

La moda y la confección en Santa Cruz(*)

El diseño curricular de la Carrera de Licenciatura en Diseño y Gestión de la Moda de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA), se realizó en el año 2004. Basado en un estudio detallado de la situación del sector moda y confección en Santa Cruz, se fundamenta en las necesidades y potencialidades del mercado laboral y las preferencias estudiantiles. Se presenta como resultado una carrera que abarca todo el proceso productivo de la moda desde el diseño, la producción hasta el emprendimiento de empresas creadoras y comercializadoras de marcas

Informaciones generales sobre la ciudad y la región

A pesar de la imagen tradicional de Bolivia, considerada un país andino de elevadas alturas, más de la mitad de su territorio es ocupado por vastas llanuras que van desde la Amazonía (al norte) hasta la zona árida del Chaco (al sur). Es aquí, en la región geográfica conocida como Oriente Boliviano, que se encuentra el departamento de Santa Cruz, cuya superficie corresponde al 34% de la superficie total de la nación. La altura varía entre los 300 y los 1 600 m s.m., y la población total del departamento es de 2 029 471 habitantes (la población total de Bolivia es de alrededor 8 millones), con una densidad de 4.89 habitantes por km².

La mayoría de la población (1.116.059 habitantes) vive en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, que en los últimos treinta años se ha transformado de "ciudad de frontera", aislada de los centros mineros del altiplano, en el polo de desarrollo económico y social del país, con el índice de desarrollo humano más alto de Bolivia, gracias, en particular, al crecimiento del sector agrario (soya) y de la ganadería, y a la relativa facilidad de comunicación con Argentina y Paraguay, al sur, y Brasil, al este. Este vertiginoso crecimiento ha frenado sensiblemente su ritmo a partir del año

Franca Calmotti Crevani
Historiadora del Arte.
Diplomada en Estudios del Oriente Boliviano y en Educación Superior
Jefe de Carrera de Diseño y Gestión de la Moda (2004-2005)

1 Los contenidos en este informe fueron recopilados a comienzo del año 2003. Aunque la situación general del sector de la confección no ha variado en los aspectos más relevantes, sí han habido cambios a nivel empresarial, como el cierre o reestructuración de empresas nombradas en el informe la creación de nuevos emprendimientos

2000, cuando la crisis económica que ha afectado a los dos "gigantes" del hemisferio sur (Argentina y Brasil) ha involucrado también la débil economía boliviana, con consecuencias particularmente negativas para el sector productivo cruceño.

Estilo de vida y costumbres de la población

Por lo que concierne al clima y las costumbres de la población, Santa Cruz es una ciudad tropical, donde se vive al aire libre prácticamente todo el año. En los meses de verano (de noviembre a febrero), se dan las temperaturas más altas (entre 32° y 38° C) y la mayor cantidad de precipitaciones, mientras que los meses de mayo a agosto corresponden a la estación seca, con temperaturas que en los meses de junio y julio pueden bajar hasta los 10° C en ocasión de los «surazos», fuertes vientos de origen antártico que hacen bajar bruscamente el termómetro.

verdaderos acontecimientos mundanos. La ciudad es también conocida por su vida nocturna y por el Carnaval, seguramente uno de los acontecimientos más importantes del año, no sólo para quien participa de la fiesta sino también para los talleres de confección y alta costura que preparan los centelleantes trajes de las "reinas" que desfilan sobre sus carros, acompañadas por los integrantes de las "comparsas", ellos también disfrazados o uniformados. Si se considera que los festejos del Carnaval no se limitan a los tres días canónicos, sino que empiezan un mes antes del evento, con fiestas y desfiles semanales, está clara la importancia económica de este acontecimiento para el sector de la moda y confección en Santa Cruz.

El Carnaval no es importante sólo en Santa Cruz. Todas las principales ciudades de Bolivia lo festejan con desfiles de danzas y carros. Particularmente famoso, por su carácter folklórico, es el Carnaval de Oruro, en el

El público femenino de Santa Cruz, prácticamente de todas las edades y condiciones sociales, es particularmente atento a su aspecto físico y ama "estar a la moda".

Es así que el tipo de vestuario más común es veraniego y primaveral, con preferencia por los tejidos naturales como el algodón y el lino, pero con una notable presencia en el mercado de los tejidos sintéticos a precios reducidos.

El clima tropical favorece también un estilo de vida abierto, exuberante y hospitalario. La gente de Santa Cruz adora hacer fiestas y las celebraciones familiares como bodas, cumpleaños, etc., se transforman en

altiplano, donde los conjuntos folklóricos desfilan bailando para cumplir la promesa a la Virgen del Socavón. Elemento central de la fiesta son las máscaras y los disfraces, elaborados en los talleres de sastrería del lugar.

Por lo que se refiere a la distribución de productos y las actitudes de compra, en Santa Cruz, como en toda Bolivia, son muy importantes los mercados (permanentes y muy extensos) y la ferias, de carácter semanal, donde se vende prácticamente de todo,

desde la fruta y verdura hasta la confección y los aparatos electrónicos.

