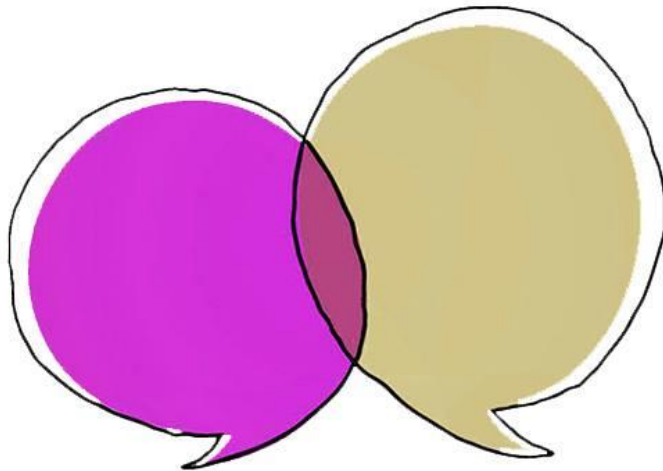


## Dirección de Emprendimientos Creativos



**ESCENAS.**  
Foro de Creadores  
de Córdoba

**Diseño**

8 de mayo de 2017, Centro Cultural Efraín Bischoff, Alta Córdoba

Propuesta de trabajo.

**“Construcción de consensos para la política pública cultural:  
posicionamiento de la escena del diseño de la ciudad de Córdoba”**

### Diseño, facilitación y sistematización

- **Diseño metodológico:** Marina Assandri
- **Coordinación:** Lic. Mario Cuomo
- **Equipo de co-facilitación**  
Lic. Agustina Monserrat  
Téc. Fernanda Rodríguez  
Lic. Santiago Nores



**A – Informe**

---

## Resumen Ejecutivo

En el marco de “ESCENAS. Foro de Creadores de Córdoba”, edición diseño se trabajó en la **“Construcción de consensos para la política pública cultural: posicionamiento de la escena del diseño de la ciudad de Córdoba”**, con los **objetivos** de reflexionar y debatir el diagnóstico y posicionamiento del sector del diseño en la ciudad, de identificar desafíos para el fortalecimiento del mismo y de construir propuestas inclusivas ajustadas a la realidad del sector. Con eje en la *cultura como motor de desarrollo local* se contemplaron los siguientes **aspectos**: a) breve presentación institucional, b) Exposición de los datos obtenidos en el Registro único de diseñadores y estudiantes de diseño, c) analizar el diagnóstico estratégico según subsector dentro del diseño: interiores, gráfico, industrial/indumentaria, d) compartir el análisis estratégico del sector diseño: acordando la imagen, la identidad, la proyección deseada al 2020 y el mapa de actores, e) identificar principales desafíos para el 2016-2017, f) establecer las próximas actividades que se deben desarrollar para continuar avanzando en el marco de este proceso y g) en el momento final de la jornada: g.1) realizar la reflexión general del evento.

El foro se desarrolló el lunes 8 de mayo de 2017 en el Centro Cultural Alta Córdoba, Efraín Bischoff.

El segundo foro previsto para la segunda mitad del año de **“Construcción de consensos para la política pública cultural: Estrategias, proyectos y acciones de la escena del diseño de la ciudad de Córdoba”**, tiene los objetivos de reflexionar y debatir a partir de los desafíos priorizados, las líneas de acción y esbozar perfiles de proyectos para el sector del diseño en la ciudad de Córdoba.

Se espera que la Secretaría de Cultura formalice lo trabajado –diagnóstico, problemáticas y conclusiones- en un documento que será un insumo fundamental para reformular y proponer legislación pertinente para el sector en la ciudad de Córdoba.

La convocatoria a este foro fue abierta y pública, haciéndose extensiva la invitación a diseñadores de indumentaria, gráficos, industriales y de interiores, como así también docentes, estudiantes, representantes de escuelas de formación, gestores culturales, funcionarios y empleados del municipio y demás referentes vinculados a la escena del diseño. De ellos los participantes fueron: diseñadores de indumentaria, gráficos, industriales y de interiores.

Al abordarse el diagnóstico estratégico los participantes trabajaron con la **técnica de diagnóstico**, identificando las fortalezas y debilidades de la escena del diseño en la ciudad de Córdoba según cuatro subsectores distribuidos en tres mesas de trabajo: industrial/indumentaria, gráfico, interiores.

Entre los **aspectos positivos o fortalezas comunes** se resaltan: la capacidad creativa y emprendedora; la capacidad de vinculación entre áreas de diseño e integración con otros profesionales; la disposición de variedad de recursos para producir.

En cuanto a los **aspectos negativos o debilidades comunes** se destacan: la escasa valoración de la actividad, generalmente manifestado en lo mal pagados que están los trabajos; la falta de regulación de la actividad, fundamentalmente en la fijación de tarifas comunes; la falta de promoción de la actividad; carencias en la formación: falta de cursos de actualización, escasa calidad en la formación gratuita, falta de especialización.

A través de preguntas sistémicas y siguiendo con las mesas de trabajo según subsectores del diseño, se delinearón la **identidad y la proyección** de cada escena.

La **identidad** de la escena del **diseño gráfico**, la razón de ser de la misma está dada principalmente por la “diversidad” y por los “aspectos icónicos de nuestra sociedad y cultura popular”; también por: la “innovación y creativa, los modos de atracción (colores, fuentes, recursos, etc.), en sí, el diseño gráfico (dibujos, representación e ilustración), un número importante de clientes locales y de representantes”.

La **identidad** de la escena del **diseño industrial/indumentaria**, la razón de ser de la misma está dada principalmente por la “innovación, vanguardia, valor agregado, productos artesanales (manufactura), series limitadas”; también por la “versatilidad, funcionalidad, experimentación con materiales, texturas, diseño pensado para público específico”.

