

# GPDM en di-álogos: hacia un modelo de gestión de Estudios de Diseño

GRUPO de  
PROFUNDIZACIÓN  
en DESIGN  
MANAGEMENT

**GPDM**

El **GPDM** (Grupo de Profundización en Design Management) se crea a partir del Curso de Consolidación de PYMES del año 2009 impartido por **EOI** con la colaboración de **dimad**, **ddi** y **Madrid Emprende**, y su **objetivo es encontrar un nuevo modelo de empresas que ofrecen servicios en diseño**.

En este encuentro, abierto y dialogante, presentaremos todo lo que hemos aprendido:  
**El “Árbol Estratégico” (o Cuadro de Mando, una herramienta para visualizar la gestión de cada Estudio)** cómo es este Modelo de Gestión, cómo lo hemos aplicado cada uno y cómo se puede convertir en un Modelo de utilidad para el sector de industrias creativas y culturales, en definitiva para nuestros colegas diseñadores.

### **El GPDM lo forman:**

Laurent Ogel, [www.projectgestion.com](http://www.projectgestion.com)  
Oyer Corazón, [www.albertocorazon.com](http://www.albertocorazon.com)  
Alejandro Castillo, [www.rrebrand.com](http://www.rrebrand.com)  
Pablo Velasco, [www.aderal.es](http://www.aderal.es)  
Soledad Hernández de la Rosa, [www.motivacmedia.com](http://www.motivacmedia.com)  
Isabel Martín Menéndez, [www.latintachina.com](http://www.latintachina.com)  
Alberto Bejerano y Patxi Cotarelo, [www.dsignio.com](http://www.dsignio.com)  
Pablo Galán Coppel, [www.biografica.org](http://www.biografica.org)  
Belén Pisón, [www.soscreativos.com](http://www.soscreativos.com)  
Marcello Conta, [www.spr-msh.com](http://www.spr-msh.com)  
Jose Angel Morato, [www.masinfinito.com](http://www.masinfinito.com)  
Daniel Gonzalo, [www.antartida.biz](http://www.antartida.biz)  
Eva almohacid, [www.dsquadra.com](http://www.dsquadra.com)  
Mario Marco, [www.artext.es](http://www.artext.es)  
Andra Piscaer, [www.planbworks.eu](http://www.planbworks.eu)  
Adriana Arranz y Cristina Chaves, [www.galansobrini.es](http://www.galansobrini.es)  
Jesús Enrique Ovejero Salas, [www.eadm.es](http://www.eadm.es)

# Índice

## **INTRO.**

### **Los “arbustos” no me dejan ver el bosque. (Laurent Ogel)**

Una visión de dónde debe estar el Sector Diseño,  
basculado entre las Industrias Culturales y las Industrias Creativas.

## **DIAGNÓSTICO.**

### **Capacidad creativa sobresaliente, gestión del talento.... suspendida. (Oyer Corazón)**

Explicar cómo trabajamos en un sector altamente creativo, culto e innovador...  
pero con una huella cultural negativa respecto de la gestión y visión empresarial de nuestro sector.

## **TRATAMIENTO.**

### **Las organizaciones son seres vivos.... y también se diseñan. (Alejandro Castillo yPablo Velasco)**

EL ARBOL ESTRATEGICO; evolución de una herramienta de gestión desde la mirada del “design thinking”.

Las **industrias creativas** constituyen un componente cada vez más importante en las **economías post-industriales** basadas en el conocimiento.

En la actualidad, no existe un estándar internacional único para la obtención de indicadores estadísticos.

### **La UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo)**

estipula que las industrias creativas son:

**Ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios** que utilizan creatividad y capital intelectual como insumos primarios.

**Conjunto de actividades basadas** en el conocimiento que se centran en las artes sin limitarse a ellas y pueden generar ingresos por medio del comercio y los derechos de Propiedad intelectual.

