



- LÍNEA
**INNOVACIÓN
EN EL AULA**

Santiago

2024-1

CARRERA

Diseño mención Moda y Gestión

ASIGNATURA

- Producción de Moda
- Taller de Visual Merchandising

BENEFICIARIOS

45 estudiantes

DOCENTES

Barbara Meschede Follert [✉](#)
Natalia Yáñez Guzmán [✉](#)

FACULTAD DE DISEÑO

Modactiva: Un espacio dinámico para el aprendizaje experiencial en comunicación y liderazgo

RESUMEN

La innovación docente denominada Modactiva tuvo como objetivo principal, promover el aprendizaje experiencial por medio de la vinculación temprana del estudiante con una situación real de la vida profesional, que permitiera alterarla a través de la práctica y el desempeño disciplinar. Dicha instancia se configuró como un requerimiento profesional que planteó la Dirección de Diseño de Moda y Gestión (DMG) a estudiantes de cuarto año, bajo el marco de la asignatura Producción de Moda el 2024-1 y la asignatura Visual Merchandising el 2024-2: "diseñar y producir un sistema espacial físico e itinerante que permita exhibir, almacenar y comercializar los resultados obtenidos cada año por los estudiantes de DMG a lo largo de la carrera, contribuyendo a su posicionamiento estratégico en entornos comerciales reales, fuera del aula".

Modactiva no solo complementó la experiencia de enseñanza-aprendizaje de 45 estudiantes, quienes participaron en el desarrollo del requerimiento profesional planteado, sino que también propició una experiencia de comercialización real al 100% de estudiantes vigentes de la mención, desde el segundo hasta el cuarto año de la carrera.

Gracias a la colaboración entre industria y academia, vínculo gestionado por la Dirección de mención y la Gerencia de marketing de Parque Arauco (centro comercial más grande de Chile) fue posible emplazar aquí, en el Boulevard 2, el showroom Modactiva durante la última semana de noviembre del 2024, el primero de su clase a nivel nacional.

En relación al análisis de los resultados de la asignatura Taller de Producción de Moda y Visual Merchandising, realizado durante el 2024-2, es posible afirmar que se lograron exitosamente los resultados esperados en el Programa de Estudio de las asignatura y permitieron la implementación del espacio físico Modactiva, cumpliendo con las restricciones legales, tributarias y comerciales para exhibir y comercializar los productos de Moda diseñados y producidos por los estudiantes de 2do hasta el 4to año de la carrera.

Finalmente, la innovación logró fortalecer el aprendizaje experiencial por medio de la profundización teórica de conceptos específicos de marketing, emprendimiento y negocios dado que los estudiantes realizaron ventas de los productos expuestos en el Showroom y lograron convocar a aproximadamente 270 personas a lo largo de una semana, periodo en que estuvo montado el showroom.

INQUIETUD ATENDIDA CON LA INNOVACIÓN IMPLEMENTADA

Hoy, tanto el contexto formativo nacional y regional del Diseño de Moda, carece de iniciativas de vinculación entre el estudiante de Diseño y el consumidor real de la industria de la moda, a pesar de que la Facultad de Diseño UDD cuenta con el Programa R.E.D que propicia desafíos profesionales con empresas y organizaciones, el estudiante no posee vinculación con el consumidor final, lo que impide generar aprendizaje profundo referido al dominio de las competencias de Comunicación, Persuasión, Representación y Visualización, pues existe transferencia de conocimientos desde la industria a la academia de manera previa, y los resultados cuentan con información de la fuente directa (Gerencias y/o departamentos de Marketing).

En el contexto formativo norteamericano y europeo, a diferencia del contexto local, destacan las escuelas de Moda y entidades de educación superior que cuentan con espacios físicos, permanentes o esporádicos, donde el consumidor final puede conocer los resultados académicos, permitiendo a los estudiantes adquirir conocimientos vinculados a la gestión, planificación, tendencias y producción de espacios de comunicación estratégica. Algunas referencias son la Tienda de la Royal Academy en Londres RA que posee una vitrina permanente donde se exhibe y comercializan los productos de los estudiantes.