La **identidad** de la escena del **diseño de interiores**, la razón de ser de la misma está dada principalmente por el “eclecticismo”; también por los “espacios de formación públicos, el trabajo artesanal/ oficios y la geografía como inspiración del diseño”. La identidad está en proceso de formación.

En base a los rasgos identitarios comunes a los subsectores dentro del diseño, se sintetizó la identidad de la escena, **la razón de ser del diseño cordobés**: está dado por la **“innovación, el trabajo y producto artesanales, la diversidad / el eclecticismo, la geografía e iconos de la sociedad como**

## ***inspiración del diseño”.***

La **proyección** de la escena del **diseño gráfico** es hacia nuevos nichos específicos que puedan fomentar el crecimiento del sector, paliando la saturación del mismo y la falta de industria gráfica, y aumentar su calidad. También se proyecta al trabajo sobre soportes como web, indagando en nuevos campos, medios y tecnologías, ampliando el sector territorial y tecnológico. La rentabilidad irá mejorando en la medida en que el sector se adapte a los cambios y sea capaz de renovarse en el diseño.

La **proyección** de la escena del **diseño industrial / indumentaria** es económicamente decreciente para el sector dado el contexto de marcada competencia por la importación. No obstante, es culturalmente creciente para el consumidor y el diseñador, de mayor innovación ante la crisis, generando algo que sea diferente, no buscando competir. El diseñador como interventor en un servicio, no sólo como creador de objetos; resolviendo necesidades concretas de la población; realizando más ferias; apostando al reciclaje y la sustentabilidad.

La **proyección** de la escena del **diseño de interiores** es hacia un encuentro de referentes del área de interiores, contando con espacios de exposición de los trabajos, ampliando el público, generando un registro de colaboradores, y siendo apoyado financieramente como sector.

Se definieron los **desafíos** para este año **2017 y para el 2018**, vinculados a: a) fomentos para el sector, b) colegiatura; regulación fiscal y de tarifas; organización del sector, c) formación de público, d) redes y trabajos articulados, e) espacios de exposición, f) otros tales como: descubrir la forma de mantener lo tradicional paralelo a la innovación; visión estratégica, planificar a medio plazo (no corto plazo); reconocer y dar respuesta a necesidades locales concretas – crisis; generar áreas especializadas en las ramas de Diseño Industrial; mayor difusión de la comunicación (TV, Radio, etc.), creación de un registro de actores del diseño mediante una página Web de la municipalidad.

El **momento final** de la jornada contó por un lado con una **reflexión general** del evento, así mismo con una **matriz de evaluación** de los participantes del evento, donde los participantes plantearon que durante el encuentro se **sintieron** “cómodo/a, escuchado/a, pleno, a gusto con los debates que surgieron, muy bien, con ganas de participar de otro foro, muy satisfecho, contenido, con ganas de integrar áreas, orientada a las nuevas propuestas, feliz de poder aportar ideas, excelente experiencia, el debate fluyó y se llegaron a conclusiones coherentes”.

A su vez en relación a lo que les **aportó**, se mencionaron “más conocimiento en otras áreas, mucha información sobre el sector y nuevos proyectos, compartir ideas, mayor interés por lograr cambios en nuestra comunidad, compartir y nutrirme de experiencias de los compañeros, escuchar, poder relacionarme y conocer gente dedicada a lo mismo, intercambiar opiniones, idea general del posicionamiento del diseño, apertura a nuevas ideas, feedback, actualización, aporte al diseño desde lo colectivo, a dónde estamos parados cómo y hacia dónde vamos, ánimo, conocer como llevan a cabo las tareas de emprendedurismo mis colegas, apoyo, contención”.

En relación a las **sugerencias** se señalaron “que se implementen más seguidos los foros, más espacios de reunión, seguir con estos encuentros y proyectos, más tiempo de trabajo, mejorar la comunicación para que podamos ser más e incluso relacionarlo con facultad, integración entre las áreas o grupos para soluciones integrales, darle continuidad a las actividades conjuntas entre las distintas áreas del diseño, promocionar el diseño al espacio público, que se apliquen las propuestas, procesar y compartir los resultados, facilitación para ingresar al sector más foros y cursos de capacitación de manera presencial u online, ayuda financiera, más exposiciones y concursos, seguir fomentando el diseño cordobés.

Se agradece la gran riqueza de aportes y reflexiones de todos los actores participantes en el foro como el clima de armonía en el que se desarrolló el encuentro. Por otro lado, se destacan la coordinación y la logística adecuada para el desarrollo de la jornada que acompañaron la reflexión y la inmersión para el alcance de los objetivos previstos en el marco del foro.

Se alcanzaron los objetivos previstos para la jornada: a) abordar el diagnóstico estratégico; b) abordar el análisis estratégico: b.1) acordar la identidad, b.2) la proyección la identidad y c) establecer los desafíos para el presente año y para el 2017.

Los próximos pasos quedaron concatenados a los insumos del foro para avanzar en la segunda etapa del proceso. El foro fue desarrollado con metodología de planificación participativa sistémica.

## Apertura y presentación institucional

La apertura del encuentro estuvo a cargo de la Directora de Emprendimientos Creativos de la Municipalidad de Córdoba, Cecilia Salguero, quien estaba acompañada de la representante del Área Diseño de la Secretaría de Cultura municipal, Lic. Constanza Cubas.

Cecilia Salguero dio la bienvenida a los participantes con la expectativa de una jornada intensa de debate y acuerdos en relación a los objetivos planteados para el foro.

También hizo su presentación la representante del Área Diseño de la Secretaría de Cultura, Lic. Constanza Cubas quien expuso datos relevantes del sector que se desprendieron del Registro Único de Diseñadores y Estudiantes de Diseño. Esta herramienta permite contar con una base de datos actualizada de emprendedores y emprendimientos vinculados a la escena del diseño que posibilita pensar estrategias de acción desde el municipio de acuerdo a la realidad del sector.

