

# Las universidades enseñan a gerenciar el negocio de la moda

Cada vez hay más propuestas de cursos y programas orientados al negocio de la moda. Qué se enseña y quiénes estudian.

Andrés López  
ESPECIAL PARA CLARIN

No solo con creatividad se logra un resultado explosivo en los negocios de la moda: también es necesario sostener la actividad de una empresa con procesos y decisiones que marcan una diferencia en el mercado. De eso tratan la formación de management específica para la industria del diseño y la indumentaria que empezaron a ofrecer las universidades.

"La creatividad y el potencial de un diseñador o empresario de la moda tienen que estar acompañados por una sólida gestión de los negocios", afirma Carolina Curat, directora ejecutiva del curso Gestión de Moda y Diseño de la IAE Business School.

Diana Matassa, directora del Programa de Marketing de la Moda de la Universidad de Belgrano, observa que el sector de indumentaria aún no se había profesionalizado en esa el área de marketing, como sí sucedió en otros sectores que fueron incorporando las técnicas de mercadeo ya desarrolladas por la industria de consumo masivo.

En este tipo de programas, el aprendizaje se realiza sobre dos ejes centrales: las cuestiones técnicas de la moda y los aspectos específicos de la administración. En cuanto a los temas técnicos, Patricia Doria, secretaria de Proyectos Institucionales de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, explica que en el curso de la UP se incluyen tendencias en materiales y texti-



Combinación. Las clases vinculan lo específico de la moda con la administración.

## METODOLOGIA

### Invitados y visitas

► Un aspecto importante en los cursos es la interacción con actores del sector. "Recibimos managers de empresas que exponen sus casos y hay visitas a cámaras e instituciones", describe Vicente Donato, de la UniBo. Al IAE concurren profesionales de medios de comunicación y organizadores de eventos.

les. Desde el punto de vista del gerenciamiento, la comunicación y la administración de tiendas son temas recurrentes: "Aprenden claves de retail y gestión de la tienda, además de finanzas para gestionar el crecimiento", cuenta Curat.

El Master de la Gestión de la Pequeña y Mediana Empresa en la Moda, el Diseño y los Artículos de Lujo de la Universidad de Bolonia en Buenos Aires ofrece a los estudiantes vincularse con la moda ita-

liana. "Contactarse con empresas italianas y argentinas permite a los alumnos posicionarse mejor en su desarrollo profesional y académico, además de acceder a una experiencia en el exterior", dice Vicente Donato, director del Master. El curso, que dura un año, se divide en tres módulos y uno de ellos agrega la posibilidad de viajar a Italia, con pasantía incluida.

"El perfil de alumnos es muy amplio, lo que hace más difícil satisfacer las necesidades de todos, pero esto permite compartir y escuchar todas las necesidades", analiza Matassa. Sin embargo, se pueden definir algunos grupos de interés. "Por un lado, hay diseñadores independientes dueños de sus marcas y dueños de marcas reconocidas", describe Curat. Y agrega que también están los emprendedores que necesitan una capacitación en management para desarrollar sus negocios. Además de los graduados de carreras afines, también se anotan en los cursos otros profesionales vinculados al sector, como fotógrafos, periodistas, productores de moda y ase-

## LA OFERTA

### Duración y costos

- Master de la Gestión de la Pyme en la Moda (UniBo): Dura un año y cuesta 8.200 euros. Informes: [bconde@unibo.edu.ar](mailto:bconde@unibo.edu.ar)
- Gestión de Moda y Diseño (IAE): Dura 5 jornadas y cuesta \$7.000. Información: [ccurat@iae.edu.ar](mailto:ccurat@iae.edu.ar)
- Marketing de la Moda (UB): Dura 4 meses y cuesta \$3.640. Informes: [posgrados@ub.edu.ar](mailto:posgrados@ub.edu.ar)
- Programas sobre moda (UP): Duran 11 jornadas y cuestan \$1.650. Informes: [pedc@palermo.edu](mailto:pedc@palermo.edu)

sores de imagen, aporta Matassa. Pero a lo largo del tiempo, el perfil de alumnos se fue modificando: "En los primeros años venían profesionales del sector, mientras que ahora, además de ellos, tenemos muchos alumnos enviados por las empresas que ya cuentan con un sector de marketing o que quieren que profesionales de otras áreas aprendan las herramientas del marketing", refiere Matassa.

En la UADE lanzaron este año el programa Asistente en Diseño, Confección y Estampado, un formato de corta duración pensado como una alternativa de formación profesional con poco tiempo de cursada. Ricardo Méndez, coordinador del área de diseño de la universidad, cuenta que "la propuesta responde a la demanda e interés de los jóvenes por recibir formaciones universitarias de corta duración, sobre disciplinas dinámicas e innovadoras, y especialmente con una rápida salida laboral".

Allí se ofrece un fuerte perfil de negocios basado en la idea de poder encarar emprendimientos propios en esa industria.