



¹ Análisis del sector
del diseño de la
Región de Murcia

Análisis del Sector y Plan Estratégico del Diseño de la Región de Murcia

3 de mayo de 2010

Preparado para: Presentación en Congreso



Región de Murcia
Consejería de Cultura y Turismo
Dirección General de Promoción Cultural



Región de Murcia
Consejería de Presidencia
Dirección General de Comunicación



bs

Observatorio
del Diseño
y la Arquitectura
Región
de Murcia



Contenido.

Análisis del Sector y Plan Estratégico del Diseño en la Región de Murcia

1.- Antecedentes

2.- Objetivos del Obs

3.- Objetivos del Análisis y Plan Estratégico

4.- Selección del equipo de trabajo

5.- Metodología

6.- Hoja de Ruta.- Calendario

7.- Índice

8.- Puesta en escena

Análisis del Sector y Plan Estratégico del Diseño de la Región de Murcia

1.- Antecedentes

La Región de Murcia está realizando una apuesta decidida por el desarrollo de sectores estratégicos vinculados al conocimiento, la innovación y la creatividad para definir un modelo económico de crecimiento de alto valor añadido. El sector del diseño incorpora en su definición estos atributos y en los últimos años ha protagonizado un crecimiento en la región y un reconocimiento nacional con la trayectoria de sus profesionales. Fruto de esta importancia creciente y de la apuesta por el apoyo a un sector estratégico, el Gobierno de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, entre otras iniciativas, crea el Observatorio del Diseño y la Arquitectura de la Región de Murcia (Obs).

El Obs en su breve trayectoria, ya ha empezado a ofrecerse como un espacio de encuentro, análisis, reflexión, formación y proyección del sector del diseño en la comunidad autónoma. Aún así, es un proyecto en crecimiento que tiene un importante camino por recorrer en su aportación al sector.

Una de las actividades básicas de todo observatorio es dotarse de instrumentos suficientes para conocer al detalle la realidad que es objeto de su análisis y observación. En este sentido, el estudio sobre el Análisis del Sector y Plan Estratégico del Diseño en la Región de Murcia representa un reto importante para esta institución y un salto cualitativo en su actividad.

Este estudio tiene un doble alcance: por un lado, como análisis del sector; pero por otro lado, tiene como horizonte resultar un instrumento útil y orientativo para la definición de un Plan Estratégico del Sector del Diseño capaz de impulsar su implantación y promoción en este ámbito geográfico y orientación en políticas de formación, innovación empresarial, integración de estrategias de diseño en la empresa, orientación a los profesionales y docentes y la contratación pública de servicios en diseño.

2.- Objetivos del Obs

- 1) IMPULSAR LA CULTURA DEL PROYECTO, EN EL AMBITO DE LA REGION DE MURCIA, COMO SISTEMA ESTRATEGICO DE: CUALIFICACIÓN PRODUCTIVA, MEJORA DEL NIVEL CULTURAL Y EXTENSION DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS, IMPLICANDO PARA ELLO A LA TOTALIDAD DEL TEJIDO PRODUCTIVO, DESDE LOS ORGANISMOS INSTITUCIONALES HASTA EL USUARIO FINAL.
- 2) GENERAR REDES DE CONEXIÓN ENTRE AGENTES, HASTA CONSEGUIR UNA ESTRUCTURA PRODUCTIVA SUFICIENTEMENTE ENLAZADA APOYADA EN ESTRATEGIA COLABORATIVA CON INSTITUCIONES NACIONALES DE REFERENCIA CONSOLIDADAS.
- 3) CONSOLIDAR UNA PLATAFORMA DE DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS CAPAZ DE ANTICIPAR, ANALIZAR Y FACILITAR LA INTEGRACIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LA SOCIEDAD, LAS INSTITUCIONES Y EL TEJIDO EMPRESARIAL DE LA REGIÓN DE MURCIA.

La propia esencia del sector lleva implícito un carácter **transversal, participativo e integrador**, atributos que son asumidos como base fundamental estratégica del proyecto de estudio.

3.- Objetivos del Análisis

- Describir cuál es la estructura y características del sector del diseño en la Región de Murcia. Desde el inicio del proyecto se considera que el sector del diseño debe ser estratégico en el modelo de desarrollo económico de la región de forma que el objetivo general, de naturaleza doble, se puede formular de la siguiente forma:
- En efecto, el estudio a realizar tiene una importancia central por el hecho de que aportará información y reflexión sobre un sector que se configura estratégico para Murcia y sobre el cuál existen pocos conocimientos que permitan dimensionarlo y conocerlo en profundidad. Por esto, el estudio se basa en estos tres atributos básicos:
- **Clarificador:** en el sentido que determine de qué se trata cuando se habla del sector del diseño de la Región de Murcia. Cuáles son los límites de este sector y quien lo está protagonizando.

