, actualmente, el país está localizado en la segunda etapa de desarrollo ("efficiency-driven stage").

Por lo tanto, la innovación y los factores de sofisticación no son todavía cruciales para el crecimiento sostenido del país.

En esta tabla, se puede notar que los problemas principales sobre los cuales México debe trabajar, no recaen sobre la innovación (71°), debido a que se considera mucho más importante atender la educación superior (72°), la eficiencia en el mercado laboral (92°), o sus instituciones (85°). Estos problemas deberán ser abordados para que el país logre completar su potencial competitivo.

Un vistazo al desempeño de la competitividad en México

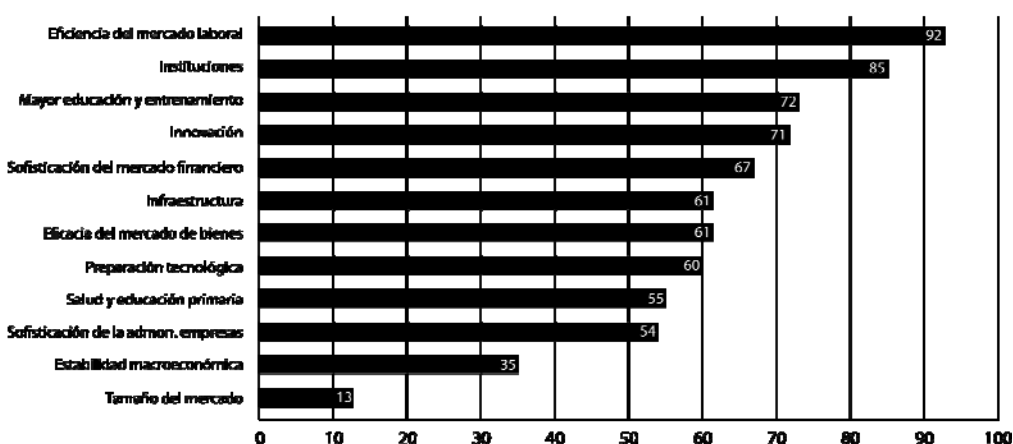


Diagrama 3 - Mexico's Competitiveness White Paper, 2008

México se ubica en el lugar 60 para innovación y sofisticación, colocándolo en un punto muy bajo de la lista, aún estando arriba del promedio de Latinoamérica.

Factores de Innovación y sofisticación: México y algunos países/regiones seleccionados

País/Región	Sofisticación en la admon. de las empresas		Innovación		Factores de sofisticación e innovación	
	Lugar	Puntaje	Lugar	Puntaje	Lugar	Puntaje
Brasil	39	4.48	44	3.50	41	3.99
Chile	32	4.65	45	3.48	36	4.06
China	57	4.18	38	3.60	50	3.89
Hungría	46	4.35	37	3.61	43	3.98
India	26	4.81	28	3.90	26	4.36
Indonesia	33	4.65	41	3.56	34	4.10
Rep. de Corea	9	5.47	8	5.36	7	5.42
Fed. Rusa	88	3.70	57	3.31	77	3.50
Sudáfrica	36	4.61	32	3.71	33	4.16
Turquía	41	4.45	53	3.36	48	3.90
México	54	4.22	71	3.11	60	3.66
América Latina y el promedio del Caribe		3.91		2.93		3.42
Promedio del OECD		5.07		4.47		4.77

Fuente: Mexico's Competitiveness White Paper, 2008

México presenta debilidades en varias áreas relacionadas con la innovación, incluyendo la inversión, la cooperación entre universidades y empresas o con las industrias, así como el potencial científico y tecnológico. También se consideran puntos débiles la cantidad de institutos dedicados a la investigación, o la inadecuada protección a los derechos de propiedad intelectual, así como los pocos ingenieros o científicos con los que cuenta el país.

La falta de enfoque en la innovación es evidente en las pocas patentes registradas en México per cápita. (Mexico's Competitiveness White Paper, 2008)

Planteamiento de soluciones

Al investigar sobre PROYECTA, surgieron varias cuestiones a las cuales se propone una solución⁵, se realizaron varias encuestas a diferentes académicos del Departamento, así como a Jorge Meza, director del mismo, para responder a preguntas que tenían que ver con el funcionamiento de los proyectos de vinculación en relación a PROYECTA, así como a cuestiones que tenían que ver por ejemplo con las asesorías en innovación que hasta el momento no se han otorgado a las empresas. Se hizo también una recopilación de los formatos que las diferentes coordinaciones emplean para proponer una homologación.

En abril del 2009 se asignó a la coordinación de la Maestría en Diseño Estratégico e Innovación la responsabilidad de coordinar los proyectos de vinculación que a partir del próximo semestre estarán a cargo de PROYECTA. Decisión que se considera acertada en cuanto al seguimiento y requisición de dichos proyectos.

⁵ Las preguntas que fueron planteadas son del tipo de: ¿Todos los proyectos de vinculación que se realicen serán monitoreados, dirigidos o avalados por PROYECTA? ¿Cómo serán manejados los recursos de estos proyectos? ¿Cómo se dará la selección de académicos o alumnos que participen en proyectos que no sean integrados en algún curso? ¿Cómo se brindarán las asesorías en innovación? ¿Cómo manejar formatos que puedan apoyar a las diferentes áreas y proyectos? ¿A largo plazo tendría que ser operativa y financieramente independiente o dependiente del Departamento?

Operación

Diagrama de Flujo

Idealmente, el proceso debería llevarse de una manera similar a como se muestra a continuación.⁶

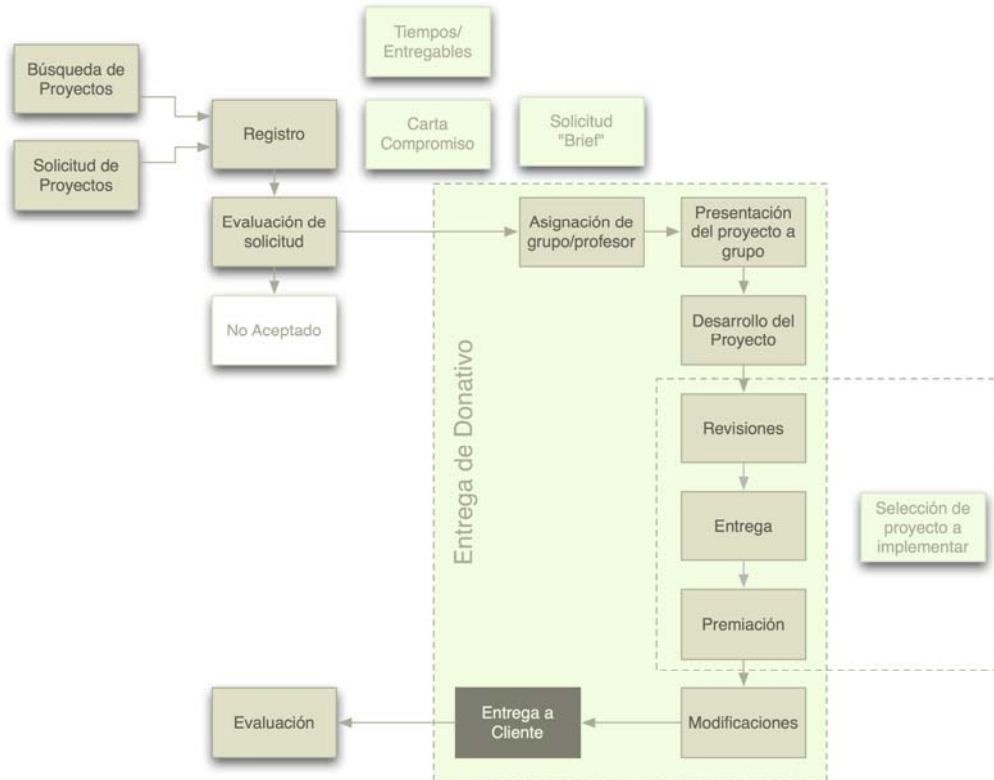


Diagrama 4 - Diagrama de Flujo Ideal

⁶ Se ejemplifica el proceso en un proyecto de Diseño Gráfico.

Lay Out

Al encontrarse PROYECTA tan vinculado al trabajo de alumnos, profesores e investigadores, las “oficinas” se encontrarán dentro del Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana. El equipo del Departamento (talleres, computadoras, scanners, impresoras, etc.) está disponible para utilizarlo en los proyectos del Centro. Se aprovecha de esta forma, las instalaciones y equipo de la Universidad, los cuales pueden ser utilizados por los alumnos, maestros, investigadores y empresarios que estén participando en los proyectos.

Convocatoria y Selección

Aunque se había planteado que “las MPyME´s podrán acceder al apoyo que brindará este Centro a partir de una convocatoria que se realizará semestralmente” (Meza, 2006). Se considera prudente en el presente documento que la convocatoria para recibir proyectos esté abierta todo el año pero contando con una fecha fija (al menos 2 semanas antes de que termine el periodo académico anterior) para que el proyecto pueda aplicar en el siguiente periodo.

En el caso de que se solicite un proyecto fuera de fecha, será necesario evaluar si por las condiciones del proyecto y del semestre se puede insertar, aunque no haya cumplido con la fecha de la convocatoria. Al ser éste un caso de excepción, deberá hacerse un cuidadoso análisis por parte de la coordinación y del o de los profesores a los cuales se está solicitando trabajar con el proyecto.

En cuanto a la selección de proyectos, se retoma el documento que Jorge Meza (2006) presentó a la Escuela Nacional de Artes Plásticas, en el que se resume que: Se busca atender proyectos que impliquen la realización de un diagnóstico (investigación y análisis profundo), donde se pueda desarrollar

en su totalidad un proceso de Diseño e Innovación, desde su concepción hasta su producción y evaluación.

Para la selección de proyectos plantea realizar una valoración de la importancia y viabilidad del mismo.

Importancia del Proyecto.

- Adecuación de los objetivos del proyecto a las áreas de actuación de PROYECTA
- Adecuación del proyecto a los fines y objetivos de la empresa u organización
- Difusión de los resultados a la sociedad.
- Vinculación del proyecto con los objetivos de PROYECTA y del Departamento de Diseño.

Viabilidad.

- Costo del proyecto respecto a los objetivos a alcanzar.
- Definición del proyecto, fases y plan de trabajo.
- Equilibrio de los recursos humanos y de las inversiones necesarias.
- Oportunidad que representa el desarrollo y la difusión de los resultados obtenidos del proyecto.

Evaluación de Proyectos

Hasta el momento, la evaluación de los proyectos se ha dado por coordinaciones, y se ha fallado en documentar y promocionar los avances, logros, éxitos o desaciertos que se han tenido.