La Tienda The Styles de los estudiantes del FIT en Nueva York, USA también constituye un espacio que posiciona de manera diferenciada a sus estudiantes. Por último, el Instituto Marangoni, también propone showrooms estacionales vinculados a la industria y los hace coincidir con el evento comercial más importante de Milán, la Fashion Week.

La evidencia empírica de la necesidad de implementar el presente proyecto posee varias fuentes: Estudiantes: cada semestre la dirección y coordinación académica de la carrera, se reúne con un grupo de estudiantes escogidos aleatoriamente de todos los años en vigencia del Plan de Estudio, para conocer su percepción en relación a la experiencia académica. Los estudiantes del 4to año, recurrentemente, presentan inquietudes y un alto grado de incertidumbre respecto de su pronta inserción laboral, evidenciando la falencia que perciben de su desempeño en torno a la ejercitación oportuna de contenidos de Comunicación y Management, que serán abordados por las asignaturas ya mencionadas.

Plan de Desarrollo 2025 Facultad de Diseño: según el plan 2025 de la Facultad, en el apartado "Aseguramiento de la calidad en todos los ámbitos y áreas de la facultad en los procesos de gestión y servicios - Fortalecer mecanismos de apoyo para la inserción laboral". Es posible advertir la pertinencia del proyecto, en relación a paliar debilidades identificadas.

Estudio cualitativo - Evaluación perfil de egreso Diseño: el último estudio elaborado por la unidad de Marketing Intelligence de la Universidad el 2022, permitió levantar la percepción de egresados, empleadores y referentes de la disciplina. El estudio identifica las siguientes oportunidades de mejora, según los siguientes ámbitos que poseen estrecha relación a los objetivos que persigue este proyecto:

Ámbito malla curricular y contenidos:

- Crítica realizada transversalmente respecto de que la carrera busca posicionarse bajo el sello del emprendimiento, no obstante, no se enseñan las herramientas básicas para que los emprendedores puedan sostenerse económicamente (cubicación financiera y evaluación de un proyecto, construcción de presupuestos, cálculo de costo humano, etc.)".
- Gran dificultad se les presentó a egresados, referido al tiempo en la carrera en que se abordan asignaturas de financiamiento, planificación y gestión (último año).

Ámbito Perfil de egreso:

- “Incorporar en la descripción que el diseñador recién egresado es capaz de gestionar procesos en la industria de la moda...”
- “Falta desarrollar más el concepto de un diseño orientado a lo comercial, integrando habilidades técnicas de venta y generando productos que sean comercialmente atractivos...”

Desde la óptica metodológica y en específico desde el proceso de enseñanza-aprendizaje, la iniciativa Modactiva abordó:

1. Pilar formativo UDD Futuro:

- Sólida formación disciplinar – Aprendizaje experiencial: los estudiantes de 4 año, bajo el marco metodológico de la asignatura Taller de Visual Merchandising, deben aplicar conocimientos teóricos y llevar a cabo actividades y procedimientos reales, que hoy están insertos en un contexto ficticio. Este espacio dinámico (Modactiva) constituyó el contexto real fomentando el aprendizaje experiencial, porque cuando el estudiante es capaz de enfrentar situaciones reales se consolida en él conocimiento significativo, contextualizado, transferible y funcional, y se fomenta su capacidad de aplicar lo aprendido. Los estudiantes se vieron comprometidos, física, intelectual, y actitudinalmente en un contexto en el cual pueden experimentar el éxito y/o el fracaso.
- Sólida formación disciplinar – Tecnologías digitales: durante el transcurso del año académico, en ambas asignaturas los estudiantes debieron demostrar el dominio de recursos, tecnologías y procesos productivos, adquiridos en asignaturas previas, por medio de su integración práctica en la resolución de requerimientos de diseño y comunicación técnico-productivos.