Características de la oferta y de la demanda en el sector de la moda y confección:

El público femenino de Santa Cruz, prácticamente de todas las edades y condiciones sociales, es particularmente atento a su aspecto físico y ama "estar a la moda". Para eso cuenta con una extraordinaria oferta en el sector de la moda, con precios para todo bolsillo: desde la ropa usada (con precios que varían desde 0.75 centavos de US\$ a 4 US\$ para poleras, camisas y pantalones faldas), a la producción nacional que se vende en los mercados y ferias (camisetas en 4 US\$, blue-jeans en 6 US\$, chamarras para niños en 6 US\$), al vestuario importado, sobretodo desde Brasil, o de producción nacional vendidos en tiendas, en cadenas o por catálogo (con precios entre 20 y 60 US\$ para vestuario sport y elegante), a prendas únicas a medida o de tiendas exclusivas (con precios desde 100-150 US\$ para trajes de cóctel y de noche).

Un elemento importante que han evidenciado las diseñadoras y propietarias de talleres de moda es que sus clientes de clase media y alta prefieren prendas a medida y exclusivas, para diferenciar sus compras de los productos repetitivos y seriados que se encuentran en los mercados. En los niveles sociales más altos, son bastantes comunes también los "viajes de compras" a Miami, Sao Paulo de Brasil y, actualmente, a la Argentina. Estos viajes se realizan no sólo para un dimensión personal sino también para realizar pequeños comercios entre amigos y conocidos, ofreciendo productos considerados de mejor calidad comparados a los bolivianos, exclusivos en el mercado local y que tienen la ventaja de poder ser pagados al crédito.

Una demanda económicamente relevante para la industria de la confección es aquella de los uniformes para escuelas y

empresas. En Bolivia y en Santa Cruz, las escuelas particulares (a las cuales acude la clase media y alta) requieren que los alumnos asistan a clases uniformados, desde kinder hasta medio. Es también muy común que los bancos y empresas de servicio proporcionen a sus dependientes un uniforme que por lo general varía cada día de la semana y que normalmente está constituido por camiseta, chaleco o saco, falda o pantalón.

Para los colegios, los uniformes se venden por talla y en algunos casos se confeccionan a medida. Por lo que se refiere a los uniformes empresariales, estos se confeccionan a medida, adecuándolos a las exigencias de cada empleada.

Es este un sector que en muchos casos se ha transformado en la principal fuente de ingreso para el taller de confección.

Un último dato para tomar en cuenta es que alrededor del 50% de la población boliviana tiene menos de 18 años, dato que obviamente se refleja en el sector de la confección, con una oferta particularmente relevante para el público infantil y juvenil.

Materia prima para la industria de la confección

Un factor importante que hay que considerar es que el departamento de Santa Cruz no produce materia prima para el sector de la confección.

De hecho, a diferencia de lo que ocurre con el análogo sector de La Paz, que puede contar con la producción local de hilos y tejidos de camélidos (llama, vicuña y alpaca), Santa Cruz no produce hilo y tejido para la confección.

Tejidos, hilos, botones y accesorios utilizados en Santa Cruz son importados, sobre todo de los países vecinos (Brasil, Argentina, en algunos casos Colombia) y del Extremo Oriente.

La única excepción es representada por la empresa *Santa Mónica Cotton*, que importa

algodón de los países vecinos, para producir hilos que son tejidos por las empresas Adam's, Bentex y Marcos Kim, que producen tejidos de algodón para T-shirt y lingerie, de buena calidad en el color blanco, pero con problemas de tinte en los otros colores.

Principales características de la industria local de la confección

Los datos que presentamos a continuación son fruto de una detallada investigación entre los productores del sector.

Se puede afirmar que el sector de la confección está dividido fundamentalmente en cuatro fajas:

a) Las diseñadoras de moda que confeccionan trajes exclusivos a medida y prêt-à-porter.

b) Los talleres de sastrería que confeccionan trajes a medida y por talla que se venden en la tienda de la propietaria.

c) Las fábricas medianas, con estructura empresarial y con mercado interno e internacional.

d) Las pequeñas fábricas, de carácter familiar, cuya producción a bajo costo se comercializa en el mercado interno e internacional.

a) Las diseñadoras de moda

Actualmente, existen en Santa Cruz de la Sierra 18 diseñadoras de moda, de las cuales 13 tienen un título de estudio específico obtenido en el exterior (Brasil, Argentina, EE.UU.) en Universidades o Institutos.

Diez de ellas trabajan sólo en la alta costura, confeccionando vestidos exclusivos a medida. Se trata sobre todo de trajes de noche, de matrimonio o para ocasiones especiales como el Carnaval, pero diseñan también trajes elegantes y casuales. Las demás diseñadoras se dedican también al prêt-à-porter, ofreciendo generalmente a las clientes

2 ó 4 modelos por talla (también en este caso, juega la preferencia de las clientes por la "exclusividad").