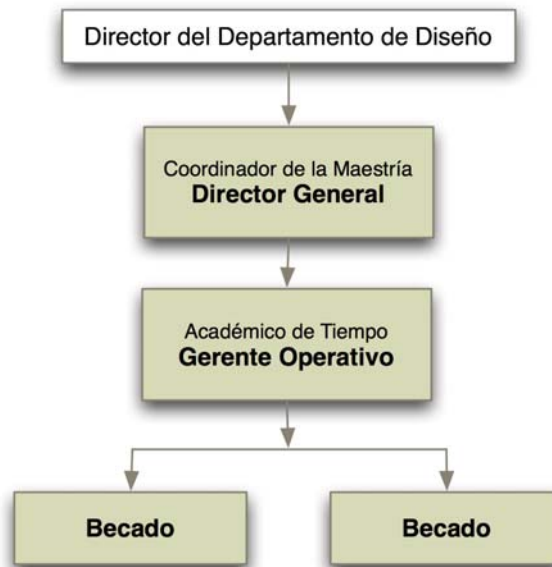
Esta situación hace que como Departamento no se tenga el conocimiento de las actividades relevantes que a este respecto se hacen, además de que con el paso del tiempo se va perdiendo la información de los proyectos.

Después de que cada coordinación termina y evalúa sus proyectos podría subir sus comentarios en el sitio Web. También podría incluirse en el reporte semestral de la Dirección, no solo como mención a los proyectos desarrollados sino a los logros obtenidos.

La evaluación de los proyectos debería ser no solamente interna y en cuanto a los objetivos académicos, también se podría incluir al cliente, quien es el más indicado, ya que se haya implementado el diseño de informarnos acerca de las metas logradas y si las mejoras, innovaciones o nuevos diseños están cumpliendo en cuanto a ventas, información, etc.

Recursos Humanos

El personal que se encuentra a cargo de PROYECTA es parte del personal académico del Departamento de Diseño. Originalmente, se había planteado que hubiera dos personas contratadas de tiempo completo: Un Director (gerente operativo), y una Secretaria ejecutiva. Posteriormente, y al tomarse la decisión de que el coordinador de la maestría quede a cargo de PROYECTA, este esquema quedó definido de la siguiente manera.



El **Director General** de PROYECTA es la persona encargada de monitorear que los Proyectos de Vinculación del Departamento se lleven a cabo de forma adecuada así como de la promoción del Centro. Se encarga de la búsqueda o recepción de las solicitudes de proyectos, así como de la asignación a las diferentes coordinaciones. Toda la documentación de los proyectos queda a su cargo, y es la persona que se encarga de la firma de las “Cartas Compromiso” y de que en el caso de ser necesario, se firmen los contratos correspondientes. Verifica que en el transcurso del semestre los proyectos se lleven a cabo correctamente. Al término de los proyectos se encarga de realizar la evaluación de los proyectos.

Actualmente el puesto de director es ocupado por el coordinador de la Maestría en Diseño Estratégico e Innovación, quien asigna el 30% de su asignación de funciones al Centro. Es una persona con experiencia en

diseño, estrategia e innovación, con nivel mínimo de estudios de Maestría en áreas relacionadas a estos campos.

El puesto de **Gerente Operativo** es ocupado por un académico de tiempo del Departamento de Diseño, quien también asigna un 30% de su tiempo a las labores de PROYECTA. A su cargo queda el registro de los proyectos y el apoyo general a la promoción del Centro.

Los **Becarios** realizan labores de apoyo que van cambiando dependiendo de las necesidades del momento. Realizan impresiones, montan exposiciones, concluyen proyectos, etc. Este puesto es ocupado por alumnos de los programas impartidos por el Departamento de Diseño.

Los recursos humanos constituyen el potencial más fuerte de PROYECTA. Se aprovechan los conocimientos, habilidades y actitudes de toda la comunidad de Diseño de la UIA. Los proyectos son realizados por alumnos, académicos, egresados e investigadores, quienes bajo diferentes esquemas tienen a su cargo la ejecución de los mismos.

Una de las ideas que se proponen, y que aún no han podido ser implementadas es que cada profesor o investigador del Departamento de Diseño que participe en un proyecto reciba un bono extra, el cual puede llegar hasta un 10% del total del proyecto.

Dentro de las propuestas en la forma de trabajo a futuro también se encuentra que los proyectos no sean asignados únicamente a los grupos de licenciatura o maestría, sino que puedan ser asignados por ejemplo a un becario de maestría que asesore a los alumnos destacados de alguna de las licenciaturas o que se formen por ejemplo de profesores y alumnos, independientemente de si forman parte del mismo grupo o materia. Esta

forma de trabajo se asimilaría mejor a la forma de trabajo que tienen los despachos de diseño en México y el mundo.

Finanzas

Los recursos financieros para subvencionar los distintos tipos de gastos del Centro serán obtenidos de diferentes fuentes, tales como el gobierno, las propias PyME's , la Universidad Iberoamericana y otros organismos.

Se planea que los proyectos realizados, al igual que en los actuales Proyectos de Vinculación sean presupuestados y contrastados con las posibilidades de pago de la PyME, con lo cual puede definirse cuánto será el pago que ésta deberá realizar.

En el caso de las ONG's, A.C.'s e I.A.P.'s, se les continuará proporcionar apoyo gratuito.

La idea es que a mediano plazo, PROYECTA sea auto-sustentable. Hasta ahora ha existido una simbiosis en la que el Departamento, aprovecha los proyectos para realizar actividades académicas y se beneficia de los proyectos de vinculación, pero si se conceptualiza al Centro Consultor como una entidad independiente, resulta que los proyectos se adueñan de los recursos de las Coordinaciones.

A continuación se presenta el uso de recursos anual de PROYECTA (lo que el Departamento de Diseño invertirá en proyecta de implementarse actualmente). Se tomó en cuenta el tiempo empleado por los académicos de tiempo y profesores de asignatura, así como el uso básico de equipo de cómputo. No se está considerando el tiempo y trabajo de los alumnos, ni los espacios físicos al considerarse que los alumnos desarrollan los proyectos como parte de sus asignaturas y emplean los espacios (así como todos los

servicios asociados al mismo), dentro de lo que la Universidad ya contempla dentro del pago de colegiaturas que ellos hacen.

Cálculo anual gastos operativos		
Director de Proyecta	30% en asignación de funciones Coordinador Maestría	100,800
Gerente Operativo	30% en asignación de funciones Académico de tiempo	50,400
2 Becados	100 hrs.	8,000
1 Becario	160 hrs.	15,200
Coordinadores	3% en asignación de funciones	40,320
Director del Departamento	3% en asignación de funciones	20,000
Profesores de Asignatura	20 proyectos de aprox. 2 meses en promedio (asignaturas de 6 hrs./ semana) 960 hrs./profesor (\$231.00 la hora -B) ⁷	221,760
1 Scanner	HP G4050,USB,4800dpi.	2,500
3 Computadoras	Imac 20" 2.66 ghz. / Software	153,000
		611,980

Estados Financieros

Para los siguientes estados financieros, se esta tomando en cuenta un factor que si bien no es todavía real, da una idea de lo que podría ser el estado de PROYECTA si se siguieran las condiciones actuales. Se tomó como ventas, lo recaudado por los proyectos en los cuales hubo un donativo durante los pasados 12 meses, y en cuanto a gastos se considera como si la Coordinadora de la Maestría ya hubiera entrado en funciones como Directora del Centro.

⁷ Se está promediando también la categoría de los profesores de asignatura, estableciendo el parámetro como categoría B

Los costos no se reflejan totalmente ya que los mismos alumnos los cubren en la mayoría de las ocasiones al desarrollar los proyectos como parte de sus entregas.

Al día de hoy, PROYECTA es parte del Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana; el Centro no está constituido legalmente y comparte los recursos con los cuales se trabaja en la Universidad.

En el momento en el que PROYECTA se separe legalmente se desarrollarán los estados de resultados correspondientes.

Transparencia

Los recursos que han entrado al Departamento al realizar diversos proyectos, han sido siempre empleados a favor de la comunidad de Diseño de la Universidad Iberoamericana, sin embargo, esto no siempre es claro para los integrantes de la misma. Ocurre a veces que los alumnos, por ejemplo, no sabe que el Departamento obtiene un donativo, o que se quejan de que su trabajo no les remunera a ellos nada (cuestión curiosa, tomando en cuenta que de cualquier forma ellos deberían de estar desarrollando un proyecto similar, lo único que cambia es que el profesor no tuvo que inventar los requerimientos del proyecto). También, aunque ningún profesor se ha quejado o preguntado por el destino de los recursos, se considera que es mejor dejar este asunto claro.

Se propone un sistema de transparencia que muestre los pagos que las empresas realizaron y en qué se destinaron los recursos. De forma simple, este sistema puede ser agregado al sistema en el cual se registran los datos y requisitos de los proyectos en el sitio del Departamento.

El esquema general de las páginas modificadas se verían como se muestra a continuación.

Se puede notar, que además se agregó la posibilidad de ver las imágenes de los proyectos.

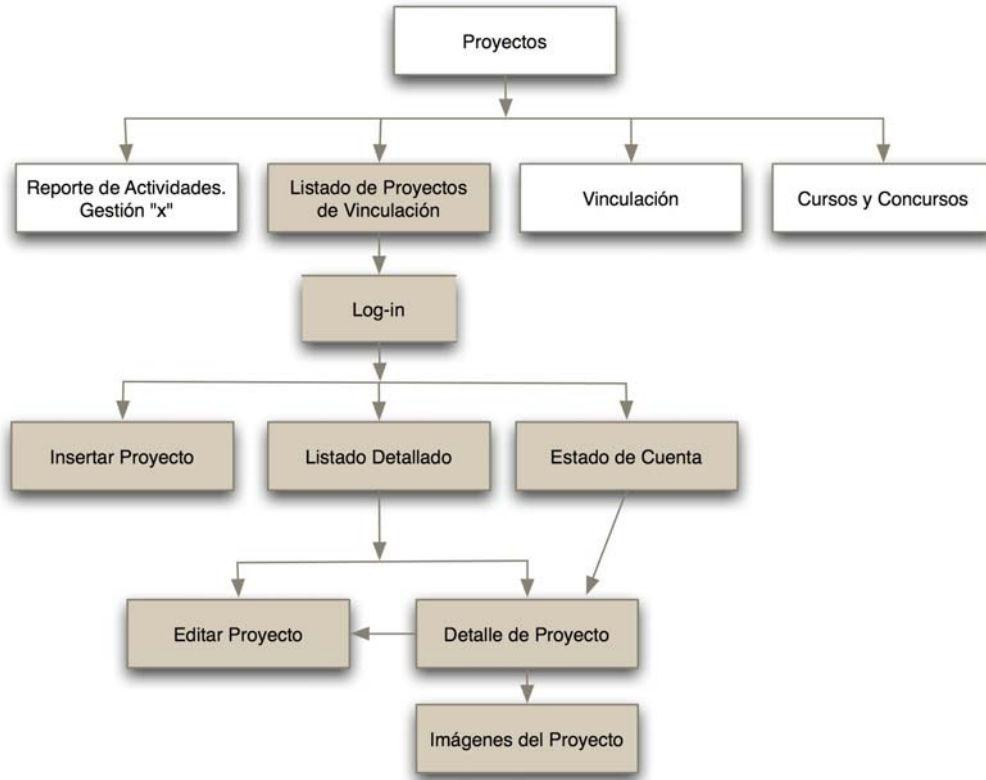


Diagrama 5 - Propuesta de mejora para el sub-sitio "Proyectos de Vinculación del Departamento de Diseño"