2. Establecimiento de vínculo con la industria y su mercado:

- Modactiva tuvo idoneidad y pertinencia con las necesidades del mercado profesional dado que se configuró en una innovación radical en el proceso formativo de los diseñadores de Moda; un ejemplo de aquello es el estudio realizado por la agencia especializada McKinsey el 2022, que evidenció que las compañías innovadoras lograban mejores resultados que las que solo intentaban sobrevivir y seguir el mercado. Las empresas más destacadas en innovación son más fuertes en liderazgo y generan más valor económico. Lo anterior evidenció la necesidad de que también las instituciones de educación superior innoven en sus procesos formativos.

OBJETIVOS PROPUESTOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA INNOVACIÓN

Objetivo general

Promover en los estudiantes de Moda y Gestión el aprendizaje activo y fortalecimiento de conceptos teóricos y procedimentales que deben ser aplicados prácticamente, por medio de su vinculación con una situación de la vida profesional, que actualmente es ficticia.

Objetivos específicos

1. Elaborar brief de diseño que explicita el desafío profesional al cual se enfrentarán los estudiantes durante los periodos académicos del primer y segundo semestre 2024, que responda de manera coherente a los resultados esperados en las asignaturas involucradas.
2. Implementar una metodología de trabajo y retroalimentación entre el “cliente o mandante real” y los estudiantes, que serán guiados por los docentes responsables de cada asignatura.
3. Diseñar una Estrategia Comunicacional y campaña para el espacio denominado Modactiva el 2024-1 efectiva
4. Producir e implementar el 2024-2 Modactiva, como un nuevo recurso docente que permitirá el logro de los objetivos de aprendizaje propuestos en los programas de Estudios de las asignaturas.
5. Evaluar la implementación de la innovación docente.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES DESARROLLADAS

En la **etapa de Diseño** de la innovación se definieron los requerimientos necesarios para conformar una situación o contexto profesional real que tenga continuidad a lo largo del año académico 2024. Las acciones realizadas fueron:

- Definición del Brief de diseño para la asignatura Producción de Moda
- Diseño y establecimiento de una Metodología de trabajo y flujo de trabajo
- Evaluación de resultados etapa conceptual
- Selección de Propuesta ganadora de la etapa conceptual

En la **etapa de Producción** se aplicaron de manera práctica los conocimientos teóricos y resultados obtenidos de Producción de Moda, materializándolos en un espacio exhibidor o “showroom” que responde coherentemente a la propuesta seleccionada. Las acciones fueron:

- Definición de los requerimientos técnico-productivo del showroom
- Elaboración de la calendarización de la asignatura
- Fabricación del showroom Modactiva

La **etapa de Implementación** tiene lugar en la instancia evaluativa de final de semestre del Taller de Visual Merchandising, donde se evaluaron los resultados esperados de la asignatura, que fueron considerados en el diseño de esta experiencia académica de aprendizaje experiencial.

Diseño de hito evaluativo y retroalimentación
Diseño de hito evaluativo de final de semestre

Finalmente, la **etapa de Evaluación** del proyecto se implementó al final de semestre y consideró las siguientes acciones:

- Análisis comparativo de acta de notas finales.
- Análisis comparativo de evaluación docente.
- Desarrollo de encuesta de satisfacción.
- Análisis y conclusiones.

RESULTADOS

En relación a los objetivos propuestos, es posible señalar que los estudiantes durante el 2024-1 en la asignatura Producción de Moda, lograron elaborar una estrategia comunicacional efectiva que se implementó en la difusión de la iniciativa tanto por Parque Arauco como por DMG UDD.

La retroalimentación directa realizada por el Centro Comercial, en momentos estratégicos del semestre validó el esfuerzo de los estudiantes en un contexto distinto al académico, verificando el logro de los resultados esperados de la asignatura, específicamente en la profundización de conceptos específicos de dirección de arte, elaboración de un story telling inédito, creación de un guión consecuente, a través de la integración estratégica de distintas técnicas y medios de representación.