- **Descriptivo:** debe aportar información cuantitativa y cualitativa del sector. Una información que permita dimensionarlo, conocer su trayectoria, caracterizar su actualidad e identificar las potencialidades de futuro.
- **Orientador:** el estudio debe servir para orientar actuaciones futuras a distintos niveles: para el Observatorio debe orientar futuros estudios y actuaciones; para el sector público debe ser un instrumento a tener en cuenta en la toma de decisiones; para el sector del diseño un instrumento para las estrategias de futuro; para el sector económico y empresarial como motor de la innovación y elemento de reflexión en relación a la aportación del diseño al valor añadido de las empresas y a su competitividad. Además de estos atributos el estudio debe dar respuesta a unos objetivos de carácter específico que orientan claramente la propuesta metodológica y de contenidos. Estos objetivos son:
 - Realizar una aproximación conceptual y taxonómica al diseño; a partir del conocimiento y análisis de referentes conceptuales y estudios sobre el diseño y del diálogo con expertos de este ámbito, realizar una taxonomía que permita determinar los límites del sector del diseño con el fin de poderlo dimensionar.
 - Caracterizar la oferta existente: A partir del conocimiento de la estructura del sector, de cómo se organiza, del tipo de servicio que se ofrece, de la dimensión de las empresas o de los agentes se puede caracterizar la oferta y detectar debilidades y potencialidades para el futuro.
 - Conocer la demanda existente: a partir de la diferenciación entre el sector público y el privado. En primer lugar, analizar la penetración del diseño en las empresas ya sea incorporado en toda su cadena de valor o como clientes de los servicios de diseño externos. Conocer la valoración que se hace desde el mundo empresarial de la importancia de incorporar el diseño y de las necesidades que las empresas tienen. En segundo lugar, analizar el papel de la administración pública como cliente del sector del diseño.
 - Analizar las necesidades de formación; poniendo en relación la oferta existente con las demandas formativas del propio sector y con especial atención a la relación formación-empresa.
 - Conocer la percepción social del diseño, a partir de su tratamiento en los medios de comunicación, de la importancia que tiene y las valoraciones existentes.
 - Analizar la profesión del diseño; conocer y caracterizar a los profesionales del diseño de la Región de Murcia, su DAFO, su formación, su trayectoria, sus necesidades.

4.- Selección del equipo de trabajo

El proceso desarrollado ha sido el de negociado sin publicidad. Empresas a concurso:

Eratema

ICC Consultores

mA Consultores

5.- Metodología

El 16 de Octubre de 2009 tuvo lugar la primera mesa de trabajo entorno a la que se puso de manifiesto la transversalidad de la disciplina del diseño juntando a Cámaras de Comercio, Centros de Formación Universitarios y Escuelas Superiores, representantes de la Administración Pública en las áreas de Comunicación, Cultura y Turismo, Agencia Regional de Ciencia y Tecnología, representantes Sindicales, Publicistas, Diseñadores y responsables de Marketing e Instituto de Fomento entre otros.

Para conseguir dar respuesta a todos estos objetivos se deben combinar técnicas de carácter cuantitativo y cualitativo que permitan, a partir de diferentes aproximaciones, tener un conocimiento completo, con todos sus matices, del sector. En este sentido se propone una metodología de trabajo con instrumentos distintos de investigación que está estrechamente vinculada a cada uno de los objetivos. Estos instrumentos son:

- Análisis de fuentes secundarias; análisis de estudios y estadísticas oficiales que aporten información de tres naturalezas: información cuantitativa sobre el sector; información cualitativa sobre las estrategias económicas y sociales de la región (nivel de consonancia con los objetivos del sector); estudios que permitan enmarcar conceptualmente el estudio.
- Entrevistas en profundidad; se realizaran 30 entrevistas a informantes clave que aporten distintas perspectivas del sector del diseño en Murcia.
- Como informantes clave:
 - Profesionales del sector (distintos ramos)
 - Empresariado
 - Universidad (responsables de departamentos que aporten una mirada académica al sector)
 - Personas vinculadas a la formación

- Responsables públicos:

- Órganos de la estructura organizativa; como se detalla en apartados posteriores para el estudio será necesario la constitución de una serie de órganos que tendrán funciones de aportar reflexión y de ir contrastando los contenidos que se generen en todo el proceso. El funcionamiento de éstos órganos es especialmente importante tanto para el buen desarrollo del estudio como para generar dinámicas de reflexión compartida que faciliten el trabajo en la futura elaboración del Plan Estratégico.