Conclusiones

El Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana ha tenido en la mira el proyecto del Centro Consultor de Diseño e Innovación desde hace ya largo tiempo. De implementarse correctamente tendrá un impacto positivo tanto para la promoción del Diseño en México como para la sociedad al apoyar a las PyMEs y organizaciones no lucrativas. Al darle una mayor formalidad a los proyectos de vinculación que ya de por si se realizan en el departamento se apoyará a los estudiantes al mantener la selección de proyectos siempre acordes a los programas, o en dado caso al permitirles participar en proyectos siguiendo un esquema más parecido al llevado en el medio profesional (tipo despacho o agencia)

El implementar el Centro con todas las áreas con las que fue conceptualizado, daría además un gran impulso a la investigación en materia de diseño, representando no solo una gran fuente de información, si no también la posibilidad de evaluar el diseño que se hace en el país y el impacto que este tiene para los mexicanos.

Son muchos los factores que no se han concretizado para hacer que PROYECTA arranque y mantenga el paso. Estos han tenido que ver con diferentes áreas, por ejemplo en cuanto a recursos humanos, hasta el mes pasado no se había asignado a nadie que fuera responsable del funcionamiento del Centro, recayendo la responsabilidad en el Director y Coordinadores de licenciatura, quienes al tener que responder a otras múltiples obligaciones no habían podido darle la atención que merece el centro, sin contar que este esquema lograba que los esfuerzos y resultados se dividieran.

Otro de los factores y sobre el cual se tiene que trabajar todavía, tiene que ver con la relación tan estrecha que se tiene con el Departamento de Diseño, la cual resulta tanto benéfica como perjudicial para el Centro.

Sobre esta última cuestión se derivan otros muchos puntos, como la posibilidad de subcontratar académicos para que colaboren con los proyectos, la utilización de los activos o el la posibilidad de establecer PROYECTA como un organismo autónomo y constituirse legalmente.

Recomendaciones

A continuación se enumeran algunas de las recomendaciones que permitan una mejor operación de PROYECTA, Centro Consultor de Diseño e Innovación.

- Organizar de una mejor manera los proyectos, mejorar el proceso de búsqueda y selección.
- Concretizar los esfuerzos para implementar las asesorías en diseño e innovación.
- Tener una cartera mayor de especialistas en diseño e innovación empresarial que se relacionen con el Departamento y con PROYECTA.
- Capacitar a los académicos que participan en los proyectos de vinculación. Definir claramente los objetivos de esta capacitación.
- Búsqueda de patrocinios y financiamientos que permitan por ejemplo apoyar a las organizaciones no lucrativas en la implementación de las propuestas hechas por PROYECTA

- Como se comentó con anterioridad, la evaluación es un tema poco tratado dentro de PROYECTA y de los mismos proyectos de vinculación del departamento, por lo cual se considera necesaria la elaboración de indicadores para la evaluación de las acciones. El elaborar reportes de proyecto de manera conjunta con las empresas involucradas podría seguramente ayudar a esta labor.
- En cuanto al registro, es necesario capacitar a los encargados de subir los proyectos. A ese respecto se considera bueno que se replantee el sistema con apoyo de estas mismas personas, para mejorar la usabilidad y por lo tanto, la probabilidad de que sea utilizado. Buscar que el registro sea más preciso, considerando poder seleccionar por tipo de proyecto (por línea y subprograma) y que incluya un sistema para visualizar las imágenes.
- Implementar el sistema de transparencia
- Definir más a detalle los procesos de operación.
- Definir profesores encargados de líneas y subprogramas, ayudaría a la meta que tiene PROYECTA de abrir los las actividades más allá de los programas escolares. O aún dentro de las materias, permitiría hacer más eficiente al Centro.
- La difusión de alcances y resultados se considera un área sobre la cual se debe de comenzar a trabajar inmediatamente dentro de la comunidad de Diseño de la Universidad, así como a las demás áreas académicas. Es necesario también hacer promoción en industrias, empresas y organizaciones. La promoción de PROYECTA fuera de la Universidad también deberá ser considerada para ser trabajada a mediano y largo plazo.

- Adquirir los materiales, equipo e insumos necesarios para el funcionamiento del centro y acordes para cada programa (Independiente de los activos que son de uso académico)

ANEXOS

Todos los anexos presentados a continuación representan un ejemplo del material que ha sido utilizado en algunos de los últimos proyectos de vinculación del departamento de Diseño.

Anexo I. Carta Compromiso

Se incluyen a continuación 3 ejemplos de carta compromiso;

- Sitio Web para el Polyforum Siqueiros,
- Sitio Web para Finacces México, y
- Campaña de Comunicación para 3M México

CARTA COMPROMISO

Proyecto de Vinculación Polyforum Siqueiros

El Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana, y Polyforum Siqueiros, suscriben la presente como un acuerdo de colaboración para la realización de un proyecto de vinculación para el rediseño del Sitio Web de Polyforum. Los compromisos contraídos en buena fe, por ambas partes se mencionan a continuación:

Por parte del Departamento de Diseño:

- Rediseño del sitio web <http://www.polyforumsiqueiros.com/>, que incluya: Análisis de sitio actual y propuesta de un nuevo sistema de navegación.

Diseño y desarrollo de las diferentes secciones del sitio, tomando como base el sitio que se encuentra actualmente en línea (versión en español terminada para diciembre del 2008 y versión en Inglés para mediados de febrero del 2009).

Por parte del Polyforum Siqueiros:

- Ser parte del proceso del desarrollo y evaluación constante del proyecto y apoyar a los alumnos y profesores que participarán en el mismo.
- Realizar un donativo en efectivo o especie para la Universidad Iberoamericana A.C. por un monto de \$35,000.00 (treinta y cinco mil pesos 00/100 M.N.)
- Dar crédito al trabajo realizado por los alumnos, quienes tendrán la propiedad intelectual de los materiales.

Complementan esta carta la firma de ambas partes para establecer el acuerdo.

Mtro. Jorge Meza Aguilar

Director
Departamento de Diseño
Universidad Iberoamericana

J. Héctor tapia Martínez

Director de Cultura
Polyforum Siqueiros

México, D.F. a 31 de agosto de 2006.

CARTA COMPROMISO

Proyecto de Vinculación Finaccess México, S.A. de C.V.

El Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana, y Finaccess México, suscriben la presente como un acuerdo de colaboración para la realización de un proyecto de vinculación para el rediseño de su portal en Internet (<http://www1.finaccess.com.mx>).

Los compromisos contraídos en buena fe, por ambas partes se mencionan a continuación:

Por parte del Departamento de Diseño:
- Rediseñar el sitio Web de Finaccess México.
Proceso de diseño:

- 1) Recopilación de la información necesaria para identificar las necesidades reales de Finaccess México.
Se analizará la estrategia del futuro website, y cómo ésta se relaciona con la empresa, sus operaciones, y metas.
- 2) Reconocimiento de los elementos esenciales del nuevo website.
- 3) Propuesta de recomendaciones pertinentes con relación a las imágenes gráficas, distribución y flujo de la información, para que el website sea de fácil manejo para sus visitantes.
- 4) Identificación de las estrategias y componentes necesarios (recursos requeridos) para implementar el nuevo portal de Finaccess México.
- 5) Diseño de primeras propuestas. Selección de la interfase.
- 6) Determinación de enlaces y ligas (cómo se deben conectar entre sí las secciones del sitio).
- 7) Pruebas de desarrollo, flujo de información y funciones de conexiones y secciones interactivas.
- 8) Prueba del sitio en browsers y compatibilización de las resoluciones.

Por parte de Finaccess México:

- Ser parte del proceso del desarrollo y evaluación constante del proyecto y apoyar a los alumnos y profesor(es) que participarán en el mismo.

Fases del desarrollo implícitas (trabajo que necesita realizar Finaccess México).

Planeación: Fijar objetivos, especificar contenidos, organizar la información y evaluar las propuestas de interfaz para el portal.

Implementación: Generar contenidos, implementar la navegación y el diseño de la interfaz de usuario, codificar el sitio, programación y consulta de una base de datos.

Pruebas: Pruebas de sistema, explorador y usuario

- Realizar un donativo en efectivo o especie para la Universidad Iberoamericana A.C. por un monto de \$30,000.00 (treinta mil pesos 00/100 M.N.)

Complementan esta carta la firma de ambas partes para establecer el acuerdo.

Mtro. Jorge Meza Aguilar
Director
Departamento de Diseño
Universidad Iberoamericana

Ing. Luis F. Cervantes Coste
Presidente y Director General
Finacces México, S.A. de C.V.

Departamento de Diseño
CARTA COMPROMISO

Proyecto de Vinculación 3M

El Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana, y 3M México, S.A. de C.V., suscriben la presente como un acuerdo de colaboración para la realización de un proyecto de vinculación para el posicionamiento y comunicación visual de la línea de esponjas para cuerpo Nexcare de 3M. Los compromisos contraídos en buena fe, por ambas partes se mencionan a continuación:

Por parte del Departamento de Diseño:

- Desarrollar una estrategia de comunicación y promoción para la línea de artículos esponjas para baño Nexcare, que incluya:
Investigación de los posibles usuarios.
Estrategia de Comunicación y Posicionamiento.
Materiales punta de venta.
Propuestas, a nivel storyboard, para medios audiovisuales (spot t.v.).
Otros materiales que complementen la estrategia.
- Promover esta marca con los alumnos y profesores del Departamento de Diseño.

Por parte de 3M:

- Ser parte del proceso del desarrollo y evaluación constante del proyecto y apoyar a los alumnos y profesores que participarán en el mismo.
- Realizar un donativo en efectivo o especie para la Universidad Iberoamericana A.C. por un monto de \$30,000.00
- Dar crédito al trabajo realizado por los alumnos, quienes tendrán la propiedad intelectual de los materiales.