Aun cuando no existe evidencia de que la incorporación de la innovación docente Modactiva, incrementó el nivel de logro de las competencias comprometidas en esta asignatura, el promedio aritmético simple de la asignatura se mantuvo sin variación (2024-1 / Promedio: 5,85), en comparación con el mismo indicador de la misma asignatura dictada en el periodo anterior (2023-1 / Promedio 5,9).

Las ventas totales que los estudiantes realizaron durante la permanencia de 1 semana de Modactiva en Parque Arauco alcanzó \$2.223.618 correspondientes a la venta de 34 prendas. El espacio físico tuvo un total de visitantes de 270 personas aproximadamente.

Respecto del incremento en los niveles de logro de la asignatura Taller de Producción de Moda y Visual Merchandising en términos comparativos con el periodo anterior, es posible señalar que el promedio aritmético simple de la asignatura se mantuvo sin variación (2024-2 / Promedio: 5,99), en comparación con el mismo indicador de la misma asignatura dictada en el periodo anterior (2023-1 / Promedio 5,95).

Las evaluaciones docentes comparadas entre el año 2023 y 2024, periodo en que se implementó la innovación Modactiva, arrojaron resultados mixtos.

En la asignatura Producción de Moda, las evaluaciones de los docentes mostraron un impacto positivo. En 2023, una sección obtuvo un 97.9% de desempeño general y un 95.0% en el fomento de experiencias reales. Para 2024, la docente 1 mantuvo un alto desempeño (95.4%) y un incremento notable en la percepción del fomento de experiencias reales (96.6%), lo que sugiere que Modactiva favoreció este aspecto. Sin embargo, el docente 2 vio disminuir ligeramente su puntaje en este criterio (93.7%) en comparación con el año anterior, aunque su desempeño general fue excelente (93.7%). En general, se puede señalar que la innovación Modactiva y su implementación en esta asignatura favoreció el desempeño docente e incrementó la percepción del fomento del aprendizaje mediante experiencias reales.

Por otro lado, en la asignatura Taller de Producción de Moda y Visual Merchandising, los resultados fueron diferentes. En 2023, los docentes obtuvieron buenos a excelentes desempeños (87.2% y 94.7% respectivamente) y puntuaciones altas en el fomento de experiencias reales (91.7% y 98.3%). Sin embargo, en 2024, la docente 2, quien obtuvo la mejor evaluación el año anterior, impartió todas las secciones y experimentó una disminución considerable en sus evaluaciones. Sus calificaciones de desempeño general variaron entre "muy deficiente" (54.7% y 60.0%) y "deficiente" (65.3%), y sus puntajes en el fomento de experiencias reales también bajaron drásticamente (56.9%, 65.8% y 67.1%). Esto sugiere que, a pesar de la innovación, hubo factores que afectaron negativamente la percepción del desempeño docente en esta asignatura durante 2024.

Lo anterior refleja que el costo de la implementación de la innovación docente en una asignatura mayoritariamente práctica, lo asume el docente responsable de su incorporación, pues en todas las secciones el desempeño del docente fue castigado en comparación al periodo previo. Asimismo, la evaluación docente refleja también que los estudiantes evalúan mejores experiencias académica simuladas en asignaturas mayoritariamente prácticas y experiencias reales en asignaturas mayoritariamente teóricas.

RECOMENDACIONES METODOLÓGICAS PARA FUTURAS IMPLEMENTACIONES

Definición de grupos de trabajo: los docentes deben formar grupos de estudiantes basándose en sus intereses profesionales y vocacionales. En la primera implementación, los estudiantes formaron equipos sin criterios específicos, lo que causó desmotivación y sobrecarga de trabajo

Perfil del docente líder: la Dirección debe especificar claramente el perfil del docente que liderará la iniciativa y las asignaturas. En la primera instancia, se asignó a una docente con experiencia en la industria, pero se identificó la necesidad de competencias pedagógicas y procedimentales para manejar la frustración y desmotivación de los estudiantes.