Como ya se ha dicho, el material es importado, generalmente desde Corea, Singapur y Taiwán, pero también desde Brasil, Buenos Aires y New York.

El proceso de producción es organizado de la manera siguiente: la diseñadora diseña a mano el figurín, raramente realiza ella misma a mano el modelo y corta (generalmente esta segunda parte del proceso es delegada a un especialista de patronaje). Una tercera persona es encargada de la confección de la prenda y una cuarta de las terminaciones y del planchado a mano. En el caso de bordados o terminaciones especiales, estos se realizan a mano por parte de bordadoras (nadie posee máquinas de bordado para prendas elegantes, dados los altos costos de la tecnología).

Una de las diseñadoras entrevistadas, que se dedica a la alta costura y prêt-à-porter, ha indicado que dispone del siguiente personal fijo:

- 1 modelista
- 3 sastres
- 2 costureras
- 2 bordadoras
- 1 secretaria.

En la temporada alta (como Navidad y Año Nuevo) se contrata personal temporal.

A este propósito, es importante tomar en cuenta que el costo de la mano de obra en Bolivia, no justifica en muchos casos la adquisición de tecnología de punta que sustituya el trabajo manual.

El mercado es sobre todo local, pero en los últimos tiempos las diseñadoras de Santa Cruz se han vuelto competitivas por costos y calidad a nivel nacional y se están haciendo intentos con desfiles fuera del país.

Por lo que se refiere a las colecciones, estas no se presentan de manera rigurosa como en Europa y por lo general son bastante dispersas, sin un desarrollo temático.

Por lo que concierne a los desfiles, en la sociedad cruceña hay mucho interés por los concursos de belleza y todo lo relacionado con la moda. Los principales desfiles del año son: el "Fashion Week" donde se presenta la producción de diseñadoras locales y las propuestas de cadenas internacionales, los desfiles de ADIM (Asociación de Diseñadoras de Moda), con frecuencia irregular, donde se proponen las colecciones de las diseñadoras locales; las "Magnificas", que es en realidad un desfile de modelos, al cual se ha intentado dar, en los últimos tiempos, un carácter de "moda" con la participación de las diseñadoras de Santa Cruz.

b) Los talleres de sastrería

Generalmente, este sector se dedica a la moda femenina, aunque existen en la ciudad algunas sastrerías para hombre.

El mercado más importante es representado por la confecciones a medida, para clientes particulares y para las uniformes de las empresas y de los colegios. Existe también una producción prêt-à-porter, comercializada en la tienda de la propietaria, pero normalmente este no representa el

ingreso más significativo, a causa de la competencia de los productos a precio más bajo vendidos en mercados y ferias.

Por lo general, se trata de pequeñas empresas, con un personal entre 10 y 20 empleados.

c) Las fábricas medianas

Se trata de una decena de empresas, con una moderna estructura organizativa, que producen para el mercado interior y que exportan, en particular con el sistema de la "maquila".

El cuadro No. 1 proporciona informaciones cuantitativas sobre estas empresas, que representan el 40% de la producción total del sector en Santa Cruz.

Algunas de estas empresas (*Torino Jeans, Fernando Villca, Imagen Confecciones Leemtex*) se han organizado en el Consorcio CIDEX, para exportar a Chile.

Todas trabajan a pedido, con cantidades mínimas de 100 prendas para el mercado nacional y de 1.000 para el internacional. Aunque el sistema de producción más difundido es el de la maquila, algunas de estas empresas crean prendas diseñadas

Cuadro No. 1

EMPRESA	PRODUCTO	CANTIDAD/MES	N. EMPLEADOS	INVERSIÓN US\$
Mitsuba	T-Shirt	30.000	16	150.000
Terceros Confec.	Jeans clásico	20.000	42	120.000
Torino Jeans	Jeans clásico	12.000	23	120.000
Fernando Villca	Jeans clásico	10.000	18	100.000
Maquitex	T-Shirt	30.000	8	
Maquitex	Jeans clásico	10.000	22	100.000
Imagen Confecciones	Jeans clásico	10.000	35	90.000
Leemtex	Camisas de tejido	10.000	15	110.000
Record	Jeans clásico	50.000	120	1.000.000
Mel Confecciones	Confección en gen. (Ropa interior.)	105.000	29	150.000
TOTAL		287.000	238	1.940.000

Fuente: CADEX

Para el mercado interior, se produce sobre todo ropa femenina, mientras que para el exterior es mayor la producción de ropa masculina.

localmente, utilizando la colaboración de diseñadoras de moda (*Mel confecciones, Maquiles, Terceros Confecciones*).