Complementan esta carta la firma de ambas partes para establecer el acuerdo.

Mtro. Jorge Meza Aguilar
Director
Departamento de Diseño
Universidad Iberoamericana
C.P. 01210 México D.F

3M México, S.A. de C.V.
Gerente de Mercadotecnia y Ventas
Avenida Santa Fe No. 190
Colonia Santa Fe

Anexo II. Carta confidencialidad – Derechos

Se incluye convenio con Motorola

CONVENIO GENERAL DE COLABORACIÓN QUE CELEBRAN POR UNA PARTE **MOTOROLA INDUSTRIAL LTDA.**, EN ADELANTE DENOMINADA "MOTOROLA", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL SR. LUIS ANTONIO ROBERTO CORVINI, DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS, Y POR LA OTRA PARTE, **UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, A. C.**, EN ADELANTE DENOMINADA "LA UIA", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR SU VICERRECTOR ACADÉMICO, DR. JAVIER PRADO GALÁN, S. J., Y DE FORMA CONJUNTA SEÑALADAS COMO LAS PARTES, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES:

I. Declara MOTOROLA a través de su representante legal que:

- I.1 Es _____.
- I.2 Su representante _____.
- I.3 Su misión es _____.
- I.4 Tiene su domicilio en Rodovia SP 340 KM 128-7 A, Bairro Tanquinho, Jaguariuna, São Paulo, Brasil.
- I.5 Es su voluntad celebrar el presente Convenio y obligarse conforme a sus términos.

II. LA UIA declara a través de su representante legal:

- II.1 Que es una Asociación Civil constituida de conformidad con las leyes de los Estados Unidos Mexicanos, el 20 de septiembre de 1954, mediante la escritura pública No. 766, otorgada ante la fe del Lic. Manuel Borja Soriano, quien fuera Notario Público No. 78 del Distrito Federal, y cuyos estatutos sociales fueron modificados mediante escritura pública No. 27,586 de fecha 1º octubre de 2003, otorgada ante la fe del Lic. Jorge Alfredo Ruiz del Río Escalante, Notario Público No. 168 del Distrito Federal, y cuenta con reconocimiento de validez oficial de estudios de bachillerato y de educación superior que imparte en el territorio nacional, por Decreto Presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de abril de 1981.
- II.2 Que su representante legal cuenta con todas las facultades necesarias para la celebración de este Convenio, las cuales no le han sido limitadas o restringidas en forma alguna, según consta en escritura pública No. 28,363 de fecha 1º de abril de 2004, otorgada ante la fe del Lic. Jorge Alfredo Ruiz del Río Escalante, Notario Público No. 168 del Distrito Federal, y que dichas facultades no le han sido revocadas ni modificadas en forma alguna hasta la fecha.
- II.3 Que tiene entre sus fines la investigación, la docencia, la difusión cultural y la prestación de servicios académico-profesionales, de acuerdo con los valores establecidos en su Ideario.

- II.4 Que tiene su domicilio en Prolongación Paseo de la Reforma No. 880, Col. Lomas de Santa Fe, C. P. 01210, Delegación Álvaro Obregón, México, Distrito Federal.
- II.5 Que es su voluntad celebrar el presente Convenio y obligarse conforme a sus términos.

Expuesto lo anterior, las partes convienen en sujetar sus compromisos en los términos y condiciones previstos en las siguientes:

CLÁUSULAS:

PRIMERA. OBJETO

El presente Convenio tiene como objeto establecer las bases y criterios para el desarrollo del "PROYECTO MOTOLAB", en adelante denominado "EL PROYECTO", de acuerdo a lo establecido en el Anexo "1" de este Convenio, el cual firmado por las partes, forma parte integral del presente instrumento.

SEGUNDA. OBLIGACIONES DE MOTOROLA

1. Dar seguimiento a EL PROYECTO durante su desarrollo en LA UIA, estableciendo por lo menos 4 (cuatro) sesiones de retroalimentación durante todo el periodo en el cual se lleve a cabo dicho proyecto, ya sea presencial o por algún otro medio, como puede ser videoconferencia.
2. Establecer en la primera sesión el día 8 de agosto de 2005 el objetivo de EL PROYECTO y proporcionarlo por escrito a los alumnos y profesores participantes de LA UIA.
3. Participar en la presentación final de EL PROYECTO para evaluar los resultados finales del mismo y determinar los tres mejores proyectos que serán premiados.
4. Aportar a LA UIA el monto total del costo de EL PROYECTO, el cual asciende a la cantidad de USD\$6,660.00 (seis mil seiscientos sesenta dólares de los Estados Unidos de América 00/100), los cuales serán depositados a la cuenta del fondo del programa académico de Diseño Industrial del Departamento de Diseño de LA UIA.
5. Otorgar el reconocimiento correspondiente a las personas que desarrollen y realicen EL PROYECTO.
6. En el caso de que LA UIA sea condenada judicialmente al pago de cualquier multa de naturaleza laboral, de seguridad social o tributaria relacionada con el objeto del presente Convenio y derivada de reclamaciones por parte del personal de MOTOROLA o del incumplimiento de MOTOROLA a sus obligaciones fiscales conforme a la legislación mexicana, MOTOROLA deberá resarcirla inmediatamente, de todos los gastos, incluidos los honorarios aplicados para el juicio de defensa, incluyendo gastos de los abogados y eventuales indemnizaciones a ser pagadas al demandante. En caso de que ocurra una condena derivada de reclamaciones por parte del personal de MOTOROLA o del incumplimiento de MOTOROLA a sus obligaciones fiscales conforme a la legislación mexicana, MOTOROLA deberá rembolsar a LA UIA todos los gastos referentes al proceso judicial, incluidos los honorarios de los abogados en un plazo

de cinco días hábiles, contados a partir de que LA UIA acredite mediante recibos y facturas haber realizado el pago.

TERCERA. OBLIGACIONES DE LA UIA

1. Asignar como responsable de EL PROYECTO al Mtro. Ariel Méndez Brindis, Coordinador de la licenciatura en Diseño Industrial.
2. Seleccionar a 31 (treinta y uno) estudiantes del 6° (sexto) semestre de la Licenciatura en Diseño Industrial del Departamento de Diseño de LA UIA para participar en EL PROYECTO.
3. Asignar a 5 (cinco) académicos del Departamento de Diseño para el apoyo y supervisión de EL PROYECTO.
4. Desarrollar dentro de la materia de Diseño Industrial VI, propuestas de diseño que respondan al proyecto entregado en un principio por MOTOROLA.
5. Entregar en las instalaciones de LA UIA los resultados de EL PROYECTO el día 8 de diciembre de 2005.
6. Enviar a MOTOROLA la factura correspondiente por cada una de las aportaciones económicas que MOTOROLA entregue a LA UIA.
7. Responsabilizarse de los recursos humanos, financieros o materiales, requeridos en las actividades del presente Convenio, conforme lo especificado en el Anexo "1" de este Convenio, el cual firmado por las partes, forma parte integral del presente instrumento.
8. Proporcionar, de acuerdo a sus posibilidades, los espacios físicos y la infraestructura necesaria para el desarrollo de las actividades del presente Convenio.
9. Asignar personal debidamente capacitado para la ejecución de EL PROYECTO.
10. Proporcionar a MOTOROLA o a terceros autorizados por ésta, por escrito, todos los documentos elaborados o compilados, todos los prototipos, procesos o sistemas desarrollados, derivados de EL PROYECTO.
11. En el caso de que MOTOROLA sea condenada judicialmente al pago de cualquier multa de naturaleza laboral, de seguridad social o tributaria relacionada con el objeto del presente Convenio y derivada de reclamaciones por parte del personal de LA UIA o del incumplimiento de LA UIA a sus obligaciones fiscales conforme a la legislación mexicana, LA UIA deberá resarcirla inmediatamente, de todos los gastos, incluidos los honorarios aplicados para el juicio de defensa, incluyendo gastos de los abogados y eventuales indemnizaciones a ser pagadas al demandante. En caso de que ocurra una condena derivada de reclamaciones por parte del personal de LA UIA o del incumplimiento de LA UIA a sus obligaciones fiscales conforme a la legislación mexicana, LA UIA deberá rembolsar a MOTOROLA todos los gastos referentes al proceso judicial, incluidos los honorarios de los abogados en un plazo de cinco días hábiles, contados a partir de que MOTOROLA acredite mediante recibos y facturas haber realizado el pago.
12. Mantener controlado el acceso a las áreas en donde se lleven a cabo las actividades y/o proyectos de MOTOROLA, de forma que se permita que únicamente las personas autorizadas tengan acceso a los proyectos y actividades referidas.

CUARTA. LÍMITES Y COSTOS

El costo de EL PROYECTO es de USD\$6,660.00 (seis mil seiscientos sesenta dólares de los Estados Unidos de América), los cuales serán proporcionados por MOTOROLA 60 (sesenta) días después de que el contrato haya sido recibido por MOTOROLA y atendidos los requisitos legales necesarios aplicables.

1. Los depósitos se realizarán a la cuenta:

Número de cuenta	F125003
Nombre de la cuenta	Diseño Industrial
Departamento	Diseño (125)
Responsable	D. I. Patricia Espinosa Gómez

El impuesto al valor agregado (I.V.A.) u otro impuesto similar requerido a ser aplicado o acumulado en la cantidad del precio podrá ser aportado por LA UIA o por MOTOROLA como sea adecuado bajo las leyes correspondientes en la ciudad de la parte que reciba el dinero, a la tasa entonces determinada por las leyes fiscales. Una retención de impuesto a ser retenido bajo las leyes en la ciudad de São Paulo, Brasil, deberá ser a cuenta de MOTOROLA.

QUINTA. PREMIOS

Los mejores proyectos serán elegidos en primera instancia por el responsable de EL PROYECTO por parte de MOTOLAB. En segunda instancia y con menor injerencia, por parte de los profesores titulares de la materia de Diseño Industrial VI de LA UIA. Los tres mejores proyectos recibirán como premio 9 (nueve) teléfonos celulares MOTOROLA, en el entendido de que cada proyecto será trabajado por tres alumnos.

SEXTA. RELACIÓN LABORAL

Las partes convienen en que este Convenio no podrá interpretarse de ninguna manera como constitutivo de ningún tipo de asociación o vínculo de carácter laboral entre las partes, y que la relación laboral se mantendrá en todos los casos entre la institución contratante y su personal respectivo, aun en los casos de trabajos realizados conjuntamente y que se desarrollen en las instalaciones o con equipo de cualquiera de las instituciones. En ningún caso podrá considerarse a la otra parte como patrón sustituto, quedando fuera de toda responsabilidad en asuntos relacionados con dicho personal, debiendo la institución que contrató al trabajador de que se trate, sacar en paz y a salvo a la otra institución en caso de conflictos laborales provocados por personal de la primera.

