

Conceptualización e información estadística del diseño en Argentina

Paulina Becerra

becerra.paulina@gmail.com

Taller Nacional Cuenta Satélite de Cultura de Colombia
12 y 13 de febrero de 2015 - Bogotá, Colombia.

Definiciones

Diseño

El diseño es una actividad creativa que tiene como objetivo establecer las cualidades multifacéticas de los objetos, procesos, servicios y sus sistemas en sus ciclos de vida completos.

International Council of Societies of Industrial Design (ICSID)

...es el resultado de la creatividad humana expresada como una actividad económica basada en el conocimiento, que vincula equilibradamente un contenido creativo, un valor cultural y un objetivo de mercado.

UNCTAD 2008

Definiciones

Importancia del diseño para el desarrollo industrial y económico

- » Aumentar el valor utilitario
- » Aumentar la calidad estético-simbólica
- » Mejorar la fabricabilidad
- » Promover la estandarización racional
- » Promover la reducción del impacto ambiental
- » Mejorar la inserción y performance en el mercado
- » Ayudar a las empresas a lograr el ingreso a nuevos mercados
- » Mejorar la comunicación de la visión corporativa de las empresas
- » Aumentar el valor y la construcción de marca
- » Permitir mayores niveles de diferenciación

Definiciones

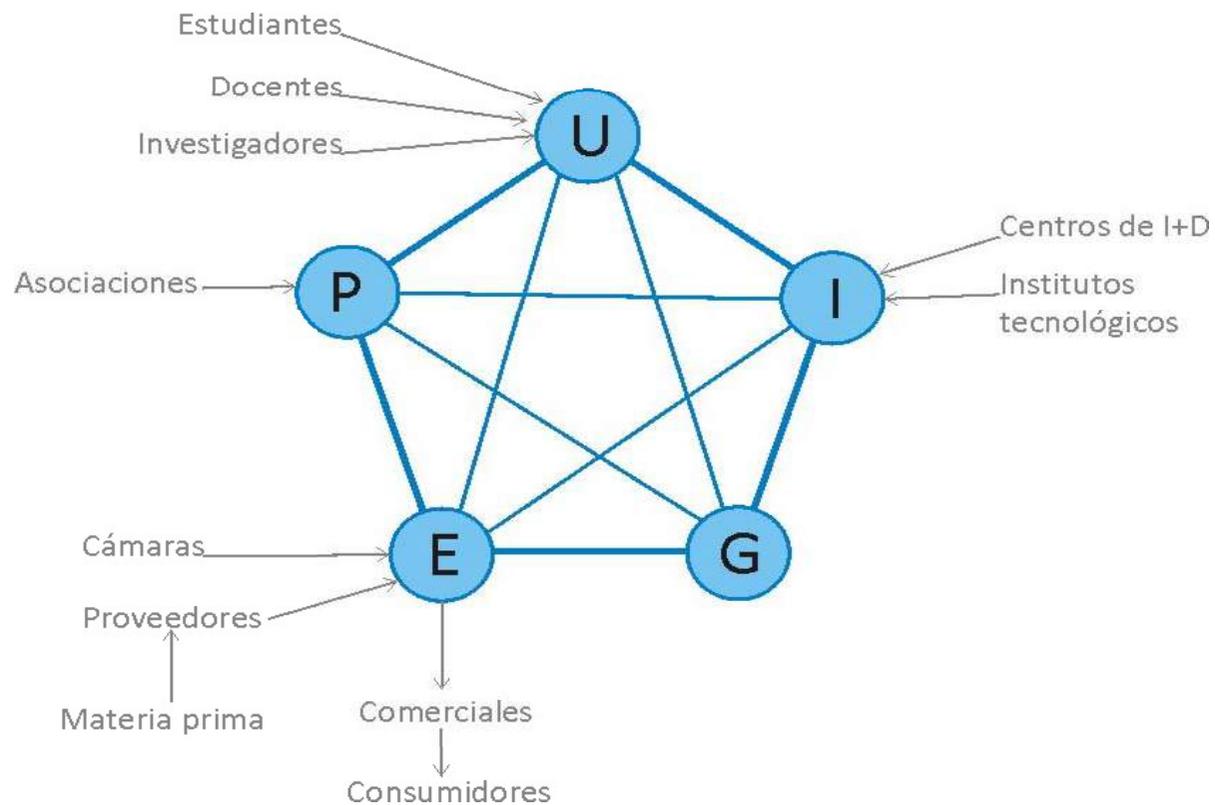
Sistema de Diseño

Está conformado por la trama de agentes – individuales o colectivos– relacionados con las diversas representaciones de las actividades de diseño: formación, implementación y comercialización.

Implica no solo la existencia de los distintos agentes, sino especialmente las características y fortalezas de sus vinculaciones.

Definiciones

Sistema de Diseño



Definiciones

Sistema de Diseño

Infraestructura de diseño

- » herramientas tecnológicas:
maquinarias, procesos, laboratorios,