## Introducción al Foro

Se presentó al facilitador del Foro, el Lic. Mario Cuomo, para dar inicio al mismo.

### 1. Presentación del Equipo de Facilitación

El moderador presentó al equipo de co facilitación conformado por la Lic. Agustina Monserrat, la Téc. Fernanda Rodríguez y el Lic. Santiago Nores, quienes se presentaron diciendo su perfil y rol en el foro.

### 2. Objetivos, Agenda y Metodología

Posteriormente se consensuaron la **agenda de trabajo**<sup>1</sup> y los **objetivos del encuentro**. Se presentó la metodología a ser utilizada durante la jornada, la aplicación de la técnica de Metaplan<sup>2</sup>, la importancia de la visualización permanente de los pasos para lo cual se trabaja con tarjetas sobre paneles de manera de registrar los acuerdos del grupo y poder revisar lo ya elaborado.

---

<sup>1</sup> Agenda del Foro en Anexo.

<sup>2</sup> Técnica de visualización por tarjetas la cual fue desarrollada en Alemania a finales de los años '60 por un grupo interdisciplinario de científicos sociales y asumidos luego por la empresa METAPLAN con el objetivo de apoyar procesos de discusión grupales en instituciones y empresas y a los fines de lograr una mayor participación y eficacia.



Por otro lado, se comentó sobre el **rol del facilitador**, quien guió la discusión grupal y propuso la metodología en los distintos momentos del Foro. Así mismo se establecieron acuerdos con respecto a los horarios y se planteó la importancia de participar durante toda la jornada para la construcción conjunta de consensos. Los trabajos grupales contaron con el acompañamiento del equipo de co-facilitación quien también participó de las plenarios.

La **agenda** y la **metodología de trabajo** fueron diseñadas en coordinación entre la Lic. Marina Assandri, la Directora de Emprendimientos Creativos, Cecilia Salguero, la representante de Área de Diseño de la Secretaría de Cultura, Constanza Cubas y el acompañamiento del Área de Investigación de la misma Secretaría, Lic. Agustina Monserrat, Téc. Fernanda Rodríguez y Lic. Santiago Nores.

Entre los **objetivos del foro** se mencionaron los siguientes:

- Abordar el diagnóstico estratégico
- Abordar el análisis estratégico:
  - ✓ Acordar la imagen, la identidad, la proyección al 2020.
- Identificar los principales desafíos para el presente año y el 2018.
- Establecer las próximas actividades que se deben desarrollar para continuar avanzando en el marco de este proceso.

## Diagnóstico Estratégico

Se trabajó con la **técnica de diagnóstico** utilizando **fortalezas** y **debilidades**.

### 1. Análisis de Situación: Aspectos Positivos y Negativos

Los participantes trabajaron con la **técnica de diagnóstico**, identificando fortalezas y debilidades por cada subsector del diseño: indumentaria/industrial, gráfico e interiores, respondiendo a la pregunta: De acuerdo a lo presentado<sup>3</sup> ¿Qué debilidades y qué fortalezas rescata y qué agrega a su sector específico?

---

<sup>3</sup> Lo presentado refiere a la exposición inicial al Foro: datos que se desprendieron del Registro Único de Diseñadores y Estudiantes de Diseño.

Entre los **aspectos positivos o fortalezas comunes** se resaltan: la capacidad creativa y emprendedora; la capacidad de vinculación entre áreas de diseño e integración con otros profesionales; la disposición de variedad de recursos para producir.

En cuanto a los **aspectos negativos o debilidades comunes** se destacan: la escasa valoración de la actividad, generalmente manifestado en lo mal pagados que están los trabajos; la falta de regulación de la actividad, fundamentalmente en la fijación de tarifas comunes; la falta de promoción de la actividad; carencias en la formación: falta de cursos de actualización, escasa calidad en la formación gratuita, falta de especialización.

A continuación se detallan fortalezas y debilidades trabajadas en las mesas según cada subsector del diseño.

## **Fortalezas del Diseño de Interiores**

### **❖ EMPRENDEDORISMO/ CREATIVIDAD/ SUSTENTABILIDAD**

- Espíritu emprendedor
- Creatividad
- Sustentabilidad
- Córdoba como polo creativo

### **❖ VINCULACIÓN ENTRE ÁREAS DE DISEÑO**

- Vinculación de las diferentes áreas de diseño

### **❖ OTRO**

- Plantear políticas para el sector (inicial)

## **Debilidades del Diseño de Interiores**

### **❖ DESVALORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD / FALTA PROMOCIÓN**

- Desvalorización del costo del trabajo
- Falta de promoción
- Falta de promoción del área impositiva

### **❖ ESCASA OFERTA DE ACTUALIZACIÓN EN LA FORMACIÓN**

- Falta de ofertas cursos de actualización

❖ **OTRO**

- Desconocimiento del registro de la marca

## **Fortalezas del Diseño Gráfico**

❖ **VARIEDAD DE SOPORTES, RECURSOS Y CAMPOS PARA PRODUCIR**

- Aunque los medios se restringen, van a web, un sector usa lo tradicional
- Oportunidades en nuevas áreas y gente dispuesta a explorarlas
- Recurso. Variedad de alternativas del producto
- Variedad de campos ocupacionales
- Mejoras a nivel técnico y maquinarias

❖ **CAPACIDAD RESOLUTIVA Y CREATIVA**

- Diversidad de enfoques técnicos para resolver problemas de comunicación
- Más iniciativa creativa
- Libertad de diseños
- No solo vende el Diseñador Gráfico también posiciona y calma al cliente porque está “haciendo algo”

❖ **OTROS**

- Relación de independencia

## **Debilidades del Diseño Gráfico**

❖ **FALTA DE REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD**

- Actividad no colegiada
- (Escasa) Organización en el control económico

❖ **ESCASA VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD**

- Falta de valoración
- Falta de reconocimientos profesionales y premios
- Siendo el objetivo del diseño vender el creativo está mal pago
- Desconocimiento por el público general, derecho intelectual
- Falta de contemplación de tiempo de producción

❖ **ESCASA CALIDAD EN FORMACIÓN GRATUITA**

- Calidad formación gratuita

❖ **OTROS**

- Otra vez la sectorización de nichos deja al diseño gráfico medio con pocos recursos creativos.