**Las industrias creativas** se han convertido en uno de los sectores más dinámicos de la economía mundial al brindar amplias posibilidades de **desarrollo cultural, social y económico**.

Ello refleja **el alcance económico y cultural de las industrias creativas**, que abarcan el **patrimonio cultural**, las artes, los medios de comunicación, el diseño y los servicios creativos. Al vincular las empresas, la cultura y la tecnología, **la economía creativa permite transformar los recursos creativos en factores de crecimiento**.

**The Creative Industries accounted for 7.3% of Gross Value Added (GVA).**

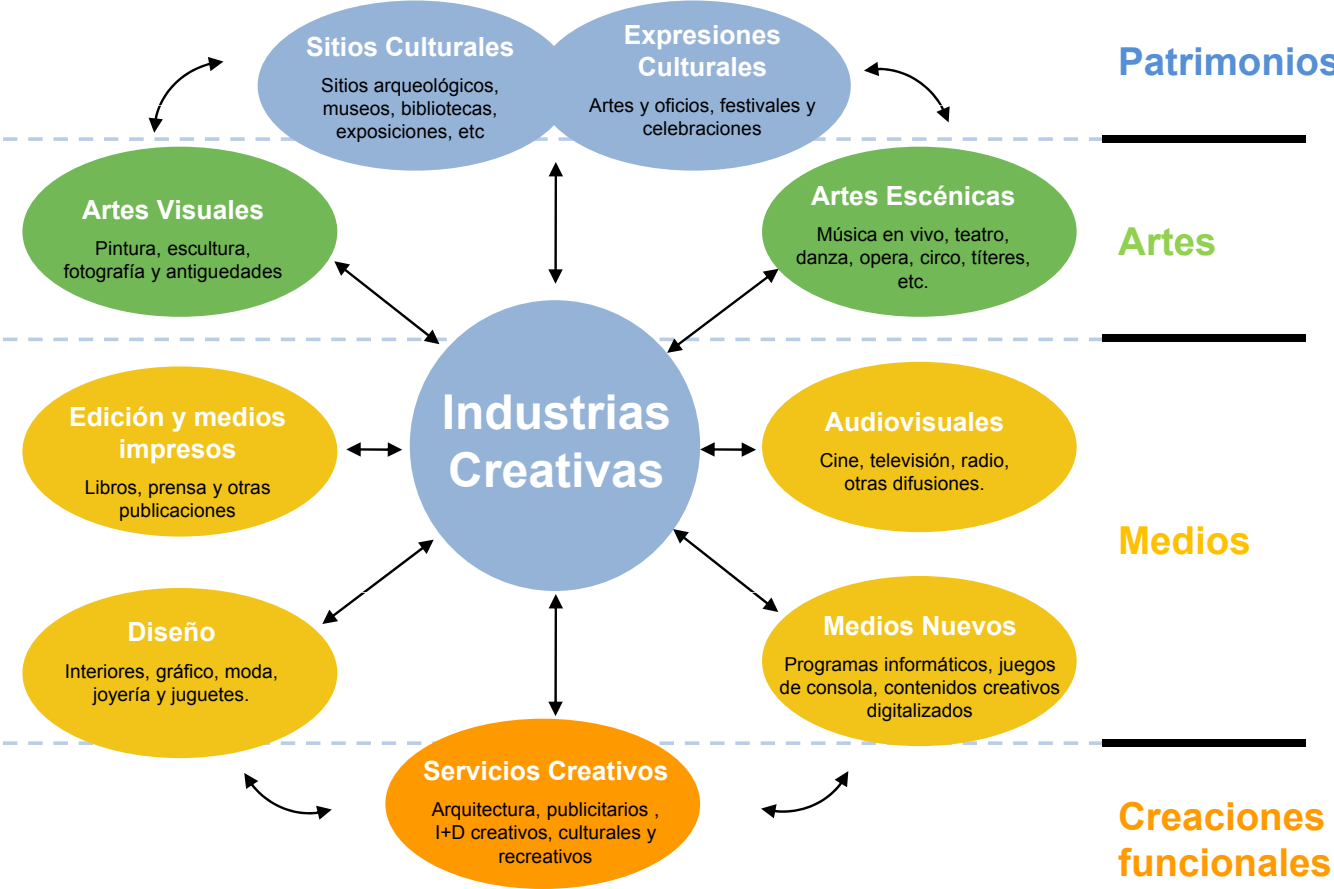
(UK: Creative Industries Economic Estimates - February 2010)