establecimientos productivos, etc.

- » herramientas cognitivas:
investigación, formación continua,
experimentación, etc.

Definiciones

Sistema de Diseño

Funciones

- » **Educación:** formación de profesionales y capacitación continua.
- » **Apoyo:** programas de consultoría, mentoring, incubadoras, herramientas de gestión, programas de demostración, etc.
- » **Promoción:** exhibiciones, concursos, seminarios, tiendas, publicaciones, websites, etc.

Definiciones

Sistema de Diseño

Factores determinantes

- » Existencia de los agentes
- » Vinculación efectiva
- » Intercambio de conocimiento
- » Asociación y acción conjunta
- » Construcción de una visión común
- » Retroalimentación
- » Soporte, fortalecimiento y promoción

Definiciones

Sistema de Diseño

- 1. Infraestructura educativa**
 1. Oferta educativa
 2. Matriculados y estudiantes
 3. egresados
- 2. Actividad Industrial**
 1. Volumen y características de las empresas
 2. Performance económica
 3. Exportaciones
 4. Empleo e inversión
- 3. Actividad comercial**
 1. Cantidad de locales
 2. Ocupación territorial
 3. Actividad económica

Definiciones

Sistema de Diseño

4. **Actividad profesional**
 1. Servicios de diseño
 2. Diseñadores en rel. De dep.
5. **Infraestructura pública**
 1. Concursos y premios
 2. Ferias y eventos
 3. Congresos
 4. Instituciones de promoción
 5. Capacitación no formal
 6. Apoyo financiero
 7. Marco legal
 8. Medios especializados

DATOS ECONÓMICOS ESTADÍSTICOS

Fuentes e iniciativas

- » Comercio exterior (UNCTAD, 2008 Y 2010)
- » Encuestas ad-hoc
 - » Encuesta impacto económico (INTI, 2008)
 - » Encuesta piloto sector confecciones (UNGS, 2009)
 - » Diseño de autor en Argentina (INTI-PROTEJER, 2010 y 2011)
 - » Pyme + Diseño (IMDI-OIC-FOP, 2011 y 2013)

Características UNCTAD



Datos generados por las transacciones internacionales.