## **Fortalezas del Diseño Industrial/Indumentaria**

❖ **EMPRENDEDORISMO/ CREATIVIDAD**

- Capacidad emprendedora
- Actitud del diseñador “tirarse el lance”
- Capacidad creativa
- Intención de encontrar valor diferencial
- Series limitadas (debilidad y fortaleza)

❖ **DISPOSICIÓN DE RECURSOS PARA PROYECTOS E INDUSTRIA**

- Formación: metodología reconoce recursos para la consecución de proyectos
- Hay recursos industriales, hay industrias

❖ **CAPACIDAD VINCULACIÓN CON OTROS PROFESIONALES**

- Capacidad integradora con otros profesionales

❖ **INTERÉS DEL PÚBLICO EN DISEÑO**

- Público interesado en diseño

## **Debilidades del Diseño Industrial/Indumentaria**

❖ **DIFICULTADES EN LA COMERCIALIZACIÓN**

- *(Necesidad de)* Expandir comercialización
- Se vende poco

❖ **FALTA DE ESPECIALIZACIÓN EN LA FORMACIÓN Y PRÁCTICAS PROFESIONALES**

- Especializar formación
- No hay motivación en la Universidad para facilitar la inserción laboral, no hay prácticas profesionales.

❖ **NECESIDAD DE ACAPARAR MÚLTIPLES ROLES / ALTOS COSTOS**

- Queremos hacer todo, todos los roles
- Altos costos en general, necesidad de reducir costos haciendo todo uno como diseñador.

- Altos costos materiales
  - Series limitadas (debilidad y fortaleza)
- ❖ **DESCONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD / PÚBLICO REDUCIDO**
- No se conoce el diseño/ diseñador
  - Poco público (reducido)
- ❖ **FALTA DE REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD**
- Falta de regulación de tarifas
- ❖ **OTROS**
- Indumentaria: se copian prendas en industria
  - Dependencia de Bs As.
  - Falta de identidad
  - Falta nexo entre productores y diseñadores

## **FORTALEZAS Y DEBILIDADES COMUNES A LOS SUBSECTORES DEL DISEÑO**

En base a los puntos señalados en los grupos correspondientes a los subsectores del diseño, se pueden destacar como **fortalezas comunes** las siguientes:

- Capacidad creativa y emprendedora
- Capacidad de vinculación entre áreas de diseño e integración con otros profesionales
- Disposición de variedad de recursos para producir

En relación a las **debilidades comunes** se encontraron:

- Escasa valoración de la actividad, generalmente manifestado en lo mal pagados que están los trabajos.
- Falta de regulación de la actividad, fundamentalmente en la fijación de tarifas comunes
- Falta de promoción de la actividad.
- Carencia en la formación: falta de cursos de actualización, escasa calidad en la formación gratuita, falta de especialización.

# Análisis estratégico de la escena del Diseño

## 1. Identidad y Proyección

A través de preguntas sistémicas se trabajó en los tres grupos, la **identidad y la proyección** de la escena de cada subsector del diseño.

La **identidad** de la escena del **diseño gráfico**, la razón de ser de la misma está dada principalmente por la “diversidad” y por los “aspectos icónicos de nuestra sociedad y cultura popular”; también por: la “innovación y creativa, los modos de atracción (colores, fuentes, recursos, etc.), en sí, el diseño gráfico (dibujos, representación e ilustración), un número importante de clientes locales y de representantes”.

La **identidad** de la escena del **diseño industrial/indumentaria**, la razón de ser de la misma está dada principalmente por la “innovación, vanguardia, valor agregado, productos artesanales (manufactura), series limitadas”; también por la “versatilidad, funcionalidad, experimentación con materiales, texturas, diseño pensado para público específico”.

La **identidad** de la escena del **diseño de interiores**, la razón de ser de la misma está dada principalmente por el “eclecticismo”; también por los “espacios de formación públicos, el trabajo artesanal/ oficios y la geografía como inspiración del diseño”. La identidad está en proceso de formación.

En base a los rasgos identitarios definidos por cada uno de los grupos, se destacan algunos que son comunes a los subsectores del diseño y que pueden sintetizar la identidad de la escena del diseño. Así, **la razón de ser del diseño cordobés** está dado por la “**innovación, el trabajo y producto artesanales, la diversidad / el eclecticismo, la geografía e iconos de la sociedad como inspiración del diseño**”. Esto coincide en parte con los datos obtenidos en el relevamiento del Registro de diseñadores y estudiantes de diseño de Córdoba, a través del cual se puso de manifiesto que el principal rasgo identitario para la mayoría de los diseñadores relevados es la “innovación” seguido de la “originalidad” y “creatividad”.

La **proyección** de la escena del **diseño gráfico** es hacia nuevos nichos específicos que puedan fomentar el crecimiento del sector, paliando la saturación del mismo y la falta de industria gráfica, y

aumentar su calidad. También se proyecta al trabajo sobre soportes como web, indagando en nuevos campos, medios y tecnologías, ampliando el sector territorial y tecnológico. La rentabilidad irá mejorando en la medida en que el sector se adapte a los cambios y sea capaz de renovarse en el diseño.

La **proyección** de la escena del **diseño industrial / indumentaria** es económicamente decreciente para el sector dado el contexto de marcada competencia por la importación. No obstante, es culturalmente creciente para el consumidor y el diseñador, de mayor innovación ante la crisis, generando algo que sea diferente, no buscando competir. El diseñador como interventor en un servicio, no sólo como creador de objetos; resolviendo necesidades concretas de la población; realizando más ferias; apostando al reciclaje y la sustentabilidad.