Un caso particularmente significativo es aquel de la empresa **RECORD**, que presenta un ciclo completo de producción. La empresa importa y es representante de las maquinarias y de los tejidos que utiliza, tiñe tejidos, produce confecciones para el mercado interior e internacional, comercializa su producción. Esta está constituida por uniformes para obrero, chamarras, pantalones y camisas de tela Denim, y representa el 15% de las entradas globales de la empresa, para un monto estimado alrededor de los 850 000 US\$. RECORD es además la única empresa en Santa Cruz que posee hardware y software para el patronaje digitalizado.

En general, todas estas empresas son competitivas en los mercados cercanos por lo que se refiere a la calidad de la confección y de las telas y los costos de transporte.

Alrededor de la mitad de estas empresas está trabajando o podría estar interesada en trabajar con diseño de moda (dos de ellas, de hecho, contratan en la actualidad diseñadoras locales), mientras que la otra mitad prefiere evitar los costos de creación, posicionamiento y defensa de una marca, y por lo tanto siguen trabajando con maquila o con copias para no perder competitividad.

d) Las pequeñas empresas

Se trata de un sector altamente productivo (aunque afectado por la crisis económica) y

cuyas características pueden considerarse no sólo típicamente bolivianas sino comunes a muchos países en desarrollo².

Capital, organización y mano de obra

Se trata de alrededor de 1000 pequeñas empresas (con un máximo de 20 empleados) y de alrededor de 1000 micro empresas de carácter familiar (5 personas).

En ambos casos, la organización es familiar, en las raras ocasiones en que existe una estructura administrativa, esta es netamente vertical. El esposo corta, guía y controla los obreros, y arregla las máquinas; la esposa vende la producción en mercados y ferias.

El capital invertido varía entre 70.000 y 200.000 dólares americanos.

Un elemento que la diferencia de las empresas medianas arriba mencionadas es la estructura informal de la producción y de la venta. También la exportación de estas empresas es informal, en el sentido que la venta de la producción se realiza en la frontera (de Chile, Argentina o Brasil) y el comprador se ocupa de introducir la mercadería en el país vecino.

Por lo general, los obreros son hombres, con nivel de instrucción de básico o intermedio. Son pagados a destajo, sin seguro por accidente o enfermedad y sin jubilación. Realizan su formación trabajando como aprendices no retribuidos en la misma fábrica.

² Los datos sobre este sector han sido proporcionados por la Cámara de la Confección (CADECO)

Tipo de productos

En orden de importancia son los siguientes:

- Jeans
- Poleras (piqué y algodón)
- Camisas
- Ropa infantil
- Pantalones

Para el mercado interior, se produce sobre todo ropa femenina, mientras que para el exterior es mayor la producción de ropa masculina.

Todas las prendas son copias de marcas internacionales, no existe el diseño original.

Suministros

Casi todos los materiales utilizados son importados. En particular:

- Telas: brasilera, argentina, colombiana
- Botones y ribetes: brasileros
- Hilo: taiwanés
- Agujas: coreanas
- Forros: taiwaneses
- Cierres: brasileros o taiwán eses
- Etiquetas: nacionales (de cuero), brasileras (tejidas, para camisas y poleras)

Maquinarias

Las maquinarias son mecánicas y de fabricación japonesa.

Sólo 11 empresas poseen una maquina electrónica para bordar poleras y gorras (hardware inglés, software norteamericano).

Mercado

Un cuarto de las empresas (alrededor de 500) exportan de manera informal a Brasil y Argentina.

Antes de la devaluación del peso argentino (2001-2002), las exportaciones en este país permitían una ganancia del 100-150%. Actualmente la producción de las fábricas exportadoras ha bajado del 90% y la producción se ha dirigido al mercado interior que permite una ganancia del 5-20%.

Varias fábricas trabajan con el sistema de la maquila, sobre todo para empresas brasileras y argentinas.

Necesidades en el área de la formación

Existe una fuerte demanda en el sector técnico.

En particular, se necesitan ingenieros industriales especializados en el sector textil, para mejorar la organización de la producción.

Se necesitan también expertos de patronage y no se excluye que la participación de un diseñador en el proceso productivo podría proporcionar un "surplus" de creatividad y mejorar el diseño de los productos.

Artesanía y tejidos tradicionales

Bolivia es conocida por la fuerte presencia indígena, que representa alrededor de la mitad de la población. Las tradiciones, la cultura y la artesanía de los diferentes grupos étnicos han sido revaloradas en los últimos tiempos, después de siglos de marginación.

En particular existen varios proyectos y organizaciones que se ocupan de mejorar la producción artesanal y, específicamente, la producción textil.

En Santa Cruz existen **ARTECAMPO** (Asociación de Artesanos del Campo) y el **CIDAC** (Centro de Investigación, Diseño Artesanal y Comercialización Cooperativa), que se ocupan de desarrollar la artesanía del departamento de Santa Cruz, revitalizando técnicas y tradiciones antiguas y creando nuevos diseños de calidad.

