



ESCENARIOS Y OPORTUNIDADES DE DISEÑO Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS EN EL SECTOR DEL OCIO EN VENEZUELA

SETTINGS AND OPPORTUNITIES FOR DESIGN AND DEVELOPMENT OF NEW PRODUCTS IN THE LEISURE INDUSTRY IN VENEZUELA

• RUTH MARIBEL LEÓN MORÁN

Nuestro tiempo es de la "Revolución del Ocio", que se convierte en un ideal y en un destino para la mayoría de las personas. Aunque parezca un contrasentido, el ocio es hoy un tiempo ligado íntimamente a la producción. Fernando Sabater

El planteamiento en el que se enmarca esta investigación, se basa en la adopción del concepto de ocio, como recurso indispensable y factor fundamental y determinante en el desarrollo integral y en la calidad de vida de todo grupo social.

En tal sentido se exponen, una serie de datos y exploraciones que constituyen un marco teórico y documental en el cual se identifican en forma general, las tendencias y los cambios que en el área de diseño, desarrollo y producción industrial, acontecen en Venezuela. Igualmente se establecen probables escenarios y condiciones en las cuales serán posibles el diseño y desarrollo de espacios, servicios y productos, orientados al ocio en el país.

Estructuralmente esta investigación se encuentra dividida en dos partes, a saber: Parte I. Escenarios: el mercado venezolano; y, Parte II, Oportunidades: espacios, servicios y productos. En la Parte I: El mercado venezolano, se

muestran a groso modo las características de su panorama actual, a través del estudio de los componentes que han intervenido en su conformación, y que aun hoy siguen vigentes ordenando sus corrientes. De ahí, que algunos segmentos de la información presentada en esta primera sección, forman parte de una investigación previa denominada "Diseño de Productos Made in Venezuela: demandas y respuestas. Entre el objeto y el concepto" (2003) presentada por la autora como tesina para optar al título de Master en Diseño, Gestión y Desarrollo de Nuevos Productos, en la Universidad Politécnica de Valencia, España.

Así mismo, se hace un extracto de lo que ha sido el proceso de industrialización venezolano, construido sobre una serie de sucesos y de circunstancias que marcaron el carácter y el rumbo de la producción industrial y que condicionaron tanto la inclusión del diseño en la actividad como los patrones de consumo del venezolano.

Sobre este particular, se expone una muestra de la constitución de la población en términos de entender la relación existente entre su estratificación sociocultural y sus hábitos y patrón de consumo, datos que, según se explica, no son considerados para la generación y diseño

de nuevos productos, pero sí, como referencia capital al momento de establecer estrategias para comercializar productos y servicios.

En este marco, se traza un esbozo histórico del concepto, los movimientos, los hábitos y las costumbres que hacia el recreo, desde la cuarta década del siglo XX hasta la actualidad, se vienen dando en el territorio nacional terminando con la puntualización de los rasgos y definición del consumidor de la zona, de acuerdo a la concepción idiosincrásica que se ha venido manejando y transformando sobre el concepto del ocio en el país.

En la Parte II. Oportunidades: espacios, productos y servicios, se precisan las demandas de ocio y recreación mediante la presentación de casos de empresas y negocios que han marcado pauta en el sector y, a través de la delimitación de espacios productos y servicios ausentes, omitidos y subvalorados dentro de la población.

En este orden de ideas se presenta el caso de los centros comerciales de cuarta generación, en los que se ha incorporado el diseño como parte de la planificación y ejecución estratégica y se precisan los parques temáticos de la región, como adaptaciones muy sui géneris del concepto internacional, en torno a los recursos disponibles y al mercado que les demanda.

Consecutivamente, se puntualiza el segmento de los niños y el de los adultos que engloban el conjunto de la tercera edad, en función de la escasa respuesta, que estos grupos han tenido, por parte de las instituciones gubernamentales y los entes privados, para cubrir los requerimientos de ocio y recreación.

El hilo fundamental la investigación, es el énfasis en la comprensión de las características de la composición de la población venezolana, desde todos los puntos vista, para abordar a nivel general, el escenario en el cual puede tener cabida el desarrollo de nuevos productos y servicios en el sector del ocio en Venezuela, a partir del consumidor, de la empresa y del

entorno que les vincula y modela su comportamiento.

Para ello se emplearon metodologías de corte documental, orientadas y sustentadas en las técnicas utilizadas para el estudio de casos, apoyadas en recopilación y análisis de información bibliohemerográfica, visitas de campo a los lugares estudiados y realización de entrevistas personales a los empresarios encargados. Este documento busca aportar datos que sirvan de base para evaluar el contexto y sus tendencias, a fin de poder establecer teorías e hipótesis orientadas los escenarios y oportunidades de diseño y desarrollo de nuevos productos en el sector del ocio en Venezuela, sobre la premisa de suponer a priori que, dada la naturaleza del concepto tratado, el ocio, y su intrínseca relación con el bienestar, el placer, el confort y el progreso, esta sea una favorable vía para insertar progresivamente la necesidad de planificación y diseño en el país.