La aportación de la **industria turística** al PIB en 2009 se situó en el **10,3%**. **El sector energético en España supone aproximadamente un 5 % del PIB**, pero su importancia va más allá de su participación en la producción total, puesto que constituye un sector de carácter estratégico del que necesitan todas las ramas de la actividad económica, siendo la energía considerada necesaria para cualquier clase de producción de bienes y servicios.

Estructura sectorial del PIB español (Fuente: INE)

Año	Agric. y pesca	Industria	Construcción	Servicios
<b>2009</b>	2,5	15,1	10,7	71,7

# Clasificación de industrias creativas de la UCTAD \*



(\*) Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

Queridos colegas diseñadores: es asombroso que sigamos vivos. Somos, por lo general, buenos diseñadores (gráficos, industriales, de interiores...): cuando se nos encarga un trabajo, analizamos la comunicación del cliente desde fuera, aplicamos nuestras capacidades de problema/solución, lo confrontamos con el cliente y resolvemos brillantemente el encargo. **En el aspecto creativo somos sobresalientes, sabios e innovadores, y sin embargo como gestores de nuestros estudios somos, por lo general, mediocres, ignorantes y cortos de miras.** No estamos sacando el máximo partido a las estructuras que hemos creado, y eso, hoy en día, nos coloca en una posición bien incómoda: tenemos que ser eficaces, mucho más de lo que lo somos, en la gestión de nuestros estudios porque sólo así existirán posibilidades de supervivencia.