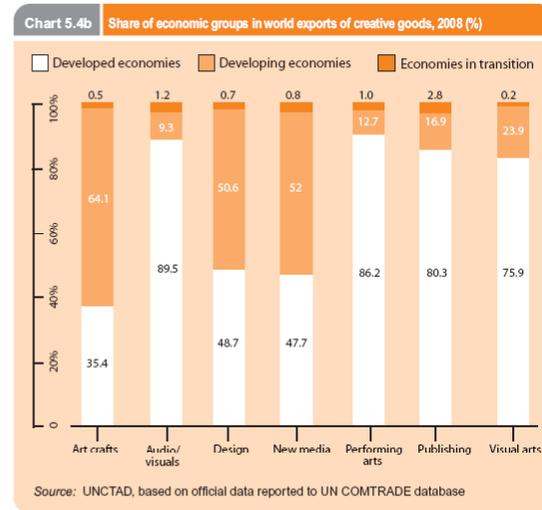
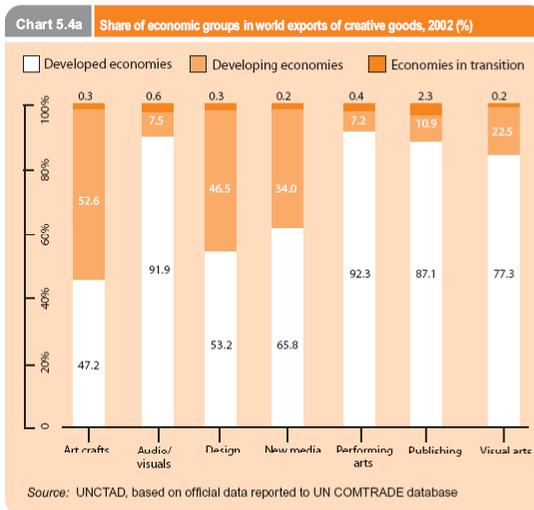
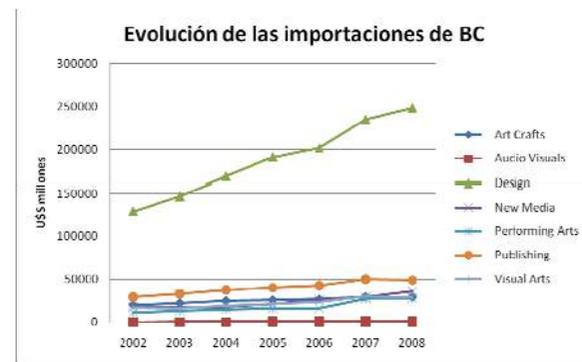
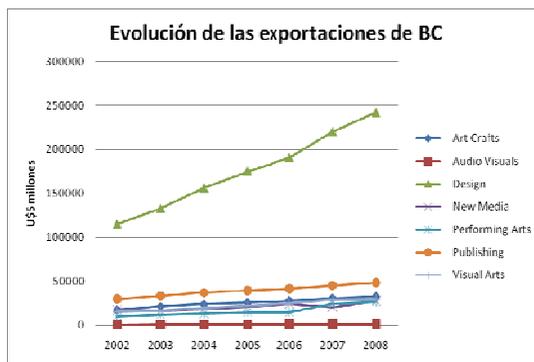
El sector Diseño se define incluyendo:

- » Moda (sin incluir Indumentaria y zapatos)
- » Interior.
- » Juguetes.
- » Gráfica y arquitectura.
- » Joyería.

El sector Servicio Creativos incluye:

- » Publicidad, investigación de mercados y servicios de opinión
- » Servicios técnicos de arquitectura, ingeniería y otros
- » Servicios de investigación y desarrollo
- » Servicios personales, culturales y recreativos
- » Servicios audiovisuales y relacionados
- » Otros Servicios personales, culturales y recreativos