SÉPTIMA. PROPIEDAD INTELECTUAL

El producto final, objeto de este Convenio, será propiedad exclusiva de MOTOROLA, incluyendo productos, conceptos, sistemas, procesos y diseños, de acuerdo con lo siguiente:

Todos los datos, procesos, técnicas, tecnología, *Know-how*, marcas, patentes o cualquier otro bien de propiedad intelectual e industrial, propiedad de LA UIA, que ésta vaya a utilizar para la ejecución de cada proyecto, seguirá siendo de su propiedad

exclusiva, por lo que MOTOROLA no podrá utilizarlos, explotarlos, cederlos, transferirlos, alienarlos o divulgarlos, sin el consentimiento previo y por escrito de LA UIA.

Todos los datos, procesos, técnicas, tecnología, *know-how*, marcas patentes y cualquier otro bien de propiedad intelectual e industrial, propiedad de MOTOROLA, que LA UIA vaya a utilizar para la ejecución de cada proyecto, continuará siendo propiedad exclusiva de MOTOROLA, por lo que LA UIA no podrá cederlos, transferirlos, alienarlos o divulgarlos, sin el consentimiento previo y por escrito de MOTOROLA.

Las partes reconocen y acuerdan que MOTOROLA será la titular exclusiva de los derechos (incluidos derechos de patente, derechos patrimoniales de autor, *software*, derechos industriales, secretos de negocio y marcas derivadas de cualquier trabajo o actividad relacionada con EL PROYECTO objeto de este Convenio, así como las conclusiones y resultados de EL PROYECTO, incluyendo mas no limitando, cualquier texto, descubrimiento, proyecto, dato, técnica, diseño, modelo, *know-how*, programa de computación, topografía de circuitos integrados, fórmula, memoria, descubrimiento, máquina, proceso, producto, innovación, invención, modelo de utilidad y semejantes (en adelante referidos colectivamente como "invenciones") sean o no patentables o protegidos por otros derechos de propiedad intelectual (usos, reproducciones, derechos de negocio que pudieran requerir derechos de propiedad intelectual). Las partes reconocen y acuerdan que LA UIA será la titular exclusiva de los derechos morales (de autor, no derechos de comercialización que son propiedad de MOTOROLA) derivados de las actividades que realice derivadas de cualquier trabajo o actividad relacionada con EL PROYECTO objeto de este Convenio, así como de las conclusiones y resultados de EL PROYECTO.

En razón de los recursos invertidos por MOTOROLA, en la cooperación científica y tecnológica objeto de este Convenio, LA UIA cede y transfiere íntegramente a MOTOROLA las invenciones protegidas por derechos de autor, derivadas del presente Convenio y de sus anexos, de acuerdo con la ley mexicana, a título perpetuo, para utilizarlo en cualquier medio, en cualquier idioma, en cualquier país, para un número ilimitado de copias, libre de cualquier cargo de impuestos. LA UIA autoriza también a MOTOROLA a modificar, por sus medios o por intermediación de terceros, las invenciones protegidas por derechos de autor, incluyendo, mas no limitando, adaptaciones y traducciones de textos a otros idiomas, a criterio exclusivo de MOTOROLA, señalando claramente que dichas modificaciones, adaptaciones, etc., no fueron realizadas por LA UIA.

LA UIA acuerda en informar inmediatamente a MOTOROLA todas las invenciones y acuerda firmar cualquier o realizar cualquier acto, durante o después de la vigencia de este Convenio que pueda ser necesario o deseable para que se reconozca la titularidad de MOTOROLA sobre las invenciones. LA UIA asistirá a MOTOROLA, con cargo a MOTOROLA, para la obtención, manutención, ejecución y defensa de cualquier derecho sobre las invenciones. La rescisión o término de este Convenio de Cooperación no afectará lo dispuesto en esta cláusula.

MOTOROLA será única y exclusivamente responsable, y a su criterio, de la solicitud de registro o de patente de cualquiera de las invenciones en Brasil o en el exterior, por la

concesión de licencias de las invenciones a terceros y por la explotación comercial de las invenciones. Asimismo, MOTOROLA será responsable del pago de dichos actos.

LA UIA no podrá ceder, transferir, divulgar o alienar ninguna de las invenciones o parte de las mismas a terceros sin el consentimiento previo y por escrito de MOTOROLA. MOTOROLA acuerda autorizar el uso no comercial por parte de LA UIA de las invenciones para fines exclusivos de investigación y estudios científicos. Cualquier descubrimiento, mejora, avance, texto, descubrimiento, proyecto, dato, técnica, diseño, modelo, *Know-how*, programa de computación, topografía de circuitos integrados, fórmula, desarrollo, máquina, proceso, producto, innovación, invención, modelo de utilidad y semejantes desarrollados por LA UIA con base o a partir de las invenciones propiedad de MOTOROLA no podrán ser explotados comercialmente, divulgados, licenciados, cedidos o transferidos a ningún tercero sin la autorización previa y por escrito de MOTOROLA.

En caso de trasgresión de las invenciones por terceros, o en caso de que cualquier tercero alegue que las invenciones afectan cualquier derecho de propiedad intelectual, LA UIA apoyará a MOTOROLA en la defensa de sus derechos sobre las invenciones, a solicitud y costo de MOTOROLA, y aportará a MOTOROLA cualquier información, documento o dato pertinente que MOTOROLA juzgue necesarios.

La presente cláusula sólo podrá ser modificada a través de documento firmado por los representantes legales de las partes.

Ninguna de las partes podrá utilizar la marca, logotipos o emblema de la otra parte en publicaciones ni programas si antes no está autorizado o expresamente convenido por escrito entre las partes.

OCTAVA. CONFIDENCIALIDAD

MOTOROLA y LA UIA convienen en no revelar o divulgar a ninguna persona física o moral la información de carácter confidencial a la que tuvieron acceso los involucrados por parte de ambas instituciones, ya sea en forma escrita o verbal, directa o indirectamente y a utilizarla única y exclusivamente para el propósito o fin para el cual les fue proporcionada. Lo anterior de conformidad a lo dispuesto en el Anexo "2" de este Convenio, el cual firmado por las partes, forma parte integral del mismo (Confidencialidad).

NOVENA. REPRESENTANTES INSTITUCIONALES Y RESPONSABILIDAD OPERATIVA

Para todo lo relacionado con el presente Convenio, las partes designan a los siguientes encargados, y en el futuro a quienes los sustituyan en sus funciones:

Como representantes institucionales:

Por MOTOROLA, a María Beatriz Ardinghi, Sr Industrial Designer, R&D Motorola Industrial-PCS Latin America.

Por LA UIA, a su Director de Cooperación Académica, Mtro. Luis Núñez Gornés.

Como responsables operativos:

Por MOTOROLA, María Beatriz Ardinghi, Sr Industrial Designer, R&D Motorola Industrial-PCS Latin America..

Por LA UIA, a su Directora del Departamento de Diseño, Mtra. Patricia Espinosa Gómez.

DÉCIMA. AVISOS Y NOTIFICACIONES

Todos los avisos y notificaciones con relación a este Convenio serán por escrito con acuse de recibo a los domicilios señalados en las declaraciones del presente documento. En caso de que cualquiera de las partes cambie de domicilio deberá notificarlo a la otra parte, de no ser así, cualquier notificación realizada en los domicilios antes señalados será considerada como efectivamente realizada.

UNDÉCIMA. RESCISIÓN, VIGENCIA Y TERMINACIÓN ANTICIPADA

El presente Convenio tendrá una vigencia de 6 (seis) meses, contados a partir de la fecha de su firma, pudiendo ser prorrogado a través de un Addendum firmado para este fin.

El presente Convenio, sus programas de trabajo y anexos podrán ser rescindidos en cualquier momento, por cualquiera de las partes, en el momento que así lo desee, por el incumplimiento de la otra parte a cualquiera de las obligaciones a su cargo derivadas de este Convenio, manifestando su intención a la otra parte, por escrito, con una antelación mínima de 30 (treinta) días hábiles a la fecha efectiva de rescisión.

En caso de rescisión, las partes establecerán, por escrito, las condiciones y las respectivas responsabilidades sobre las obligaciones asumidas relacionadas con el presente Convenio que a la fecha de la rescisión se encuentren en vigor, mediante la entrega de un informe técnico parcial de los proyectos en cuestión.

En caso de que este Convenio y/o sus anexos sean rescindidos por causa de LA UIA, provocando daños a MOTOROLA y/o a terceros debidamente comprobados, será promovida, a cargo de LA UIA, su revisión y resarcimiento de los daños, resultado de decisión judicial. En caso de que este Convenio y/o sus anexos sean rescindidos por causa de MOTOROLA, provocando daños a LA UIA y/o a terceros debidamente comprobados, será promovida, a cargo de LA UIA, su revisión y resarcimiento de los daños.

Será facultad de MOTOROLA, en caso de optar por la rescisión de este instrumento, el derecho de suspender la ejecución de las actividades y solicitar el reembolso de los pagos no devengados, hasta que LA UIA cumpla íntegra y satisfactoriamente, con la condición contractual infringida. Una vez que LA UIA cumpla, MOTOROLA entregará nuevamente a LA UIA la cantidad que ésta le reembolsó.

Ninguna de las partes será responsable por daños indirectos o uso lucrativo derivado del presente instrumento.

DUODÉCIMA. CESIÓN DE DERECHOS Y OBLIGACIONES

Las partes no podrán ceder o transmitir los derechos y las obligaciones derivados del presente Convenio, salvo que cuenten con la autorización previa y por escrito de la otra parte.

DECIMOTERCERA. CASO FORTUITO O FUERZA MAYOR

Queda expresamente pactado que las partes no serán responsables de ningún retardo o incumplimiento de las obligaciones contraídas conforme a este Convenio cuando se vean impedidas para ello por caso fortuito o fuerza mayor. En estos supuestos, la parte afectada deberá notificarlo a la otra parte tan pronto como le sea posible, así como tomar las provisiones que se requieran para el remedio de la situación de que se trate.

Una vez superados estos eventos se reanudarán las actividades en la forma y términos que determinen las partes

DECIMOCUARTA. MODIFICACIONES Y ADICIONES

Este Convenio podrá ser modificado mediante acuerdo por escrito entre las partes. Dichas modificaciones o adiciones entrarán en vigor a partir de la fecha de su firma.