- Encuesta con seguimiento telefónico; se realizará una encuesta a partir de un cuestionario y un seguimiento telefónico a 400 empresas de la Región de Murcia y a las principales administraciones (departamentos del Gobierno Autónomo, concejalías de los ayuntamientos de Cartagena y Murcia y ayuntamientos de los restante 24 municipios de más de 10.000 habitantes). La muestra representativa de empresas, de distintos sectores económicos y de las principales administraciones debe permitir conocer el grado de penetración del diseño en las empresas, caracterizando según distintas tipologías de diseño y empresa, la valoración que hacen, las necesidades de futuro, así como la estimación del peso del diseño en la economía de la Región, en el PIB regional explicitando y argumentando la metodología aplicada.

- Encuesta con seguimiento telefónico; se realizará una encuesta a partir de un cuestionario y un seguimiento telefónico a un porcentaje representativo de empresas del sector del mueble de la Región de Murcia. El instrumento de análisis será el mismo del apartado anterior pero este sector será analizado individualmente.

- Encuesta con seguimiento telefónicos, se realizará una encuesta a partir de un cuestionario y un seguimiento telefónico a las empresas de diseño a partir de la realización de un censo.

- Focus Group; espacios de trabajo con expertos de distintos ámbitos que tienen el objetivo de conocer los discursos dominantes en relación con cada una de las temáticas y recoger reflexiones que permitan orientar el futuro Plan Estratégico. Estas reuniones de trabajo se basarán en la importancia de la participación y, por lo tanto, serán mesas de debate abiertas y dinámicas. La estructura de los focus group será:

- Responsables de departamentos específicos y diseñadores de los diferentes ámbitos del diseño; para conocer los discursos dominantes del sector en relación a necesidades y expectativas de futuro. (Se plantean 1 focus group con diseñadores de todos los ámbitos y 1 focus group con diseñadores del sector del mueble).
- Descripción: Es un panel de expertos regionales.
- Composición: Formado por expertos y profesionales del diseño vinculados profesionalmente a la región de Murcia.
- Funciones: Los expertos realizarán aportaciones para la elaboración de los contenidos del estudio y realizarán la labor de asesoramiento como órgano consultivo.
- Reuniones: Realizarán un mínimo de dos y un máximo de tres sesiones de trabajo durante la realización del estudio.

- Empresarios; para conocer las distintas aportaciones y demandas que se realizan desde este sector. (1 focus group con empresarios de todos los sectores y 1 focus group con empresarios del sector del mueble).
- Integrantes por determinar.

- Representantes del ámbito de la comunicación; para conocer la percepción social del sector y de la importancia del diseño. (1 focus group)

- Representantes del ámbito de la formación.

- Transversalmente, debido a que este estudio pretende tener un carácter participativo, se realizarán reuniones paralelas para profundizar en contenidos de interés como por ejemplo en aquellos casos detectados de buenas prácticas.

Objetivo	Instrumentos metodológicos				
	Fuentes secundarias	Entrevistas	Órganos est. organizativa	Encuesta telefónica	Focus Group
Aproximación conceptual					
Caracterización de la oferta					
Caracterización de la demanda					
Necesidades de formación		Cuestionario a: UMU, UPCT, UCAM, EASD y ESI.			
Percepción social					
Profesión del diseño					
Posicionamiento estratégico					

Para la elaboración del estudio se debe definir una estructura organizativa que asuma unas responsabilidades y unos roles concretos en cada una de las fases.

Comisión directiva

Descripción: Es el órgano de representación máxima del Análisis del Sector y Plan Estratégico de la Región de Murcia

Composición: Máximos responsables o personas delegadas de las consejerías de:

Presidencia.

Cultura y Turismo.

Universidades, Empresa e Investigación.

Educación, Formación y Empleo.

Funciones: Validar los contenidos y el documento final. Promover la difusión de los resultados obtenidos a través de jornadas de ámbito europeo.

Reuniones: Se reunirán dos veces, una al principio como arranque del proyectos y otra en la última fase del estudio.

Comisión ejecutiva

Descripción: Es el órgano de carácter operativo de seguimiento permanente del estudio.