Resultados Industrias Creativas



Fuente:
UNCTAD (2010) Creative
Economy Report

Resultados

UNCTAD

Diseño

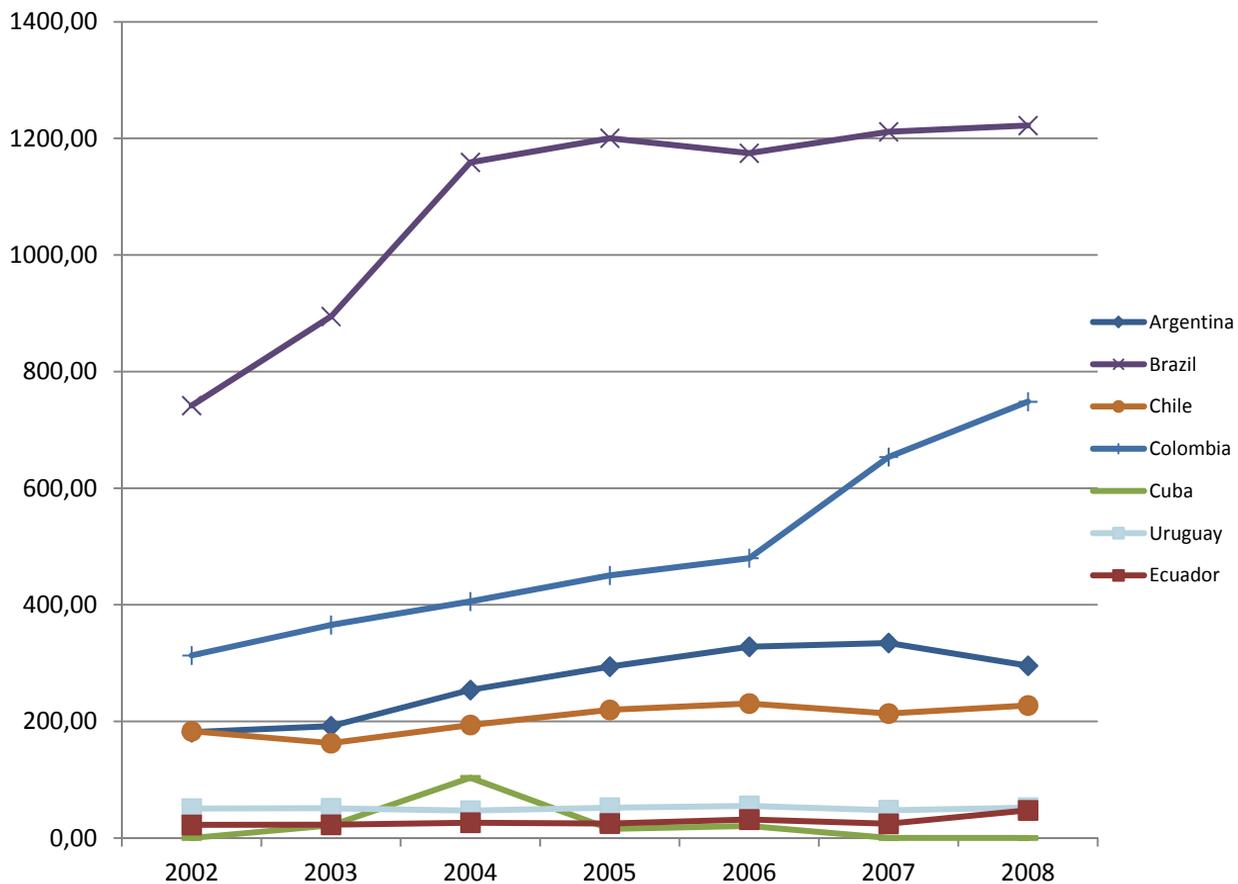
Fuente:
UNCTAD 2008

- » 65% de las exportaciones de industrias creativas: U\$S 218,1 billones en 2005
- » 51,6% del mercado de bienes creativos:
 - productos de interior (20%)
 - productos de moda (18%)
 - joyería (11%)
 - juguetes (9%)
- » Países en desarrollo: U\$S 102 billones (2° después de las artesanías): 47% del mercado internacional

UNCTAD

Exportación de Bienes Creativos

Fuente:
UNCTAD (2010) Creative
Economy Report



Características INTI-Prodiseño



- » Realizada por el Plan Nacional de Diseño y el Centro de Estudios y para la Producción, ambos de la Secretaría de Industria, con apoyo del Prodiseño-INTI y Diseño BA.
- » Durante la etapa de relevamiento los encuestadores seleccionaron sólo aquellas empresas que afirmaron aplicar el diseño a los productos que fabrican industrialmente
- » Encuesta digital via e-mail
- » Panel de 4000 empresas / 256 respuestas

Resultados

INTI-Prodiseño

VARIABLE	NO	SI
Como estrategia empresarial	43%	57%
Para desarrollar nuevas ideas	67%	33%
Para desarrollar nuevos productos	24%	76 %
Para mejorar la imagen de la empresa	43%	57%
Para incrementar las ventas	24%	76%