En el Oriente Boliviano no existe una amplia tradición textil como en el sector andino, pero los motivos decorativos de hamacas y alfombras, así como los bordados y los trabajos a crochet, pueden proporcionar sugerencias interesantes. En general, son las mujeres las que se ocupan de estas actividades, mostrando particular habilidad y capacidad.

Por lo que se refiere a los tejidos tradicionales del área andina, destaca el proyecto **ASUR** (Antropólogos del Sur Andino) que ha incentivado la investigación y la actividad en este sector, con la realización de exposiciones y de un Museo en la ciudad de Sucre.

Recientemente ha surgido un proyecto, auspiciado por la Embajada de Francia y apoyado por el diseñador francés Christian Lacroix, para crear una colección de moda que utilice tejidos y temas bolivianos. Diseñada por Elisa Johnston, será presentada en Bolivia en la segunda mitad del 2003 y en Francia en el 2004.

Mercado y facilitaciones para las exportaciones

El mercado interior boliviano es muy restringido. Como ya se ha dicho, la población es de alrededor de 8 millones de habitantes, de los cuales aproximadamente la mitad vive marginada de los flujos económicos urbanos.

Hasta el día de hoy las exportaciones se han dirigido a los países vecinos: Argentina, Brasil y Chile. Estas exportaciones, aunque limitadas, permiten buenas ganancias (gracias a los costos bajos de producción en Bolivia) y estimulan los productores a mejorar los métodos de producción, organización y comercialización.

Existen facilitaciones arancelarias con la Unión Europea (SPG – Sistema de preferencias generalizadas por la lucha a la droga), y el año 2002 los EE.UU. han promulgado la Ley de Promoción Comercial Andina y Eliminación de las Drogas (ATPDEA), que asegura a Bolivia y a los países andinos condiciones favorables para la exportación de alrededor de 6000 productos hasta el 2006, año en el que se prevé que empiece a operar el Área de Libre Comercio de Las Américas (ALCA).

Por lo que se refiere al sector textil y de la confección, según esta ley, no pagan aranceles al ingresar a EE.UU.:

1. Las confecciones bolivianas realizadas con tejidos de EE.UU. (maquila)
2. Hilos, tejidos y prendas de vestir en lana de camélidos (llama, vicuña y alpaca)
3. Confecciones realizadas con hilos y tejidos producidos en países del Pacto Andino (además de Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia), hasta llegar a cubrir el 2% de las importaciones de EE.UU. en el sector.

Los productores de Santa Cruz (que pueden aprovechar sólo de las facilitaciones al punto 1 y 3) evalúan las capacidades de mejoramiento y producción del sector. De hecho, si es posible adecuarse a la normativa de EE.UU., difícil es poder hacer frente a las demandas cuantitativas de los importadores de EE.UU., que requieren un mínimo de 10.000 prendas, correspondientes a una inversión de 60 000 dólares, con márgenes de ganancia bastantes reducidos.

También, por lo que se refiere a la producción con el sistema de maquila, los precios ofrecidos por las empresas de EE.UU. son inferiores a los de las empresas brasileras y argentinas.

Oferta y demanda de cursos técnicos y universitarios

En Bolivia no existen carreras o institutos superiores que formen profesionales en el sector de la moda. En este sentido, la UPSA será pionera, aunque es posible, dada la fuerte competencia local en el sector de las universidades privadas, que su iniciativa sea pronto imitada con cursos homólogos ofrecidos por otras instituciones.

Por lo que se refiere a la formación técnica que se realiza actualmente, se destacan los cursos de patronage y diseño ofrecidos por INFOCAL, institución que se ocupa de la formación de mano de obra especializada.

De las entrevistas realizadas con los operadores del sector se deduce que existe la conciencia de la urgente necesidad de formación en el sector, desde el diseño, al

Por las características del mercado local, las salidas profesionales de la Carrera estarían dirigidas a la creación de empresas propias

patronage a la confección. Las fábricas medias y pequeñas requieren también ingenieros industriales especializados en el sector de la confección para mejorar el ciclo productivo.

Algo para tomar en cuenta es que probablemente la carrera atraerá no sólo los neos diplomados sino también personas adultas que ya trabajan o que esperan trabajar en el sector. Por las características del mercado local, las salidas profesionales de la Carrera estarían dirigidas a la creación de empresas propias más que al trabajo dependiente en empresas ya existentes. Por esta razón, sería importante considerar la posibilidad de crear una carrera articulada por niveles y módulos, con un plan de estudio articulado en dos grandes bloques: uno centrado en el diseño de moda, tejidos, patronage y confección etc.; el otro dirigido a la creación y al desarrollo de marcas y empresas.

Otro punto crítico se refiere al personal docente, ya que el número de diseñadoras con título universitario que viven en Santa Cruz es limitado y es además probable que sean necesarios cursos de actualización y preparación para los docentes.