Composición:

Presidente: Director General de Promoción Cultural.

Vicepresidente: Gerente de la Agencia Regional de Ciencia y Tecnología.

Secretario: Coordinador del Obs.

Miembros:

Director Adjunto del Instituto de Fomento(INFO).

Responsable del Dpto. de Innovación del INFO.

Coordinador de proyectos de la Dirección General de Comunicación.

Catedrático director del Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados

Asesor del Obs.

Director ICC Consultores.

Funciones: Esta comisión se encarga de validar todos los contenidos que se vayan generando a lo largo del proceso, así como de coordinación de las diferentes fases y tareas que se deriven de la realización del estudio.

Reuniones: Una reunión mensual cada miércoles último de mes más aquellas que respondan a necesidades que vayan surgiendo a lo largo del proceso.

Comisión de contraste

Descripción: Es un panel de expertos nacional e internacional.

Composición: Formado por expertos y profesionales del diseño sin una vinculación profesional directa con la región de Murcia.

Funciones: Enriquecer con su visión, percepción y experiencia los contenidos que se generen durante el proceso.

Reuniones: Realizarán una reunión en las primeras fases del estudio y una segunda en la fase final.

Xènia Viladàs. Gestión del Diseño.(Madrid).

Nacho Lavernia. Diseño de Producto y Gráfico. (Valencia).

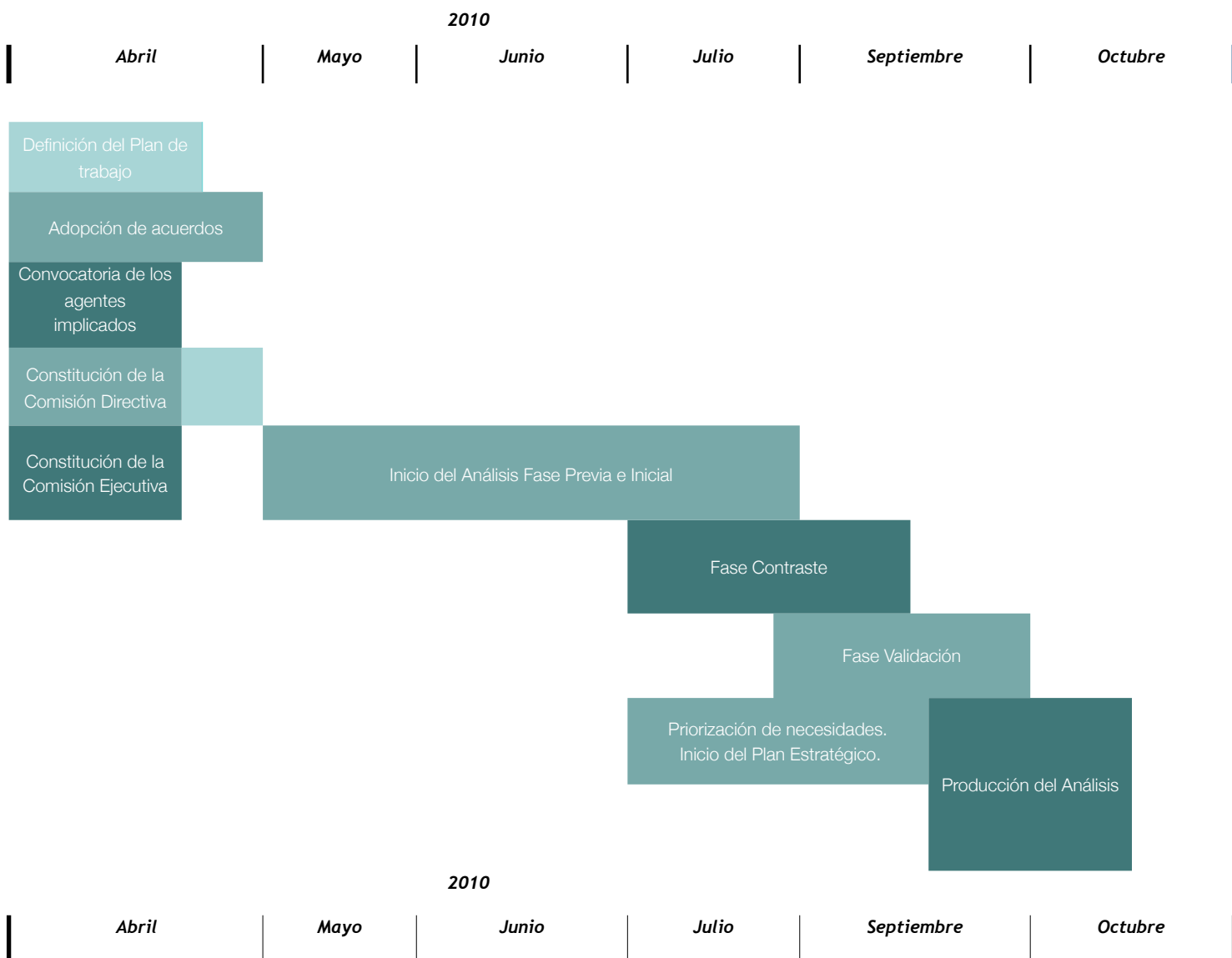
Ariel Güersenzvaig, Director ejecutivo del Observatorio del Diseño de Cataluña (FAD).