Fuente: elaboración propia en base a datos de la ENAD

TIPO DE DISEÑO	NO REALIZA		REALIZA	
			SERV. INTERNO	SERV. EXTERNO
De comunicación y marca	31%		38%	31%
De producto	14%		72%	14%
De interiores (espacios)	51%		34%	14%
Armado de colecciones	58%		39%	3%
Digital y multimedia	40%		20%	41%

Fuente: elaboración propia en base a datos de la ENAD

Resultados

INTI-Prodiseño

FACTORES DE CONTEXTO	IMPORTANCIA		
	ELEVADA	MEDIA	BAJA
La mejora del poder adquisitivo de la población	52%	25%	24%
Desarrollo del crédito interno	45%	30%	25%
Política arancelaria	26%	29%	46%
MICROECONÓMICOS			
Calidad de sus productos	76%	10%	15%
Diseño de los productos	59%	19%	23%
Desarrollo de mercados	32%	29%	39%
Campañas publicitarias - Servicios a clientes	40%	24%	35%

Fuente: elaboración propia en base a datos de la ENAD

Resultados

INTI-Prodiseño

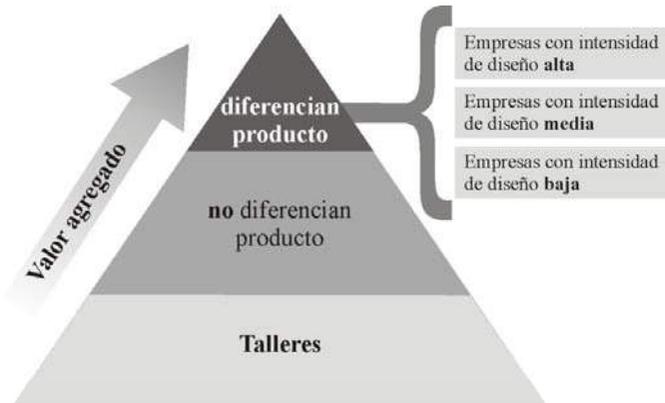
IMPACTO	ELEVADO ^a	MEDIO A REDUCIDO ^a	NULO ^a
Incremento de la facturación	55%	36%	9%
Aumento de las exportaciones	31%	30%	39%
Apertura de nuevos mercados	43%	34%	22%
Rentabilidad	31%	43%	26%
Productividad	32%	33%	35%
Disminución de costos	18%	38%	34%

Fuente: elaboración propia en base a datos de la ENAD

^a calculado sobre firmas que desarrollaron productos o servicios con fuerte componente de diseño (71% de la base).

Características

UNGS



- » Objetivo metodológico
- » Desarrollo en el marco de un proyecto académico
- » 41 empresas relevadas presencialmente
- » Radicadas en Buenos Aires (CABA, Pergamino, Mar del Plata)
- » Recorte:
 - » elaboran prendas para hombre, mujer y niños.
 - » Cuentan con marcas con perfil comercial

Dimensiones UNGS

Indicadores	Dimensiones
1. CAPACIDAD DE ABSORCIÓN	RRHH para Diseño
	Complejidad del Diseño en la Producción
	Complejidad del Diseño en la Concepción
2. CAPACIDAD DE CONECTIVIDAD	Vinculaciones para Diseño
3. ESFUERZOS EN DISEÑO	Inversión en diseño
4. PERCEPCIÓN DEL IMPACTO EN LA EMPRESA	Visión y expectativas

Nivel de **complejidad de diseño** como propiedad emergente del sistema

Resultados

UNGS

	Esfuerzos Bajos	Esfuerzos Medios	Esfuerzos Altos	Total
Empresas con Baja Intensidad de Diseño	32 %	37 %	31 %	100 %
Empresas con Media Intensidad de Diseño	8 %	31 %	62 %	100 %
Empresas con Alta Intensidad de Diseño	0 %	14 %	86 %	100 %

	Impacto Bajo	Impacto Medio	Impacto Alto	Total
Empresas con Baja Intensidad de Diseño	69 %	25 %	6 %	100 %
Empresas con Media Intensidad de Diseño	17 %	75 %	8 %	100 %
Empresas con Alta Intensidad de Diseño	29 %	43 %	29 %	100 %