Páginas Web de interés

Sobre el sector textil y de la confección en Bolivia:
boliviaindustria.com
Sobre los tejidos tradicionales andinos:
<http://www.comune.modena.it/~lauras/peru/tel.html>
<http://www.bolivianet.com/asur/textilsp.htm>

CREACION DE LA CARRERA DE DISEÑO Y GESTION DE LA MODA EN LA UPSA

A partir de el estudio del sector, la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra a través de su Facultad de Humanidades y Comunicación fundamentó la creación de la

carrera de Diseño y Gestión de la Moda que a continuación se describe.

Justificación

La iniciativa de crear una Carrera de Diseño y Gestión de la Moda es fruto de un profundo análisis de las necesidades del sector de la moda y de la confección a nivel local y nacional. Suple, además, un vacío muy grande en la formación superior, ya que no existe a nivel nacional ninguna universidad que ofrezca esta carrera, mientras que los cursos dictados por varios institutos son sectoriales y proporcionan una preparación exclusivamente operativa.

Hay que considerar también que la actual coyuntura económica, con la posible implementación del APTDEA y de la ALCA, genera grandes posibilidades de expansión para la industria del sector, posibilidades que son en parte frenadas no sólo por la insuficiencia tecnológica y productiva sino, sobre todo, por la ausencia de una adecuada formación de los empresarios y operadores del sector, que no pueden competir, en las actuales condiciones, en los mercados internacionales.

Se considera, por lo tanto, que una carrera enfocada al diseño, producción y comercialización de la moda, que sepa unir los valores de la identidad cultural local con el conocimiento de la realidad internacional, podrá ser impulsora del desarrollo y fortalecimiento de la industria del sector.

Requerimientos del mercado laboral

En base a un estudio realizado con propietarios y gerentes de pequeñas y medianas empresa, así como con diseñadoras de moda y propietarias de talleres de sastrería,

se ha podido determinar que las exigencias de formación del sector de la moda y confección en Santa Cruz tiene relación con la necesidad de contar con:

- Diseñadores de moda expertos en el patronaje de las prendas y en las técnicas de confección, y constantemente conectados con las tendencias e innovaciones del mercado internacional.

- Profesionales capacitados en la gestión, producción y comercialización, para supervisar los costos, el proceso productivo y el control de calidad.

El segundo estudio fue realizado entre 150 personas entre costureras, bachilleres y amas de casa. En los dos primeros grupos se observa importante interés por la carrera (41% y 36% respectivamente). Los encuestados consideran a la carrera de Diseño y Gestión de la Moda con regular futuro (49%), con bastante futuro (40%) y sin futuro (11%). El nivel de estudios preferido es la licenciatura, especialmente entre las personas de altos y medianos recursos (51%), mientras el nivel técnico es preferido por el 44% de las personas de escasos recursos.

La carrera de Diseño y Gestión de la Moda completa una línea de diseño con mucha potencialidad en el país

- Profesionales con conocimientos de marketing internacional para mejorar las exportaciones.

- Profesionales formados en el área de la comunicación para la moda, con capacidad para la creación y la gestión de la marca y de las líneas de productos.

Preferencias de la Población estudiantil

Aparte del estudio entre los empresarios del sector y diseñadores locales. La UPSA realizó dos estudios exploratorios entre el público local. El primero de ellos estuvo dedicado exclusivamente a identificar el grado de interés de esta carrera entre los bachilleres de colegios de medianos y altos ingresos de Santa Cruz. Se aplicaron 207 encuestas a bachilleres de 7 colegios. El estudio muestra que el 13% de estudiantes "definitivamente" estudiarían la carrera, el 52% la consideran una posibilidad interesante, mientras que al 35% no les interesa esta rama. Las mujeres son las que tienen mayor interés en la carrera.

El 25% de los encuestados indicó a la UPSA como universidad preferida para estudiar la carrera (especialmente entre las personas de medianos y altos recursos).

Como se puede observar, la Carrera de Diseño y Gestión de Moda, tiene un espacio importante que cubrir tanto en su etapa emergente como posteriormente, debido a las potencialidades que se expresan en las justificaciones iniciales que se hacen en esta presentación.

La UPSA, por otra parte, cuenta con una carrera de Diseño Gráfico y otra carrera de Diseño Industrial que están orientadas a destacar el valor del diseño y formar recursos humanos creativos y capaces para responder a los requerimientos estéticos y productivos de las empresas. La carrera de Diseño y Gestión de la Moda completa una línea de diseño con mucha potencialidad en el país y además está apoyada por el grupo de carreras de estudios empresariales, para el área de gestión de la empresa y por la carrera de Comunicación Estratégica y Corporativa para el área de comunicación, imagen y cultura.

Para cubrir el requerimiento docente para las áreas de proyecto y las áreas técnicas propias de la carrera, estamos acudiendo al reclutamiento de profesionales y expertos locales y nacionales. En los casos de materias y talleres muy exclusivos donde es limitado el recurso humano nacional (a partir del segundo año) estamos elaborando un plan de capacitación docente trayendo expertos del exterior, que a su vez ofrecerán cursos de capacitación al público interesado del sector textil y de confecciones.