La **proyección** de la escena del **diseño de interiores** es hacia un encuentro de referentes del área de interiores, contando con espacios de exposición de los trabajos, ampliando el público, generando un registro de colaboradores, y siendo apoyado financieramente como sector.

## **1.1 Grupo II: Posicionamiento Estratégico del subsector Diseño Gráfico**

En relación a la identidad y a la proyección del subsector diseño gráfico se respondieron a los siguientes disparadores:

### **1. Si tuviese que presentar el sector del diseño gráfico cordobés en el 2017 en un encuentro nacional, ¿qué aspectos resaltaría como rasgos identitarios?**

- Aspectos icónicos de nuestra sociedad y cultura popular
- Modos de atracción (colores, fuentes, recursos, etc.). En sí, el diseño gráfico (dibujos, representación e ilustración).
- Innovación y creativa
- Innovación
- Creativo
- Diversidad
- Un número importante de clientes locales
- Tiene un número importante de representantes

### **2. Priorización de los atributos identitarios**

- Diversidad
- Aspectos icónicos de nuestra sociedad y cultura popular.

### **3. ¿Cuál es la proyección del subsector diseño gráfico cordobés?**

- Trabajar sobre nichos muy específicos y la web
- El hecho de que seamos tantos y la existencia de nuevos nichos pueden fomentar el crecimiento y un aumento en calidad
- Saturación del sector. Falta de industrias de gráfica. Ampliación Web
- La rentabilidad va a mejorar en la medida en que nos adaptemos a los cambios y seamos capaces de renovarnos en el diseño
- Trabajando en la ampliación del sector territorial y tecnológico
- Indagación en nuevos campos, medios, tecnologías

## **1.2 Grupo III: Posicionamiento Estratégico del subsector Diseño Industrial / Indumentaria**

En relación a la identidad y a la proyección del subsector diseño industrial/ indumentaria se respondieron a los siguientes disparadores:

### **1. Si tuviese que presentar al subsector industrial/ Indumentaria cordobés en el 2017 en un encuentro nacional, ¿qué aspectos resaltaría como rasgos identitarios?**

- Diseño pensado para público específico
- Material, experimentación con materiales, texturas
- Funcionalidad
- Versatilidad
- Innovación, vanguardia, valor agregado
- Productos artesanales (manufactura)
- Series limitadas

### **2. Priorización de los atributos identitarios**

- Innovación, vanguardia, valor agregado
- Productos artesanales (manufactura)
- Series limitadas

### **3. ¿Cuál es la proyección del subsector diseño industrial / Indumentaria cordobés?**

- Marcada competencia por importación



- Culturalmente creciente para consumidor y diseñador
- Reciclaje, sustentabilidad
- Económicamente decreciente
- Realizando más ferias
- Generando algo que sea diferente, no buscando competir
- Mayor innovación ante la crisis
- El diseñador como interventor en un servicio. No solo como creador de objetos
- Resolviendo necesidades concretas de la población

### **1.3 Grupo IV: Posicionamiento Estratégico del subsector Diseño de Interiores**

En relación a la identidad y a la proyección del subsector diseño de interiores se respondieron a los siguientes disparadores:

**1. Si tuviese que presentar al subsector de interiores cordobés en el 2017 en un encuentro nacional, ¿qué aspectos resaltaría como rasgos identitarios?**

- Eclecticismo
- Espacios de formación públicos
- Proceso de formación de identidad
- Trabajo artesanal – oficios
- La geografía como inspiración del diseño
- Transculturación del diseño nacional

**2. Priorización de los atributos identitarios**

- Eclecticismo

**3. ¿Cuál es la proyección del subsector diseño de interiores cordobés?**

- Registro de colaboradores
- Encuentro de referentes del área de interiores
- Apoyo financiero
- Ampliar el público
- Espacios de exposición de los trabajos

## **Desafíos al 2016-2017**

## 1. Listados de Desafíos

Se los invitó que pensarán y escribirán, *¿cuáles son las **Estrategias / Desafíos** más necesarios para cada subsector del Diseño de la Ciudad de Córdoba para los próximos años (2017/ 2018)? Pensando que deben contribuir a la proyección.*

Se definieron los **desafíos** para este año **2017 y para el 2018**, vinculados a: a) fomentos para el sector, b) colegiatura; regulación fiscal y de tarifas; organización del sector, c) formación de público, d) redes y trabajos articulados, e) espacios de exposición, f) otros tales como: descubrir la forma de mantener lo tradicional paralelo a la innovación; visión estratégica, planificar a medio plazo (no corto plazo); reconocer y dar respuesta a necesidades locales concretas – crisis; generar áreas especializadas en las ramas de Diseño Industrial; mayor difusión de la comunicación (TV, Radio, etc.), creación de un registro de actores del diseño mediante una página Web de la municipalidad.

### FOMENTOS PARA EL SECTOR

- Ayuda económica a emprendedores.
- Nuevos eventos y concursos para premiar y reconocer a diseñadores.
- Generar campañas para fomentar compras locales
- Estar respaldados por el Estado
- Que la Municipalidad y gobierno utilicen diseñadores cordobeses
- Apoyo para el vínculo diseñador/industria
- Investigación y desarrollo aplicado de los diseñadores sostenido y fomentado por políticas gubernamentales
- Pasantías gestionadas por el sector público.

### COLEGIATURA. REGULACIÓN FISCAL Y DE TARIFAS. ORGANIZACIÓN SECTOR

- Regularizar la actividad (tarifas, colegiar la actividad).
- Colegiatura / organización como sector.
- Legislar la profesión
- Organizarse – acompañar
- Facilidad para regularizar la situación de nuevos emprendimientos (inscripción, situación impositiva).

### FORMACIÓN DE PÚBLICO

- Concientizar al consumidor para elegir qué y cómo comprar

- Concientización del consumidor
- Educar al consumidor sobre el diseño local
- Estrategia: ampliar el público en general, como colaboradores de la decoración cotidiana.