Resultados

UNGS

		Capacidad de absorción			Capacidad de conectividad	Nivel de Complejidad (abs. y conect.)
Intensidad diseño	% de empresas	RRHH para Diseño	Diseño en la Producción	Diseño en la Concepción	Vinculaciones para Diseño	Promedio Ponderado
Alta	18	0.80	0.87	0.75	0.83	0.80
Media	33	0.81	0.83	0.54	0.49	0.61
Baja	49	0.35	0.66	0.32	0.39	0.36
Promedio	--	0.59	0.76	0.47	0.50	0.52

Cuadro 6. Tipología de empresas de marca. Principales indicadores de intensidad del diseño*

Fuente: Elaboración propia

* Todos los indicadores están expresados entre cero y uno, siendo 0 el mínimo y 1 el máximo.

Características

INTI-Textiles

Pro-tejer

- » El foco son las empresas de indumentaria de autor, que se diferencian por la innovación, originalidad y creatividad aplicada a la producción de bienes diferenciados con valor agregado
- » Con una antigüedad superior a 1 año
- » Cuestionario estructurado enviado vía email, con corroboración de datos telefónicamente en los casos que fue necesario.
- » Relevamientos:
 - » 2014: panel de 273 empresas, 39% de respuesta.
 - » 2012: panel de 232 empresas, 32% de respuesta.
 - » 2011: panel de 200 empresas, 44% de respuesta.
 - » 2010: panel de 150 empresas, 37% de respuesta



Características INTI-Textiles Pro-tejer

**EL SEGMENTO FACTURA
\$ 716 400 000 aprox.**

por la producción y comercialización de prendas. A eso se suma la facturación proveniente de otros productos con los que complementan su familia de productos: \$ 4.070.000 aprox. por accesorios; \$ 4.290.000 aprox. por joyería y bijouterie; y \$ 4.000.000 por calzado. En total, la facturación asciende a \$ 728.760.000.

**EL 77% DE LAS EMPRESAS SON
CONDUCIDAS POR MUJERES**

**EL 67% DE LOS EMPRENDEDORES
TIENEN MENOS DE 40 AÑOS**

**EL 94% DE LAS EMPRESAS UTILIZA
REDES SOCIALES PARA COMUNICARSE**

**EL 44% DE LAS EMPRESAS EMPLEAN
DE MANERA DIRECTA ENTRE
2 A 10 PERSONAS.**

Un 3% de las empresas emplea entre 11 y 50 personas. El 53% son empresas unipersonales. El 100% es una forma de autoempleo.

**EL 62% DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZA
SUS PRODUCTOS EN SU SHOWROOM**

El 56% vende a través de las redes sociales. El 52% comercializa sus prendas a través de tiendas multimarcas. El 35% tiene tienda propia. El 16% tiene tienda online (web).

**EL 18% DELEGA EN SOCIO/EMPLEADO,
EL SEGUIMIENTO DE COSTOS Y MARGENES
DE GANANCIAS DE LA EMPRESA.
EL 68% ES TAREA DEL DISEÑADOR.**

EL SEGMENTO SE COMPONE

92% microempresas

5% pequeñas empresas

3% medianas empresas

**EL DISEÑO DE INDUMENTARIA
DE AUTOR PRODUCE ANUALMENTE
990 000 PRENDAS**

y también produce, como complemento de colecciones, 18.500 accesorios (bolsos, carteras, cinturones y sombreros), 19.500 productos de joyería y bijouterie, y 8.000 pares de calzado.

**EN ARGENTINA
273 EMPRESAS**

producen diseño de indumentaria de autor, distribuidas en 20 provincias y la Ciudad de Buenos Aires. La federalización del diseño se refleja en el alto porcentaje de empresas en las regiones del interior del país: 72%. Mientras CABA conserva un 28%.

**EL 11% DE LAS
EMPRESAS EXPORTA.**

Principales Mercados: Latinoamérica (Chile, Ecuador, Bolivia, México y Uruguay) y Asia (Japón y China).