REFLEXIÓN DOCENTE

Los docentes involucrados en la iniciativa Modactiva reflexionaron sobre la profunda transformación que esta innovación significó para su práctica pedagógica. Reconocieron que el proyecto no solo fue una oportunidad de aprendizaje para los estudiantes, sino también para ellos, ya que les permitió replantear sus enfoques de enseñanza y la forma de conectar con los estudiantes en el aula.

Destacaron que trabajar con un proyecto real fue una experiencia transformadora. Observaron cómo los estudiantes aplicaron los conceptos de Visual Merchandising en un entorno práctico, lo que les permitió ver la teoría de una manera inesperada. Esta vivencia los motivó a incorporar más proyectos prácticos que conectaran la teoría con el mundo real y tangible en sus clases futuras.

La dinámica del proyecto fomentó un mayor compromiso, creatividad y motivación en los estudiantes. Fue gratificante para los docentes observar cómo, al enfrentarse a desafíos reales, los alumnos no solo desarrollaron sus habilidades técnicas, sino también su capacidad de trabajo en equipo, resolución de problemas y comunicación. Los docentes enfatizaron que esta experiencia reforzó su creencia en la importancia del aprendizaje integral, que involucra a los estudiantes de una manera más holística y emocional.

Además, señalaron que el proyecto les ayudó a comprender mejor cómo diseñar experiencias que no solo se centraran en el producto, sino en conectar emocionalmente con el consumidor. El showroom, ubicado en un contexto inesperado como un centro comercial, demostró cómo un espacio bien diseñado puede tocar las emociones del público. Esta lección fue fundamental para ellos, ya que les enseñó a conectar de manera auténtica e inteligente con las emociones, tanto en el ámbito de la comunicación visual como en su enfoque pedagógico. Reafirmaron su convicción de que las experiencias deben ser diseñadas para crear una conexión profunda, no solo con el producto, sino con las emociones del consumidor, buscando que el público quiera quedarse, explorar y vivir la marca.

Desde la perspectiva de la asignatura Producción de Moda, los docentes señalaron que el proyecto Modactiva fue enriquecedor tanto para los alumnos como para ellos. Enfrentarse a una experiencia 100% real con audiencias externas fue un desafío atractivo y, a la vez, vertiginoso, ya que debieron conciliar su visión con otros pares de áreas diferentes, como marketing, publicidad y finanzas, en un trabajo en equipo multidisciplinar similar al que ocurre en el plano comercial. Subrayaron que, si bien siempre hay oportunidades de mejora, lo importante fue haber dado el paso de salir del formato tradicional y generar nuevas experiencias que conectaran el mundo académico y empresarial.

Consideraron que Modactiva ha sido una experiencia única que les permitió acercar a sus estudiantes al mundo profesional de una manera significativa, describiéndolo como un proyecto vanguardista que transforma la relación con el medio y la industria. Desarrollaron un contexto práctico sólido en sus interacciones, construyendo una relación con los clientes y los alumnos basada tanto en fundamentos teóricos como en su propia experiencia profesional. Este enfoque enriqueció sus métodos de enseñanza al integrar aspectos reales de la industria en el aula.

Asimismo, la propuesta sistémica de colaboración, que vinculó la asignatura de Producción de Moda con Visual Merchandising, les permitió desarrollar una visión a corto y mediano plazo, destacando la necesidad de colaborar e interactuar de manera sistémica. Fue fundamental la participación e integración de todas las partes que conforman Modactiva (UDD, DMG, Parque Arauco, alumnos, ayudantes y profesores de ambas asignaturas), lo cual enriqueció el proceso de aprendizaje. Esta experiencia no solo fortaleció sus habilidades de comunicación y colaboración, sino que también fomentó un ambiente de trabajo conjunto que benefició tanto a docentes como a estudiantes, resaltando la importancia de un enfoque integral en la educación profesional.