Por último, es oportuno indicar que el Diseño curricular que ahora presentamos ha sido elaborado con la asesoría del Instituto Europeo del Diseño (Italia), institución líder en la formación de recursos humanos en la industria de la moda en Europa, con sedes formativas en Barcelona, París, Milán y Turín.

Objetivos

Objetivo General

Formar un profesional capacitado para intervenir en el proceso productivo del sector de la moda y confección, interactuando con las necesidades del mercado local y la realidad económica y cultural internacional, con creatividad, capacidad técnica y conocimiento de todos los pasos para la creación del producto moda, desde el diseño hasta la producción, comercialización y gestión de empresas de moda.

Objetivos específicos

1. Promover la cultura del diseño contribuyendo, con acciones de tipo formativo y divulgativo, al desarrollo del sistema productivo.
2. Desarrollar la capacidad de conjugar el desarrollo e innovación de proceso y/o producto no sólo con valores estéticos, sino también con valores económicos.
3. Establecer sinergias con los actores que intervienen en el sistema y el control constante de las necesidades del mercado.

4. Promover la realidad cultural y productiva boliviana a nivel internacional

Perfil Profesional

Objetivos

Formar un profesional capacitado para intervenir en el proceso productivo del sector de la moda y confección, interactuando con las necesidades del mercado local y la realidad económica y cultural internacional, con creatividad, capacidad técnica y conocimiento de todos los pasos para la creación del producto moda, desde el diseño hasta la producción, comercialización y gestión de empresas de moda.

Grado Académico

Licenciado/a en Diseño y Gestión de la Moda

Se obtiene el Diploma Académico de Licenciado en Diseño y Gestión de la Moda al vencimiento del plan de estudios de la carrera, incluidas la Pasantía Profesional y la aprobación satisfactoria de la Modalidad de Graduación.

Características Profesionales

El Diseñador y Gestor de la Moda que forma la UPSA tiene capacidades creativas, técnicas estratégicas y comunicativas. En concreto tiene las siguientes características:

- Es flexible, para buscar las señales de lo nuevo y anticipar la evolución del gusto.
- Tiene curiosidad intelectual para identificar las tendencias y la modificación de las costumbres comportamentales y los valores culturales.
- Es capaz de detectar grupos de necesidades no manifestadas para convertirse en intérprete de las exigencias del mercado y del sector productivo.

- Posee habilidades técnicas para introducir y gestionar la innovación de los procesos productivos.

- Está capacitado para coordinar y controlar todas las fases del proceso productivo interno y externo.

- Tiene competencia para gestionar a favor de la pequeña y mediana empresa las dinámicas del marketing y de la comunicación aplicadas al mercado local e internacional.

- Es líder en la capacidad de administrar las diferentes competencias profesionales y activar sinergias y relaciones con las instituciones y asociaciones de categoría.

Funciones

El Diseñador y Gestor de la Moda puede desempeñarse como:

- **Diseñador** de colecciones de vestidos y accesorios en las empresas del sector.

- **Planificador y coordinador** del proceso creativo y productivo en las empresas del sector.

- **Asesor de Marketing y Comunicación** en la empresas del sector.

- **Empresario** de pequeñas y medianas empresas.

- **Docente** en instituciones de formación especializada (instituto, universidades u otros centros).

- **Promotor** de proyectos culturales vinculados al rescate y aprovechamiento de los diseños y textiles tradicionales.

Campo laboral

Empresas y Talleres unipersonales de Confección y Moda.

Industrias de confección y moda locales y nacionales con destino al mercado interno y a la exportación.

Medios de comunicación y eventos relacionados con la promoción y difusión de la moda.

Instituciones, programas y proyectos públicos y privados relacionados con el fomento a la industria de confecciones.

Condiciones del estudiante

Aptitudes creativas y artísticas. Conocimientos elementales y habilidad para el dibujo y agilidad en el trabajo manual. Capacidad de observación, espíritu inquieto y creativo. Sensibilidad estética, capacidad de innovación y alto sentido de responsabilidad y espíritu emprendedor. Disposición para relacionarse con otras personas y habilidad para organizar su tiempo, trabajar en equipo y dirigir grupos de trabajo. Liderazgo.

Duración

8 semestres, 46 materias.

Metodología y recursos

Se aplicarán clases magistrales teórico-prácticas y diversidad de talleres para el ejercicio del diseño y la producción de vestuario, así como simulaciones para organizar y dirigir talleres y empresas en el rubro de la moda. y su respectiva promoción.

Visitas a empresas, revisión de material impreso especializado. Estudio de casos. Organizaciones y realización de desfiles con diseños propios.

Las clases prácticas se realizarán en talleres equipados con maquinaria y material pertinente; las relaciones con empresas del sector permitirán las prácticas y pasantías profesionales. Las relaciones con instituciones extranjeras tanto en el área formativa como en la parte productiva y de difusión de la moda, que posee la UPSA facilitarán el asesoramiento, intercambios y organización conjunta de eventos.