**EL 72% DE LOS DISEÑADORES SE OCUPAN
DE LA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN.**

**LOS EMPRENDIMIENTOS OCUPAN
3 050 PERSONAS**

de manera directa e indirecta. Hay expectativas positivas de incorporar un 18% más de personal en el mediano plazo.

Características

IMDI-CMD

OIC y FOP



- » Encuesta autoadministrada
- » Recorte:
 - » Pymes de entre 10 y 200 empleados
 - » Foco en 4 sectores industriales: calzado y marroquinería, indumentaria y textil, muebles y editorial (seleccionadas según Clasificación Internacional Industrial Uniforme)
- » Muestras:
 - » 2010 : universo de 2000 empresas (aprox. 1000 respuestas)
 - » 2012: universo de 2000 empresas (600 respuestas.)

enfoque IMDI-CMD OIC y FOP

70%

DE LAS PYME INDUSTRIALES
DEL AMBA HA LLEVADO A
CABO ACTIVIDADES PROPIAS
DEL DISEÑO

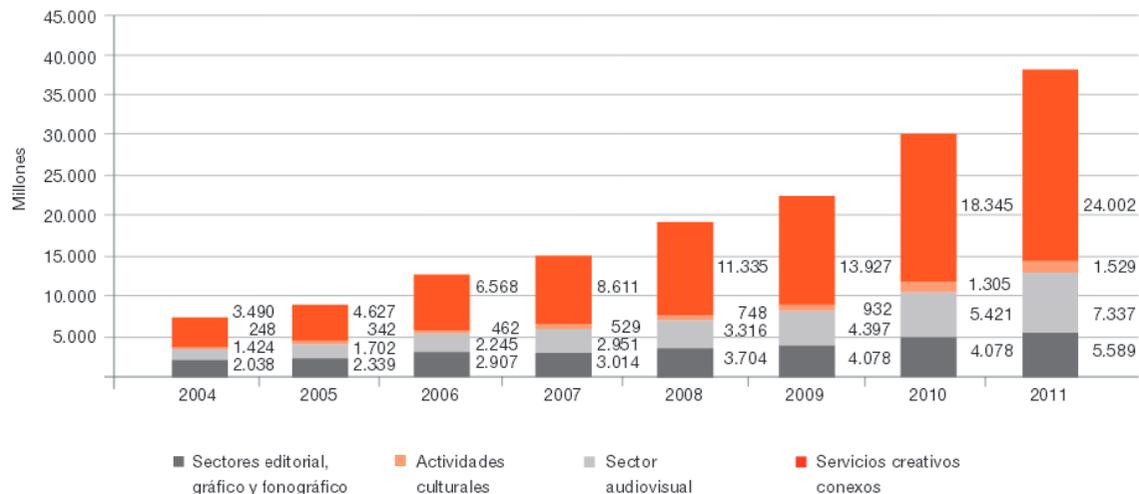
- » Baja profesionalización: el 67% de las empresas ha desarrollado internamente tareas no profesionales de diseño y sólo el 22% ha contratado profesionales de diseño
- » Las profesionalizadas presentan niveles de ventas, de ocupación y de productividad laboral promedio considerablemente más elevados con respecto a las otras, pero sus niveles de rentabilidad no son superiores.
- » La incorporación de diseño está motivada por una búsqueda de diferenciación
- » Las ramas de diseño más difundidas entre las pyme del AMBA son:
 - » “Diseño digital, multimedia y/o web”,
 - » “Diseño de nuevos productos para su comercialización”,
 - » “Rediseño de productos ya existentes”
 - » “Diseño de imagen corporativa e institucional”.

OIC

Participación de las IC en Buenos Aires

PBG: 8% (2005) > 9,2% (2010)

Empleo: 9% del total depuestos privados(2011)



Evolución del valor agregado de las IC, a precios corrientes en millones de pesos (Fuente OIC)

MUCHAS GRACIAS

Paulina Becerra

becerra.paulina@gmail.com