DECIMOQUINTA. DEFINITIVIDAD

Este Convenio constituye la voluntad de las partes y sustituye en su totalidad cualquier otro acuerdo verbal o escrito celebrado con anterioridad, por lo que las partes lo consideran como definitivo.

DECIMOSEXTA. DISPOSICIONES GENERALES

MOTOROLA se reserva el derecho de realizar visitas a fin de verificar si los términos y las condiciones de EL PROYECTO están de conformidad con lo definido y acordado por las partes en el presente Convenio. MOTOROLA deberá avisar previamente y por escrito a LA UIA de dichas visitas, con cuando menos 15 (quince) días naturales de anticipación a la fecha efectiva de la visita.

DECIMOSÉPTIMA. INTERPRETACIÓN Y JURISDICCIÓN

Las partes manifiestan que el presente Convenio es producto de su buena fe, por lo que realizarán todas las acciones posibles para su debido cumplimiento; en caso de presentarse alguna discrepancia sobre su interpretación o cumplimiento, voluntariamente y de común acuerdo designarán un árbitro para que decida sobre la controversia surgida. Los honorarios del árbitro serán cubiertos en partes iguales por los signatarios del presente instrumento.

En caso de que en un plazo de 20 (veinte) días hábiles desde el surgimiento de la controversia no se haya designado al árbitro, las partes estarán en libertad de acudir a las instancias legales y judiciales correspondientes, para lo cual se someterán expresamente a las leyes aplicables y tribunales competentes de la ciudad de México, Distrito Federal, renunciando a cualquier otro fuero o legislación que pudiera

corresponderles por razón de sus domicilios presentes o futuros o por cualquier otra causa.

LEÍDO QUE FUE EL PRESENTE CONVENIO POR LAS PARTES Y UNA VEZ ENTERADAS DE SU CONTENIDO, LO FIRMAN, POR DUPLICADO, EN LA CIUDAD DE MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, A LOS ____ DÍAS DEL MES DE AGOSTO DE 2005 Y EN LA CIUDAD DE SÃO PAULO, BRASIL A LOS _____ DIAS DEL MES DE AGOSTO DE 2005.

MOTOROLA INDUSTRIAL LTDA.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, A. C.

SR. LUIS ANTONIO ROBERTO CORVINI
Director de Recursos Humanos

DR. JAVIER PRADO GALÁN, S. J.
Vicerrector Académico

Anexo III. Formulario de Ingreso de proyecto.

A continuación se muestra el formato impreso que es utilizado por Diseño Industrial, así como los datos que son solicitados en el Sitio Web.

1 Proyecto

Nombre:

Mobiliario en acero inoxidable para aeropuertos y centros comerciales.

Objetivo.

Dar a conocer las aplicaciones del acero inoxidable entre los alumnos de diseño industrial VII.

Aplicar el acero inoxidable en el diseño de mobiliario para aeropuertos y centros comerciales a partir de tres temáticas: Carritos porta-equipaje para salas de abordar y duty-free en aeropuertos, Centros de trabajo para Lap-top en aeropuertos y centros de convenciones, y Carritos porta-compras para centros comerciales.

2 Empresa o Institución

Nombre:

CENDI (Centro Nacional para el Desarrollo del Acero Inoxidable)

Teléfono: 01 444 824 1646

Dirección:

Av. Industrias No. 4090

Zona Industrial, 1ª Sección

78395, San Luis Potosí, S.L.P.

3 Datos del Contacto Responsable

Nombre: Adrián Argüelles Arámburu

Teléfono: 01 444 824 1646, e. 107

E.mail: proyectos@cendi.org.mx

4 Profesor Responsable

Nombre. Tonatiuh Navarro Mastache
Materia. Diseño Industrial VII

Objetivos Académicos.

Desarrollar el proceso de diseño para el proyecto de vinculación con el CENDI, incluyendo investigación, análisis de productos existentes, generación de alternativas, diseño definitivo, comunicación de resultados y costeo de la producción, con énfasis en la resolución de los procesos productivos implicados en la fabricación con acero inoxidable.

Proyecto 1: Carrito porta-equipaje para salas de abordar y duty-free en aeropuertos.

Proyecto 2: Centro de trabajo para Lap-Top en aeropuertos y centros de convenciones.

Proyecto 3: Carrito porta-compras para centros comerciales.

5 Datos del Proyecto

Fecha de Inicio. 10 de enero de 2006

Fecha de Entrega. 15 de marzo de 2006

Alcances del proyecto. Modelo escala 1:2, planos, renders, costeo de la producción y presentación ejecutiva.

6 Comentarios

Se anexa transcripción literal de los comentarios el Director del CENDI, Fernando Correa Carrillo quien asistió a la presentación ejecutiva de los 17 proyectos desarrollados:

"Tonatiuh:

"Te escribo para reiterarte por este medio que me llevé una muy grata sorpresa e impresión de los trabajos que hoy presentaron los alumnos de tu grupo.

"Como les comenté pude intuir que detrás de los proyectos hubo interés, dedicación, creatividad y entusiasmo por parte de los alumnos así como línea de tu parte para que así tomaran el compromiso. Te agradezco el resultado que dirigiste y me voy muy contento con el mismo.

"Las dos empresas asociadas al CENDI que asistieron, como te lo comentaron personalmente, también se llevaron una muy buena impresión.

"Espero que el esquema de colaboración con ustedes continúe fortaleciéndose en actividades con resultados tan concretos como el de tu grupo. Avanzamos un paso más, no sólo difundimos la información del inoxidable, lograste que el alumno desarrollara su creatividad y actitud propositiva y me parece que continuar por ese camino puede potencializar los beneficios para el alumno, el maestro, la UIA y el CENDI.

"Gracias por tus atenciones y acompañamiento en el proceso, saludos y felicidades

"Fernando

***"Ing. Fernando Correa Carrillo
CENDI***

Director

Tel: (444) 8-24-11-82 ext 105

Fax: (444) 8-24-11-82 ext 111

direccion@cendi.org.mx

www.cendi.org.mx "

**Datos a Ingresar en www.dis.uia.mx/vinculacion.php
(Sitio de registro de proyectos del Departamento de
Diseño)**

Proyecto

*Nombre del Proyecto:

*Objetivo:

Empresa o institución

*Nombre de la Empresa o Institución:

Datos del Contacto Responsable

*Nombre del Contacto:

Teléfono del Contacto:

Correo Electrónico del Contacto:

Teléfono:

Dirección:

RFC:

Profesor Responsable

Profesor:

Cuenta del Profesor:

Materia:

Objetivo Académico:

Datos del Proyecto

Fecha de inicio:

Fecha de entrega:

Alcances:

Fecha de presentación:

Fecha estimada de entrega:

Tabla de tiempos:

Comentarios:

Estatus del Proyecto:

Si el proyecto se completó, describa
comentarios finales:

Carta Terminación Proyecto

Si No

Anexo IV. Recibo de Aportación

RECIBO DE APORTACIÓN

Fecha: _____ del 2005.

Recibí de _____,
con domicilio en _____,
Código Postal _____ y RFC _____, la cantidad de
\$ _____ (_____00/100 M.N.) misma que
deberá ser depositada en la cuenta con número a 18 dígitos
_____, aperturada en el Banco _____, a
nombre de _____, por concepto de la aportación
para apoyar el proyecto número _____, derivado del Convenio de
Colaboración número _____ de fecha _____ del 2005,
correspondiente al Fondo PyME del mes de _____ del 2005.

ATENTAMENTE
(C a r g o)

(Nombre completo y firma)

Responsable para seguimiento por el organismo:

Nombre:

Cargo:

Teléfono:

Correo electrónico:

Anexo V. Solicitud de Apoyo

Solicitud de apoyo a PROYECTA, Centro Consultor de Diseño e Innovación.

Proyectos de vinculación.

Depto. de Diseño – UIA.

Los solicitantes que requieran apoyos deberán proporcionar la siguiente información al **Centro Consultor de Diseño e Innovación** del Departamento de Diseño.

Información general (obligatoria).

1. Nombre de la PyME, Asociación u Organismo.
2. Actividad principal.
3. Tipo de entidad (pública o privada) y personalidad jurídica (personas físicas con actividades empresariales, personas morales constituidas en S.A. de C.V., S.C., I.A.P. o A.C.).
4. Tipo de actividades que realizan.
5. Datos y antecedentes de la organización.
6. Año de constitución, instalaciones, personal, productos o servicios que ofrece.
7. Experiencias y estrategia en materia de promoción del diseño.
8. Capacidades y experiencia del solicitante en proyectos de este tipo.

Descripción del Proyecto.

- Nombre, objetivo(s) y alcances del proyecto.
- Breve descripción del proyecto.
- Acciones a desarrollar (listado de las posibles actuaciones de diseño).
- Fases del proyecto, calendario y plan de trabajo previsto para su realización.
- Adecuación con la estrategia de la asociación, empresa u organismo.

Impacto del Proyecto.

- Resultados esperados (listado).
- Incidencia de la actuación en la mejora del proceso de gestión del diseño e innovación en la empresa u organismo.
- Acciones previstas para la comunicación o difusión de los resultados del proyecto.

Costos y Operación.



- Detallar los posibles servicios o apoyos externos que se necesitan para la realización del proyecto.
- Relación del personal del organismo solicitante que intervendrá en el proyecto, tareas a realizar y tiempo de dedicación.
- Descripción de otros gastos necesarios para la realización del proyecto.

Valoración del Proyecto.

- Adecuación del proyecto a los fines y objetivos de la estrategia general de la empresa u organización.
- Plan de comunicación y difusión de los resultados a la sociedad.
- Vinculación del proyecto a los objetivos del CCDI y del Depto. de Diseño.

Viabilidad.

- Coherencia del costo del proyecto con los objetivos a alcanzar.
- Definición del proyecto, sus fases y plan de trabajo y de ejecución.
- Dimensión equilibrada de los recursos humanos y de las inversiones necesarias respecto al alcance de la acción.
- Oportunidad que representa la aplicación y difusión de los resultados esperados del proyecto.
- Adecuación de los objetivos del proyecto a las áreas de actuación del CCDI.

Anexo VI. BRIEF

Este anexo contiene un ejemplo de Brief contestado para Diseño Industrial, así como los puntos básicos a incluir para un proyecto de Diseño Gráfico.