## **FORTALEZAS QUE NOS DIFERENCIEN. NUEVOS NICHOS**

- Incentivar el nicho de mercado con objetos que contengan mucho valor agregado
- Descubrir fortaleza propia para especializarse en un nicho rentable.
- Diferenciarnos desde las potencialidades locales (responsabilidad social y ambiental)
- Ofrecer productos responsables y honestos, desde lo material, funcional, sustentable y social.
- Diseño sustentable
- Diseño culturalizado

## **REDES Y TRABAJOS ARTICULADOS**

- Creación de Redes Creativas locales.
- Abrir fronteras dentro de las diversas áreas de producción y gestión.
- Generar una red que integre y vincule capacidades para dar selecciones.

## **ESPACIOS DE EXPOSICIÓN**

- Tener un “casa FOA” estilo cordobés
- Espacios de exposición accesibles
- Aprovechar espacios municipales para hacer intervenciones de diseño que muestren al público general.

## **OTROS**

- Descubrir la forma de mantener lo tradicional paralelo a la innovación.
- Visión estratégica, planificar a medio plazo (no corto plazo)
- Reconocer y dar respuesta a necesidades locales concretas – crisis
- Generar áreas especializadas en las ramas de Diseño Industrial
- Mayor difusión de la comunicación (TV, Radio, etc.)
- Creación de un registro de actores del diseño mediante una página Web de la municipalidad.

## **Momento final del Foro**

El momento final de la jornada contó por un lado con la enumeración de los próximos pasos, con una **reflexión general** del evento y con la **presencia** de la Directora de Emprendimientos Creativos, Cecilia

Salguero, y la responsable del Área Diseño, Lic. Constanza Cubas quienes agradecieron la participación de los presentes y agradecieron a la facilitadora, como al equipo de facilitación. Se clausuró el evento con un fuerte aplauso para todos los presentes.

## 1. Próximos Pasos

Se establecieron las **próximas actividades** que se deben desarrollar para continuar avanzando en el marco de este proceso. Quedando definidas las siguientes: a) la sistematización y digitalización del foro a ser distribuido por la Secretaría de Cultura, b) compartir los resultados del relevamiento aportados por el Registro Único de Diseñadores y Estudiantes, c) continuar en el marco de este proceso.

## 4. Evaluación de Participantes

El **momento final** de la jornada contó por un lado con una **reflexión general** del evento, así mismo con una **matriz de evaluación** de los participantes del evento, donde ellos plantearon que durante el encuentro se **sintieron** “cómodo/a, escuchado/a, pleno, a gusto con los debates que surgieron, muy bien, con ganas de participar de otro foro, muy satisfecho, contenido, con ganas de integrar áreas, orientada a las nuevas propuestas, feliz de poder aportar ideas, excelente experiencia, el debate fluyó y se llegaron a conclusiones coherentes”.

A su vez en relación a lo que les **aportó**, se mencionaron “más conocimiento en otras áreas, mucha información sobre el sector y nuevos proyectos, compartir ideas, mayor interés por lograr cambios en nuestra comunidad, compartir y nutrirme de experiencias de los compañeros, escuchar, poder relacionarme y conocer gente dedicada a lo mismo, intercambiar opiniones, idea general del posicionamiento del diseño, apertura a nuevas ideas, feedback, actualización, aporte al diseño desde lo colectivo, a dónde estamos parados cómo y hacia dónde vamos, ánimo, conocer como llevan a cabo las tareas de emprendedurismo mis colegas, apoyo, contención”.

En relación a las **sugerencias** se señalaron “que se implementen más seguidos los foros, más espacios de reunión, seguir con estos encuentros y proyectos, más tiempo de trabajo, mejorar la comunicación para que podamos ser más e incluso relacionarlo con facultad, integración entre las áreas o grupos para soluciones integrales, darle continuidad a las actividades conjuntas entre las distintas áreas del diseño, promocionar el diseño al espacio público, que se apliquen las propuestas,

procesar y compartir los resultados, facilitación para ingresar al sector más foros y cursos de capacitación de manera presencial u online, ayuda financiera, más exposiciones y concursos, seguir fomentando el diseño cordobés.

Se transcriben los comentarios y sugerencias de los participantes:

<b>¿Cómo me sentí?</b>
Cómoda y con ganas de hacer
Una buena experiencia, para conocer y conocernos y proponer para el ámbito. Me sentí cómoda para hablar y escuchar a mis compañeros
Pleno
Cómodo y a gusto de los debates que surgieron
Muy bien! Con ganas de presenciar otro foro para informarme más.
Cómoda
Cómodo, muy satisfecho.
Como persona que se inicia en el campo, sentí un poco de individualización de las áreas con ganas de integrar.
Muy bien
Escuchado
Contenido, escuchado.
Feliz de poder aportar ideas.
Es una excelente experiencia, el debate fluyó y se llegaron a conclusiones coherentes.
A gusto, cómodo.
Bien, escuchada.
Escuchada. Orientada a nuevas propuestas.
Muy bien...
<b>¿Qué me aportó?</b>
Más conocimiento en otras áreas.
Mucha información sobre el sector, sobre los nuevos proyectos.
Compartiendo ideas. Información.