Jordi Montaña. Isa Moll. (Barcelona).

Responsable de Comunicación de la Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación Ddi. Ámbito Internacional.

Prof. Dr. Pekka KORVENMAA. Dept. of Industrial and Strategic Design, UIAH . Finlandia.

6.- Hoja de Ruta.



Fases / tareas		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Previa	Presentación del proyecto a la Comisión directiva						
	Reuniones comisión técnica (1 mensual)						
	Análisis de fuentes secundarias						
Inicial	Realización de entrevistas						
	Realización del Cuestionario Formación Realización de las encuestas						
	Explotación de las encuestas						
	Realización de <i>focus group</i>						
	Elaboración documento inicial						
	Realización de <i>focus group</i> de asesoramiento						
	Contraste (envío documento inicial a la Comisión de Contraste)						
Contraste	Elaboración del la segunda versión del documento						
	Realización de focus group de asesoramiento valoración						
	Contraste (envío segunda versión del documento inicial a la Comisión de Contraste)						
Validación	Elaboración del documento final						
	Presentación y validación en la Comisión Directiva						

7.- Índice proyecto

El propio desarrollo del estudio determinará cuál es el producto final, el documento. Aún así de forma inicial se propone un índice-guion para el estudio que sirve como orientación sobre el trabajo a realizar. Así, los contenidos del estudio serán:

1. Introducción

2. Marco analítico conceptual

Explicitar el modelo de análisis utilizado para el desarrollo del estudio. En este apartado se describirá como aplicar conceptos como el Design Ladder al análisis de la realidad del sector y a la relación diseño-empresa. Esto marcará el desarrollo de todos los contenidos del estudio.

3. La oferta del sector del diseño en la Región de Murcia.

Análisis de la oferta del diseño en Murcia combinando perspectivas cuantitativa y cualitativa.

3.1. Volumen de la oferta

Número de empresas / Volumen de ventas / Inversión / Empleo

3.2. Caracterización de la oferta por

Tipo de oferta (rama del diseño) / Estructura empresarial / Mercados a los que se dirige / Porcentaje sobre el PIB regional del sector diseño en la economía regional.

3.3. Perspectivas de futuro

En qué están apostando las empresas y qué tiene éxito.

3.4. La profesión del diseñador

Perfiles profesionales

Situación actual de la profesión

4. La demanda empresarial de servicios de diseño.

Análisis de la demanda del diseño en Murcia combinando perspectivas cuantitativa y cualitativa.

4.1. Penetración del diseño en las empresas

En su estructura interna

En su demanda de servicios

4.2. Factores de demanda de diseño

4.3. Potencialidades de futuro

4.4. Demanda específica de servicios de diseño por sectores productivos.

5. Relación entre el sector público y el diseño

5.1 El sector público como cliente

5.2. El apoyo del sector público al diseño

6. La formación en diseño

6.1. Oferta y demanda de formación

6.2. Relación formación – empresa de diseño

6.3. Comparativa con otras realidades

7. Análisis de buenas prácticas

Comparativa internacional

Estudio de casos

8. La imagen del diseño

El diseño en los medios de comunicación

La marca regional

9. Posicionamiento estratégico

Matriz DAFO

Diamante de Porter

10. Orientaciones para un Plan Estratégico del sector del diseño.

8.- Puesta en escena

La presentación definitiva del proyecto tendrá lugar en otoño de 2010 dentro de unas jornadas que se irán configurando en el transcurso del análisis y que darán como resultado el primer paso definitivo para la puesta en marcha del Plan Estratégico del Sector del Diseño de la Región de Murcia.