Brief de diseño para el proyecto Blue Light

Deberá contemplar los puntos siguientes:

1. **Introducción del tema.** Porque surge la necesidad del diseño y que beneficios espera el cliente.
2. **Perfil del usuario** del nuevo producto, niveles socioeconómicos, rangos de edad, hábitos de consumo.
3. **Números de producción esperados, precio de venta objetivo. Expectativa de vida útil del producto.**
4. **Especificación técnica**
Partes estándar para ser utilizadas en el producto. Dimensiones, requerimientos de ensamble y funcionamiento.
 - Inputs, outputs
 - Displays
 - Controles
 - Tecnología de operación
 - Consumibles
5. **Análisis de experiencias previas**
Aciertos y deficiencias de productos propios comparables y competidores
 - Desempeño
 - Materiales y manufactura
 - Imagen
6. **Requerimientos de Branding**
 - Valores de la empresa (ej. Ambientales)
 - Expectativas de estilo
 - Uso de color
 - Uso de gráficos
7. **Normas y estándares requeridos**
8. **Requerimientos de distribución y venta**
 - Empaque
 - Transporte
 - Canales de distribución

9. Directorio de asesores y recursos

Programa de Trabajo

Fecha	Tema	Objetivo	Evaluación	
Agosto 6	Presentación del curso	Conocer el tema y los objetivos académicos del proyecto		
8	Kick off. Planteamiento del proyecto por Blue Light	Conocer la visión del "cliente"		
10	Investigación del usuario	Conocer el comportamiento del consumidor		
13	Investigación del usuario	Conocer necesidades y deseos del usuario		
15	Investigación de productos existentes en el mercado	Conocer el entorno competitivo		
17	Análisis de ingeniería de producto.	Conocer los requisitos tecnológicos alrededor del proyecto.		
20	Visitas	Conocer la situación de producción, proveeduría y distribución actual		
22				
24	Elaboración de síntesis	Definir parámetros de diseño		
27	Presentación de Investigación y síntesis Evaluación de etapa Participación de Elektra	Presentar las conclusiones de la etapa de investigación. Establecer marco conceptual del proyecto		20%
29	Exploración conceptual	Generar mediante bocetos, posibles soluciones de diseño involucrando: Estudio formal, tecnología, usabilidad.		
31				
Septiembre 3				
5				
7				
10	Desarrollo de alternativas	Establecer las bases para el desarrollo final. Definir materiales y tecnologías de producción		
12				
14				
14	Presentación de alternativas Evaluación de etapa Participación de Elektra	Selección para desarrollo definitivo	20%	
19	Modificaciones			
21	Estudio de factores humanos. Especificación de factores tecnológicos	Aproximar dimensiones reales a partir elementos de factores humanos		
24	Estudio de factores tecnológicos	Aproximar dimensiones reales a partir de factores de función		
26	Presentación de planos previos	Generar información para mock up		
28	Desarrollo de mock up	Comprobar volúmenes, interfaces, etc		
Octubre 1				
3				
5				
8				
10	Desarrollo de planos	Especificar dimensiones, cortes, detalles, ensambles, materiales, procesos y acabados. Se requieren planos ortogonales, despieces isométricos y tablas de		
12				

15		especificación	
17	Entrega de planos y mock up Evaluación de etapa Participación de Elektra	Presentar especificaciones para desarrollo definitivo	20%
19	Modificaciones		
22	Ejecución de Presentación final	Desarrollar modelo aparente, planos definitivos y renders finales	
24			
26			
Noviembre 5			
7			
9			
12			
14			
16			
21			
23			
26			
28	Preentrega	Evaluación previa a impresión y acabado de modelo	Requisito para evaluación final
30	Elaboración de láminas de presentación. Fotografiado de modelos	Preparar muestra para presentación final (incluyendo todos los entregables)	
Diciembre 3			
5	Entrega final Evaluación de etapa Participación de Elektra	Evaluación final, entrega de reconocimientos	40%

Alcances

- Investigación y síntesis
- Bocetos de exploración
- Renders de concepto a desarrollar y mock up
- Planos de vistas generales, cortes, detalles, isométricos de despiece, tablas de especificación
- Renders finales, relación con el usuario, ventajas particulares, etc.
- Modelo aparente escala 1:1

BRIEF Diseño Gráfico

1. Información General de la empresa.
2. Objetivo del proyecto.
3. Descripción del producto o servicio.
4. Mercado Objetivo. Target. Consumidor, características
5. Competencia directa e indirecta. Quien es, que hace, cuanto tiene, que posición en el mercado ocupa.
6. Imagen de marca. ¿Se cuenta con un manual de imagen corporativa?
7. Posicionamiento.
8. Producto. Información de ingredientes, precio, atributos del producto. Ventajas diferenciales.
9. Fortalezas y debilidades del producto.
10. Empaque y envases. Colores, identificación, logo.
11. Objetivos del Marketing.
12. Promesa Básica
13. Presupuesto.
14. Tiraje
15. Información general acerca del punto de venta
16. Información acerca de temporalidad
17. Restricciones (gráficas, legales, etc.)

El contenido (textos o imágenes que serán entregados por la empresa u organización deberán entregarse a más tardar el: _____)

Anexo VII. Acuerdo de Patrocinio

19 de junio de 2006.

ACUERDO DE PATROCINIO

El Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana, a través de la Coordinación de Admisión y Microsoft, suscriben la presente como un acuerdo de patrocinio. Los compromisos contraídos en buena fe, por las partes se mencionan a continuación:

Por parte de la Coordinación de Admisión de la UIA:

- Organizar el Tercer Concurso Preuniversitario de "Diseño Digital", con el tema que definan Microsoft y el Departamento de Diseño.
Fechas:
Lanzamiento de la convocatoria: agosto 2006.
Cierre de la convocatoria: octubre 2006.
Premiación: noviembre de 2006.
- Promover el concurso con los alumnos preuniversitarios interesados en diversos medios.
- Incluir el logotipo de Microsoft y Xbox en el cartel y en las bases que aparecen en la página Web.

Por parte de Microsoft:

- Ser parte del jurado calificador del concurso.
- Impartir un taller sobre tecnología para alumnos preuniversitarios en fecha por definir.
- Patrocinio en especie para la Universidad Iberoamericana A.C. que incluye:

5 juegos Halo 2
3 kits de Xbox live
1 Visio
1 One Note

- Los premios deberán entregarse antes de la fecha de premiación.

Complementan esta carta la firma de ambas partes para establecer el acuerdo.

Lic. Jaime Bañuelos Jiménez
Coordinación de Admisión UIA

Ing.Armando Halbinger
Microsoft Education

Mtro. Jorge Meza A.
Depto. de Diseño

Anexo VIII. Procedimientos para establecer convenios y acuerdos de cooperación académica e intercambio.

Glosario

ASE. Dentro del Marco Operativo para el diseño de planes de estudio de licenciatura de la UIA Ciudad de México; Área de Síntesis y Evaluación. “Estructura que agrupa núcleos de actividades cuyo propósito básico es promover que el alumno integre, aplique y evalúe las competencias genéricas y específicas adquiridas, así como su posibilidad de aplicarlas en situaciones concretas.”

Base de Datos. Conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso. (Base de Datos, Wikipedia, 2009)

Brief. Información que la empresa entrega a la agencia de publicidad o despacho de diseño, para que estos conozcan los parámetros y requerimientos básicos del proyecto. Son los datos básicos para poder comenzar a elaborar un proyecto creativo.

Cliente. Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa. Para un diseñador, el cliente es el que contrata directamente sus servicios.

Comunicación Visual. Proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales. (Comunicación Visual, Wikipedia, 2009)

Consumidor. Persona que consume bienes y servicios. Normalmente el diseñador es contratado por su cliente para poder enviar un mensaje o crear un producto para los consumidores.

Creatividad. Capacidad y procesos de búsqueda y descubrimiento de soluciones

nuevas e inhabituales, pero con sentido, en los diversos ámbitos de la vida. (Gran Enciclopedia Salvat, 2009)

Diseño. Planificación de una acción futura, que puede ser mental o un dibujo sobre un papel. Proyecto, plan. (Gran Enciclopedia Salvat, 2009)

Diseño Gráfico. Especialidad del diseño que se ocupa de la composición de los elementos gráficos que forman una página impresa y de su reproducción por estampación. El grafista diseña los originales de carteles, catálogos, libros, marcas y logotipos. (Gran Enciclopedia Salvat, 2009).

Diseño Industrial. Elaboración del proyecto de un objeto para su fabricación industrial, se puede aplicar a cualquier objeto material del entorno físico humano. (Gran Enciclopedia Salvat, 2009). En muchos ámbitos se le define como Diseño de Producto.

Diseño Interactivo. Para la Universidad Iberoamericana, es la profesión encargada de proyectar métodos de recuperación y visualización de la información digital, integrando las tareas de distintos grupos de usuarios con la tecnología. Los proyectos de un diseñador interactivo abarcan el diseño conceptual; educación en línea; cortos animados; diseño de interfaz; diseño de sitios Web; desarrollo de sistemas de entretenimiento para videos, juegos digitales y presentaciones audiovisuales.

Diseño Textil. Área del diseño enfocada en la creación, desarrollo y conformación de hilos,

telas, vestuario, colecciones de prendas dentro del campo de la industria textil y del vestido

Diseño Web. Actividad de planificación, diseño e implementación de sitios y páginas Web

Dummy. Imitación, copia o sustituto empleado por su parecido con el original. En diseño los Dummies o prototipos son realizados como representación del objeto que será producido. Permite tanto al cliente como al diseñador visualizar el resultado

Embalaje. Acción y efecto de embalar objetos. Materiales que se emplean en esta operación. (Embalaje Ebrisa online Gran Enciclopedia Salvat, 2009)

Empaque. Incluye las actividades de diseñar y producir el recipiente o la envoltura para un producto. Su objetivo primordial es el de proteger el producto, el envase o ambos y ser promotor del artículo dentro del canal de distribución. (Definición de envase, envasado, empaque y embalaje. Quiminet.com, 2009)

Envase. Recipiente que facilita la conservación y transporte del producto que contiene, en especial un alimento. (Wikipedia, 2009). Cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia para contener alguna materia o artículo

Ergonomía. Término con que se designa la moderna ciencia del mejoramiento de las condiciones del trabajo humano en función de las facultades y limitaciones reales de los hombres que trabajan. (Ergonomía Ebrisa online Gran Enciclopedia Salvat, 2009)

Estrategia. Arte, traza para dirigir un asunto. Proviene del arte de proyectar y dirigir las

operaciones militares. (Estrategia Ebrisa online Gran Enciclopedia Salvat, 2009)

Gestión del Diseño.

Identidad Corporativa Se refiere al concepto de posicionar a una empresa. "Exige identificar y definir los rasgos de identidad, integrarlos y conducirlos a la estrategia establecida de manera congruente... toda empresa o institución tiene una personalidad o identidad corporativa. Esta identidad se transmite mediante cualquier acto comunicacional de la empresa" (Corporate Identity Portal : Identidad Corporativa, 2009)

Identidad Visual. Componente de la Identidad Corporativa que define la dimensión visual de la misma. Signos de identificación de una organización, que asocian a la imagen el concepto de representación visual de la misma a partir de su marca, logotipo, siglas, nombre corporativo, mobiliario, uniformes, etc.