Mayor interés por lograr cambios en nuestra comunidad.
Me sirve para ver y nutrirme de experiencias de los compañeros. Poder relacionarme y conocer gente que se dedica a lo mismo que yo.
La posibilidad de intercambiar opiniones.
Conocimiento.
Idea general del posicionamiento del diseño.
Compartir experiencias.
La posibilidad de escuchar y tomar la vivencia de mis colegas.
Apertura a nuevas ideas. Feedback. Actualización.
Creo que el aporte fue más al diseño desde lo colectivo que a mi desde lo individual.
Información sobre pensamientos de otros profesionales y sobre ideas a concretarse.
A donde estamos parados, cómo y hacia dónde vamos.
Ánimo, experiencias de otros.
Conocer la situación de gente afín. Saber que piensan mis colegas. Conocer como llevan a cabo sus tareas de emprendedurismo.
Apoyo, contención e intercambio de ideas
<b>¿Qué sugerencias hago?</b>
Que se implementen más seguidos estos foros
Más espacios de reunión
Seguir con estos encuentros y proyectos
Jornadas más largas de trabajo. Más tiempo.
Que estos foros sean con mayor frecuencia. Mejorar la comunicación para que podamos ser más e incluso, relacionarlo con la facultad.
Integración entre las áreas o grupos para soluciones integrales.
Tener más foros de este nivel
Promocionar el diseño al espacio público
Sería bueno que tenga continuidad y que se apliquen las propuestas
Una facilitación para ingresar al sector
Todo excelente. Procesar y compartir los resultados
Darle continuidad a las actividades conjuntas entre las distintas áreas del diseño.
Realizar más foros, cursos de capacitación, de manera presencial u online.

Seguir fomentando el diseño cordobés.
Más exposiciones y concursos. Capacitaciones específicas.
Que lo hablado hoy, se tenga en cuenta en futuras políticas entorno al diseño.
Capacitación. Ayuda financiera. Cursos.

## **5. Reflexión General del Evento**

Se agradece la gran riqueza de aportes y reflexiones de todos los actores participantes en el foro como el clima de armonía en el que se desarrolló el encuentro.

Por otro lado, se destacan la coordinación y la logística adecuada para el desarrollo de la jornada que acompañaron la reflexión y la inmersión para el alcance de los objetivos previstos en el marco del foro.

Se alcanzaron los objetivos previstos para la jornada: a) abordar el diagnóstico estratégico; b) abordar el análisis estratégico: b.1) acordar la identidad, b.2) la proyección y c) establecer los desafíos para el presente año y para el 2018.

Los próximos pasos quedaron concatenados a los insumos del Foro para avanzar en la segunda etapa del proceso.

El foro fue desarrollado con metodología de planificación participativa sistémica.

## **B – Anexo**

---



# I. Agenda Foro

“ESCENAS. Foro de Creadores de Córdoba”

Primer Foro:

“Construcción de consensos para la política pública: posicionamiento del sector de diseño de la ciudad”

Lunes 8 de Mayo de 2017

17.30 a 21.00 horas

<b>I. Apertura del Foro (18.00 – 18.10 horas) – Autoridades de la Municipalidad de Córdoba</b>
<b>II. Presentación Institucional (18.10 – 18.30 horas) – Constanza Cubas</b> Antecedentes y presentación del relevamiento sectorial
<b>III. Introducción al Foro (18.30 – 18.50 horas) - Lic. Mario Cuomo</b>  Presentaciones Objetivos Agenda - Metodología
<b>IV. Análisis Estratégico de Posicionamiento Sectorial (18.50 -20.20 horas)</b>  Diagnóstico Identidad Proyección Desafíos
Café (20.20- 20.35 horas)
<b>V. Plenaria Análisis Estratégico de Posicionamiento Sectorial (20.35 -20.55 horas)</b>  Presentación de los distintos subsectores
<b>VI. Conclusiones y cierre (20.55 – 21.00 horas)</b>  Reflexión general Temas pendientes Próximos pasos

## **II. Listado de Participantes**

1. Agustina Cabral
2. Ailín Velázquez
3. Alexsandra Suárez
4. Alfredo Guarnera
5. Alicia Semería
6. Álvaro Toledo
7. Ana Cubeiro
8. Anahí Guarnera
9. Carla Marcela Guillot
10. Dalmira Castro
11. Dilma Páez
12. Edgardo Valor
13. Eduardo Reynoso
14. Gonzalo Galli
15. Griselda García
16. José Novaretti
17. Leandro Posadas
18. López Sofía
19. Lucia Ron
20. Marcelo Javier Maza
21. Mariángela Genero
22. Nicolás Crescimbeni
23. Silvia Moreno
24. Valentina Ferreyra
25. Valeria Hill
26. Victoria Fassola
27. Victoria Tovfigh

### III. Listado de Participantes por Grupo

GRUPO II			
NOMBRE	REFERENCIA	TELÉFONO	CORREO
Carla Marcela Guillot	Diseñadora Gráfica independiente	0351-152391305	cmguillot13@gmail.com
Marcelo Javier Maza	Analista de Servicios para Internet (Webmaster) Luparia producciones / Luparia Photoart	0351-152031000	marce_maza@hotmail.com
Anahí Guarnera	Diseñadora gráfica	0351- 15267861	annyjoseph@gmail.com
Alfredo Guarnera	Diseñador gráfico	0351-152013744	<a href="mailto:impresosycartelescordoba@gmail.com">impresosycartelescordoba@gmail.com</a>
Agustina Cabral	Diseño Gráfico e industrial	0351-157015532	magustina.caabrale@gmail.com

GRUPO III			
NOMBRE	REFERENCIA	TELEFONO	CORREO
Lucia Ron	Diseñadora industrial Simple Estudio. Docente	0351-153113624	<a href="mailto:lucia-ron@hotmail.com">lucia-ron@hotmail.com</a>
Leandro Posadas	Diseñador industrial	0351-153467234	<a href="mailto:leandroeze8@hotmail.com">leandroeze8@hotmail.com</a>
Victoria Tovfigh	Diseñadora industrial	0351-156160056	<a href="mailto:victoriatovfigh@gmail.com">victoriatovfigh@gmail.com</a>
Gonzalo Galli	Diseñador industrial	02664-15637504	<a href="mailto:gonzalogalli@outlook.com">gonzalogalli@outlook.com</a>
Álvaro Toledo	Diseñador industrial. T-Point	0351-153096836	info@t-point.com.ar