Organización y Estructura Curricular

El primer semestre es introductorio en lo conceptual y en lo técnico y creativo. En el resto de los semestres se continúa con algunas materias conceptuales que sustentan la base de gestión y comunicación, pero como corresponde, el énfasis se encuentra en las diferentes áreas del diseño y la producción, alrededor de materias y talleres especializados, cuya conexión algunas veces es directa (requisito obligatorio) y en otras la relación es indirecta.

La carrera está organizada en dos grandes áreas de enseñanza y aprendizaje. Un área mayor y otra área menor. Cada una de ellas se subdivide en áreas especializadas.

Área Mayor: Diseño del Sistema Productivo

Proyecto: Estudio de las fases fundamentales del desarrollo de un proyecto en todas sus expresiones. Es el área donde se utiliza una síntesis de los conocimientos culturales, técnicos-instrumentales y empresariales, con la finalidad de realizar un proyecto equilibrado y funcional a la vez que se adquieren competencias profesionales específicas.

Técnico - instrumental: Conocimiento de los aspectos técnico-científicos y de los instrumentos relativos a las actividades del proyectista de moda. En esta área están previstas todas aquellas materias necesarias para adquirir conocimiento y capacidad práctica en la utilización de las herramientas

técnicas y tecnológicas relativas al proyecto como las técnicas productivas del sector moda.

Gestión y producción: Estudio de la organización de la empresa moda, con particular énfasis en los procesos productivos y en la gestión de empresa.

Área Menor: Marketing, Imagen y Cultura

Marketing: Análisis de los aspectos económicos y de mercado en el posicionamiento de una marca, con particular referencia al mercado internacional.

Imagen y comunicación Estudios de métodos y técnicas de imagen y comunicación corporativa así como de gestión de la marca. Adquisición de competencias específicas en la coordinación y supervisión de las fases de promoción de una línea y en la organización de desfiles, en la publicidad y en la editoría especializada..

Cultura: Conocimiento y estudio profundo de los aspectos históricos y teóricos propios de la cultura de proyecto.

MALLA CURRICULAR LICENCIATURA EN DISEÑO Y GESTIÓN DE LA MODA (Plan 2004)

I	II	III	IV	V	VI	VII	VII
DM 110 MOLDERÍA Y SASTRERÍA I	DM 120 MOLDERÍA Y SASTRERÍA II	DM 210 MOLDERÍA Y SASTRERÍA III	DM 220 INFORMÁTICA Y MODA	DM 310 DISEÑO DE ACCESORIOS	DM 320 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	DM 411 TALLER DE COLECC. HOMBRE	DM 421 TALLER DE COLECCIÓN NIÑO
DM 111 INTROD. AL DISEÑO DE MODA	DR 215 TALLER DEL COLOR	DM 211 TALLER DE INDIUM. EMPRESARIAL	DM 221 TALLER DE INDIUM. CASUAL	DM 311 TALL. DE TRAJES GALA Y DISFRACES	DM 321 TALLER DE COLECC. MUJER	DM 412 PASANTÍA PROFES Y SOCIAL	DM 420 MODALIDAD DE GRADUACIÓN II
DR 111 TALLER DE CREATIVIDAD	DM 121 TECNOLOGÍA DE MATERIALES I	DM 212 TECNOLOGÍA DE MATERIALES II	DM 222 CONFECCIÓN INDUSTRIAL	DM 312 PROCESOS PRODUCTIVOS	DM 322 GESTIÓN DE CALIDAD	DM 413 INGLES	DM 422 COMUNICACIÓN PARA LA MODA
DR 112 DIBUJO DE OBJETOS	DR 212 DIBUJO DE LA FIGURA HUMANA	DM 213 DIBUJO DE FIGURIN	DR 223 ARTE Y DISEÑO CONTEMPORÁNEO	DM 313 TRAJES Y TRADIC. BOLIVIANAS	GR313 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	DM 410 MODALIDAD DE GRADUACIÓN I	
DM 112 HISTORIA DE LA MODA	DM 122 SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO	AE 211 DERECHO EMPRESARIAL	CS 215 SEMILOGÍA APLICADA	DM 314 INVESTIG. DE TENDENCIAS	CS 325 PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL	AE 310 ADMINISTRACIÓN DE RR.HH.	
AE 110 FUND. DE ADM. Y EMPRESAS	DM 123 IMAGEN Y COM. CORPORATIVA	CM 210 FUNDAMENTOS DE MARKETING	DM 223 GESTIÓN DE LA MARCA	DM 315 COSTOS Y PRESUPUESTO	AE 322 CREAT., INNOV. Y EMPRESARIADO	CS 410 PLANIF. EN PUBLIC. Y PROPAGANDA	
							CM 411 MARKETING INTERNACIONAL