Imagen Corporativa. Se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa"

Innovación. Introducción de combinaciones nuevas de los factores de producción que pone en práctica el empresario y modifica profundamente el sistema productivo anterior. (Innovación, teoría de la. Ebrisa online Gran Enciclopedia Salvat, 2009).

Interfaz. En software, parte de un programa que permite el flujo de información entre un usuario y la aplicación, o entre la aplicación y otros programas o periféricos. También hace referencia al conjunto de métodos para lograr

interactividad entre un usuario y una computadora. (Interfaz, Wikipedia, 2009)

MiPyME. Micro, pequeña y mediana empresa.

Multimedia. Aquello que utiliza o está relacionado con varios medios de comunicación (grupos multimedia; publicidad multimedia). Programas informáticos de aplicación en los que la comunicación con el usuario se establece mediante medios visuales y sonoros, y de la tecnología informática que permite la implementación de tales programas. (Multimedia Ebrisa online Gran Enciclopedia Salvat, 2009)

Pasarela. Pasillo estrecho y algo elevado para desfile de artistas, modelos, etc., para que puedan ser contemplados por el público. (Pasarela Ebrisa online Gran Enciclopedia Salvat, 2009)

PIB. Producto Interno Bruto.

Prototipo. Original, ejemplar o primer molde en que se fabrica una figura u otra cosa. (Prototipo Ebrisa online Gran Enciclopedia Salvat. 2009). Dentro del proceso de diseño, el "prototipo" es realizado para mostrar al cliente de una forma clara cómo quedará el producto final, sirve además para que la persona o empresa que producirán industrialmente el producto tengan una idea clara de qué es lo que se pretende como resultado final.

PyME. Pequeña y Mediana Empresa

Señalética. Sistema de comunicación visual que a través de un conjunto de señales o símbolos guían u orientan a las personas dentro de un área determinada. Señalización

Usabilidad. La medida en la cual un producto puede ser usado por usuarios específicos para conseguir objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso especificado. La usabilidad, hace referencia, a la rapidez y facilidad con que las personas llevan cabo sus tareas propias a través del uso del producto objeto de interés (<http://www.sidar.org/recur/desdi/traduc/es/visitabile/quees/usab.htm>; mayo 2009)

Usuario. Persona que utiliza o trabaja con algún objeto o que es destinataria de algún servicio público o privado, empresarial o profesional

Bibliografía

- Bonsiepe, G. (1973) *Development through Design, working paper prepared for UNIDO at the request of ICSID, UNIDO/ITD.80*, Viena.
- Cuevas, S., Peypoch, J. & Salinas, D. (2001) *Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México, Guía Básica de Costos y Procedimientos*. México D.F.: Grupo Manuscrito, S.A. de C.V.
- Ferrer R., Inés (2009) *Contribución metodológica en técnicas de diseñar para fabricación*. España: Universitat de Girona. Consultado en E-Libro
- García P., Beatriz. (2004). *Factores de innovación para el diseño de nuevos productos en el sector juguetero*. España: Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. Consultado en e-Libro.
- H. Alpay Er (1997). *Development Patterns of Industrial Design in the Third World: A Conceptual Model for Newly Industrialized Countries*. Journal of Design History, Vol. 10, No. 3. pp. 293-307.
- Jerrard, B. (1998). *Managing New Product Innovation*. CRC Press. Consultado en ebrary.
- Marco Operativo para el diseño de planes de estudio de licenciatura de la UIA Ciudad de México*. (29 de enero de 2003). Universidad Iberoamericana. México D.F.
- Meza A., Jorge J. (2006). *El Diseño como herramienta de innovación para la PyME mexicana. Creación de un Centro Consultor de Diseño e Innovación*. Tesis de Maestría. Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Artes Plásticas. México, D.F.
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*, Harvard Business Review, Vol. 90, No. 2. Harvard, Mass.: Graduate School of Business Administration, Harvard University.
- Stoner, J.A.F., Freeman, R.E. & Gilbert, D.R. (1996) *Administración*. Sexta Edición. Edo. de México, México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Suh, N.P. (2001). *Axiomatic design: advances and applications*. New York, Oxford: Oxford University Press

Cibergrafía

- About Us / Canadian Innovation Centre*. Consultado el 25 de marzo del 2009 en:
<http://www.innovationcentre.ca/about-us>; Internet.
- About Us, Norwegian Design Council*. Consultado el 26 de marzo del 2009 en:
<http://www.norskdesign.no/about-us/category205.html>; Internet.
- Banco de México, Portal especializado de inflación*. Consultado el 20 de marzo de 2009 en:
<http://www.banxico.org.mx/PortalesEspecializados/inflacion/inflacion.html>; Internet.
- Bienvenidos a su Página del Diseñador Gráfico Mexicano, Organizaciones de Diseño*.
Consultado el 24 de marzo del 2009 en: http://www.digram.net/pagina7_org.htm;
Internet.
- Base de Datos – Wikipedia, la enciclopedia libre*. Consultado el 10 de mayo del 2009 en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Base_de_datos; Internet.
- Características principales de las unidades económicas de servicios profesionales, científicos y técnicos por entidad federativa, subsector, rama, subrama y clase de actividad*.
Consultado el 13 de marzo del 2009 en:
http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2004/cuadros/s_pctn_01.xls; Internet
- Centro de Innovación en Diseño y Tecnología – Tecnológico de Monterrey*. Consultado el 3 de noviembre del 2008, en: <http://cidyt.mty.itesm.mx/web/>; Internet
- Centro de Innovación en Diseño y Tecnología (CIDyT) – Tecnológico de Monterrey*.
Consultado el 13 de marzo del 2009, en: <http://www.itesm.edu/>; Internet.
- CMD, Incuba (2008)*. Consultado el 26 de marzo del 2009 en:
http://www.cmd.gov.ar/areas_incuba/?info=incuba; Internet
- CMD*. Consultado el 26 de marzo del 2009 en <http://www.cmd.gov.ar/cmd/>; Internet.
- Corporate Identity Portal: Identidad Corporativa*. Consultado el 21 de mayo del 2009 en
<http://www.ci-portal.de/index.php?id=8&L=5>; Internet
- Definición de envase, envasado, empaque y embalaje, quiminet.com*. Consultado el 21 de mayo del 2009 en
http://www.quiminet.com.mx/ar3/ar_Q%2582%25E9%2540%25F5%2520%253BF.htm;
Internet

- Diccionarios.com*, tus diccionarios online. Consultado el 10 de mayo del 2009 en:
<http://www.diccionarios.com>; Internet.
- Diseño Ebrisa online Gran Enciclopedia Salvat*. Consultado el 10 de mayo del 2009 en:
http://portalinstitucional.ebrisa.com/p_eb_i/articulo-S/442308
- Diseño UIA, Historia, Diseño Industrial, Departamento de Diseño, Universidad Iberoamericana*. Consultado el 6 de abril del 2009 en:
http://www.dis.uia.mx/contenido.php?id_licenciatura=2&id_seccion=1&id_contenido=10; Internet.
- Encuadre, Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico – Misión*. Consultado el 24 de marzo del 2009 en: <http://www.encuadre.org/mision.html>; Internet.
- Estructura > Crónica, CODIGRAM*. Consultado el 24 de marzo del 2009 en:
<http://www.codigram.org/>; Internet.
- Fondo PyME*. Consultado el 12 de abril del 2009 en: <http://www.fondopyme.gob.mx/>; Internet.
- Fundamentos – Licenciatura en Diseño Industrial*. Consultado el 10 de abril del 2009 en
<http://www.uia.mx/web/site/tpl-Nivel2.php?menu=adAspirantes&seccion=LDisindustrialfundamentos>; Internet.
- Gran Enciclopedia Salvat - Ebrisa Online*. Consultado el 10 de mayo del 2009 en:
<http://portalinstitucional.ebrisa.com/>; Internet.
- Historia del Departamento – Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico – Universidad Iberoamericana. (2004); Documento sin Publicar.
- Ideario de la Universidad Iberoamericana*. Consultado el 18 de abril del 2009 en
<http://www.uia.mx/web/site/tpl-Nivel2.php?menu=mgPerfil&seccion=pildeario>;
Internet.
- Informe sobre la inflación Octubre- Diciembre 2008, Banco de México*. Consultado el 20 de abril del 2009 en:
http://www.banxico.org.mx/publicaciones/JSP/b_informeInflacion.jsp; Internet.
- Mexico's Competitiveness White Paper. 2008, World Economic Forum*. Consultado el 20 de abril del 2009 en: http://www.weforum.org/pdf/Latin_America/Mexico2008.pdf;
Internet.

- Misión, Visión y Propósitos, CODIGRAM.* Consultado el 24 de marzo del 2009 en:
<http://www.codigram.org/>; Internet.
- MUMEDI, Historia.* Consultado el 26 de marzo del 2009 en: <http://www.mumedi.org/>; Internet.
- Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2012 – Documentos PDF, 2.6 Pequeñas y Medianas Empresas.* Consultado el 12 de abril del 2009 en:
<http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/index.php?page=documentos-pdf>; Internet.
- Proyectos de Vinculación, Departamento de Diseño.* Consultado el 29 de marzo del 2009 en
<http://www.dis.uia.mx/ProyVincDireccEstatus.php>; Internet.
- Quórum.* Consultado el 24 de marzo del 2009 en: <http://www.quorum.org.mx/quorum.php>;
Internet.
- Secretaría de Economía – Contacto Pyme.* Consultado el 12 de abril del 2009 en:
<http://www.economia.gob.mx/?NLanguage=es&P=7000>; Internet.
- SWOT Analysis, Wikipedia.* Consultado el 12 de abril del 2009 en:
http://en.wikipedia.org/wiki/File:SWOT_en.svg; Internet.
- Universidad Iberoamericana – Maestría en Diseño Estratégico e Innovación.* Consultado el 10 de abril del 2009 en <http://www.uia.mx/web/site/tpl-Nivel2.php?menu=adAspirantes&seccion=MDisenoestrategico>; Internet.
- Vinculación, Departamento de Diseño, Universidad Iberoamericana.* Consultado el 27 de enero del 2008, en :
http://www.dis.uia.mx/contenido.php?id_contenido=55&id_seccion=7&id_licenciatura=0; Internet.
- World Economic Forum, Growth through Innovation.* Consultado el 20 de abril del 2009 en:
http://www.weforum.org/en/knowledge/Events/2009/AnnualMeeting/KN_SESS_SUMM_27315; Internet.