	/ Fábrica de Ideas		
Edgardo Valor	Diseñador industrial. Innovar Deco	0351-156420449	<a href="mailto:innovar03@hotmail.com">innovar03@hotmail.com</a>
Ailín Velázquez	Estudiante Diseño Industrial	0351-157148580	<a href="mailto:ailinvelazquez@gmail.com">ailinvelazquez@gmail.com</a>
Victoria Fassola	Diseñadora industrial	0351-156640550	<a href="mailto:vickyfassola@hotmail.com">vickyfassola@hotmail.com</a>
Nicolás Crescimbeni	Diseñador industrial independiente	0351-158029550	<a href="mailto:nicocresci@hotmail.com">nicocresci@hotmail.com</a>
López Sofía	Diseñadora industrial	0351-152262840	<a href="mailto:sofia.lopez@outlook.com.ar">sofia.lopez@outlook.com.ar</a>
Ana Cubeiro	Licenciatura en Comunicación Audiovisual	0351-156234780	ana.cubeiro@ies21.edu.ar <a href="mailto:ana.cubeiro@hotmail.com">ana.cubeiro@hotmail.com</a>
Mariángela Genero	Diseñadora industrial Simple Estudio.	0351-157529914	<a href="mailto:marianelagenero@gmail.com">marianelagenero@gmail.com</a>
Valentina Ferreyra	Diseñadora industrial Cadein SRL / Zapatillas Odd Mood	0351-156308236	globodevale@gmail.com zapasoddmood@gmail.com
Eduardo Reynoso	Diseñador industrial Meta Wood Design	0351-156270994	eduardoreynosometa@gmail.com
José Novaretti		02302-15623040	<a href="mailto:josenovaretti88@gmail.com">josenovaretti88@gmail.com</a>
Dilma Páez	Diseñadora industrial		<a href="mailto:dilmapaez87@gmail.com">dilmapaez87@gmail.com</a>

### GRUPO VI y I

NOMBRE	REFERENCIA	TELEFONO	CORREO
Alexsandra Suárez	Diseñadora de	03564-	ale_suar@hotmail.com

	interiores independiente	1561452	
Dalmira Castro	Diseñadora de interiores independiente	0351-156014337	<a href="mailto:dalmiracastro@gmail.com">dalmiracastro@gmail.com</a>
Alicia Semería	Arquitecta. Stand Especiales	0351-157557363	<a href="mailto:absemeria@yahoo.com.ar">absemeria@yahoo.com.ar</a>
Griselda García	Decoradora de interiores, restauración y pintura de muebles. JuanaLoca	0351-157565366	griseldadelvgarcia@hotmail.com
Silvia Moreno	Decoradora de interiores, vidrierista. FLUIR Objetos Textiles	0351-156796022	<a href="mailto:silsilmore@gmail.com">silsilmore@gmail.com</a>
Valeria Hill	Arquitecta	0351-152695272	<a href="mailto:valehill_13@hotmail.com">valehill_13@hotmail.com</a>

**IV. Fotos del Encuentro**



**Apertura 1º Foro de Diseño**



**Apertura 1º Foro de Diseño**



**Apertura 1º Foro de Diseño**



**Apertura 1º Foro de Diseño**



**Trabajo Grupal 1º Foro de Diseño**

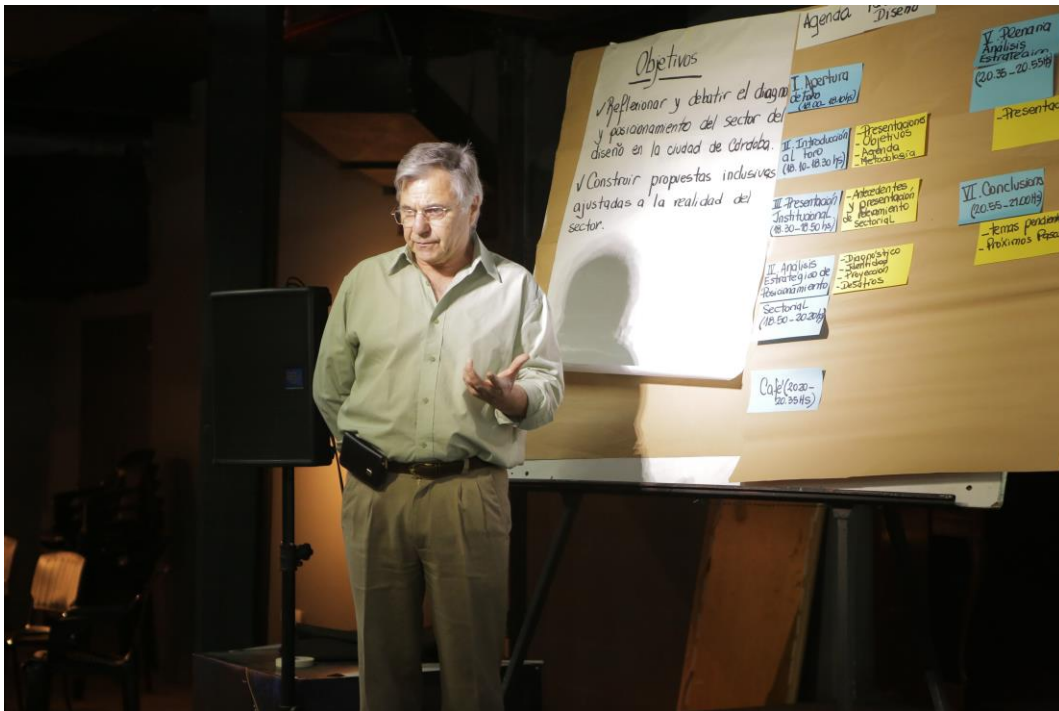


**Trabajo Grupal 1º Foro de Diseño**





**Trabajo Grupal 1º Foro de Diseño**



**Plenaria 1º Foro de Diseño**



**Plenaria 1° Foro de Diseño**