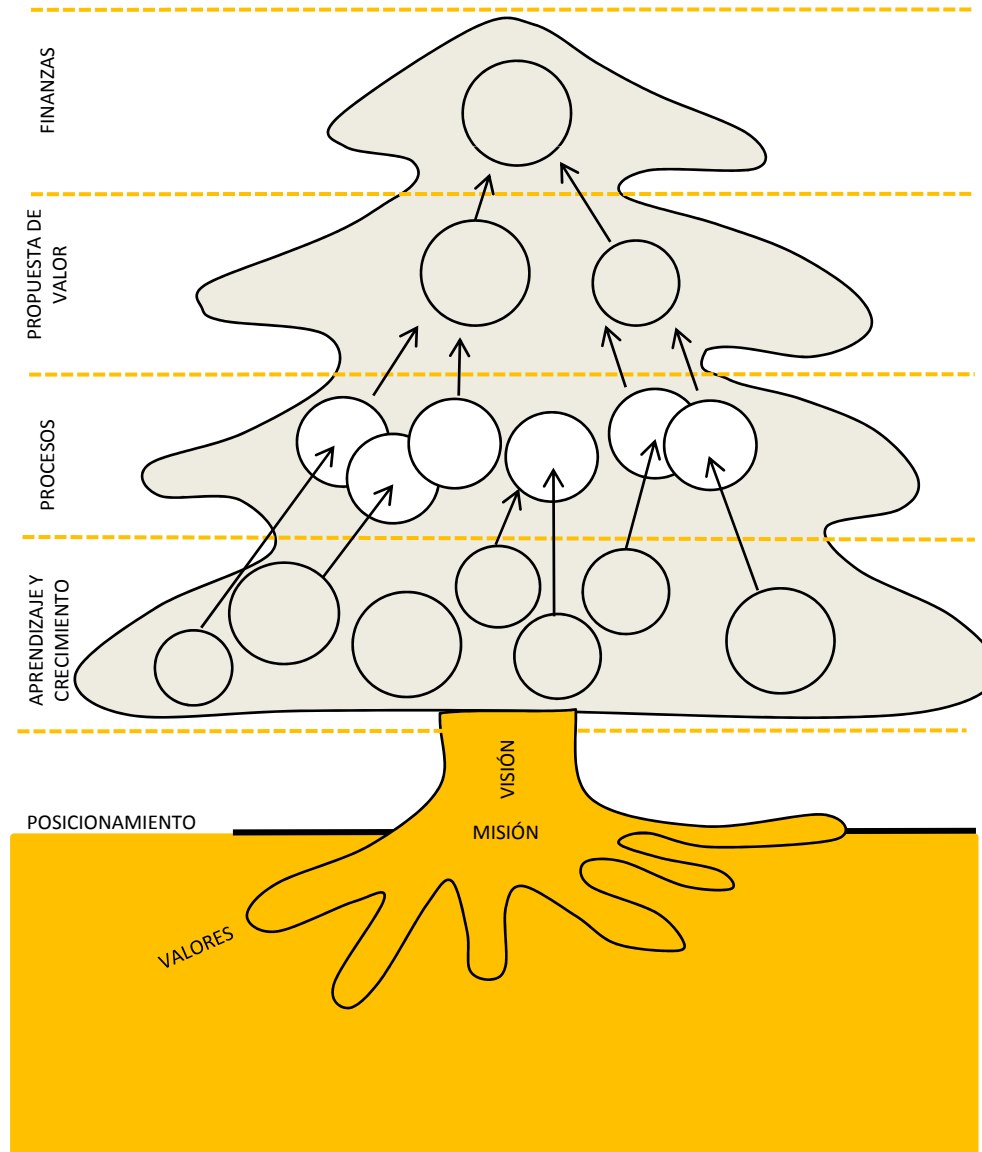
En un sector como el nuestro, tradicionalmente autodidacta y donde incluso la carrera homologada acaba de nacer, no hemos tenido modelos de aprendizaje en casi nada, pero menos que nada en "design management". Hemos tenido, y tenemos, maestros en los que fijarnos y de los que aprendemos, pero un paso **más allá de aprender es compartir conocimiento; y esto es algo que nos corresponde a nosotros**, los "hijos de los maestros", si me permiten la expresión. Pero compartir conocimiento tiene un peligro: al fin y al cabo muchos somos competencia entre nosotros mismos. Pero **somos competencia por nuestras habilidades creativas, no por nuestra gestión del Estudio** (nadie nos contrata por ser buenos gestores, sino por ser buenos diseñadores); puede argumentarse, que al compartir los "modos de gestión" hacemos más fuerte a la competencia, y es cierto, pero al compartir, el beneficio es mutuo. Aparte, **tener competencia más fuerte querría decir que seríamos más fuertes como sector**, lo cual sí que nos ayudará a cada uno de nosotros individualmente.

Seguimos siendo considerados por gran parte del público (nuestros clientes, por cierto) como "creativos que hacen un dibujito y lo cobran a precio de oro", y esa es un "aura" de artista que en nada beneficia nuestros planteamientos profesionales. Nadie considera que un arquitecto es un artista, aunque pueda hacer planteamientos casi-artísticos, como los que pueblan los suplementos de arquitectura de todos los periódicos. Los diseñadores podemos equipararnos a los arquitectos en muchos aspectos (y en otros muchos no podemos equipararnos, ni falta que hace), y no seremos socialmente respetados como lo es un arquitecto hasta que no demos que la nuestra es una profesión seria. Podemos ser profesionales serios, (esto es, entregar en plazos, ajustados al presupuesto y las necesidades del cliente) y disfrutar enormemente el trabajo, pasarlo bien incluso: lo cortés no quita lo valiente. **Podemos gestionar eficazmente un Estudio sin perder un ápice de creatividad donde es necesaria.**

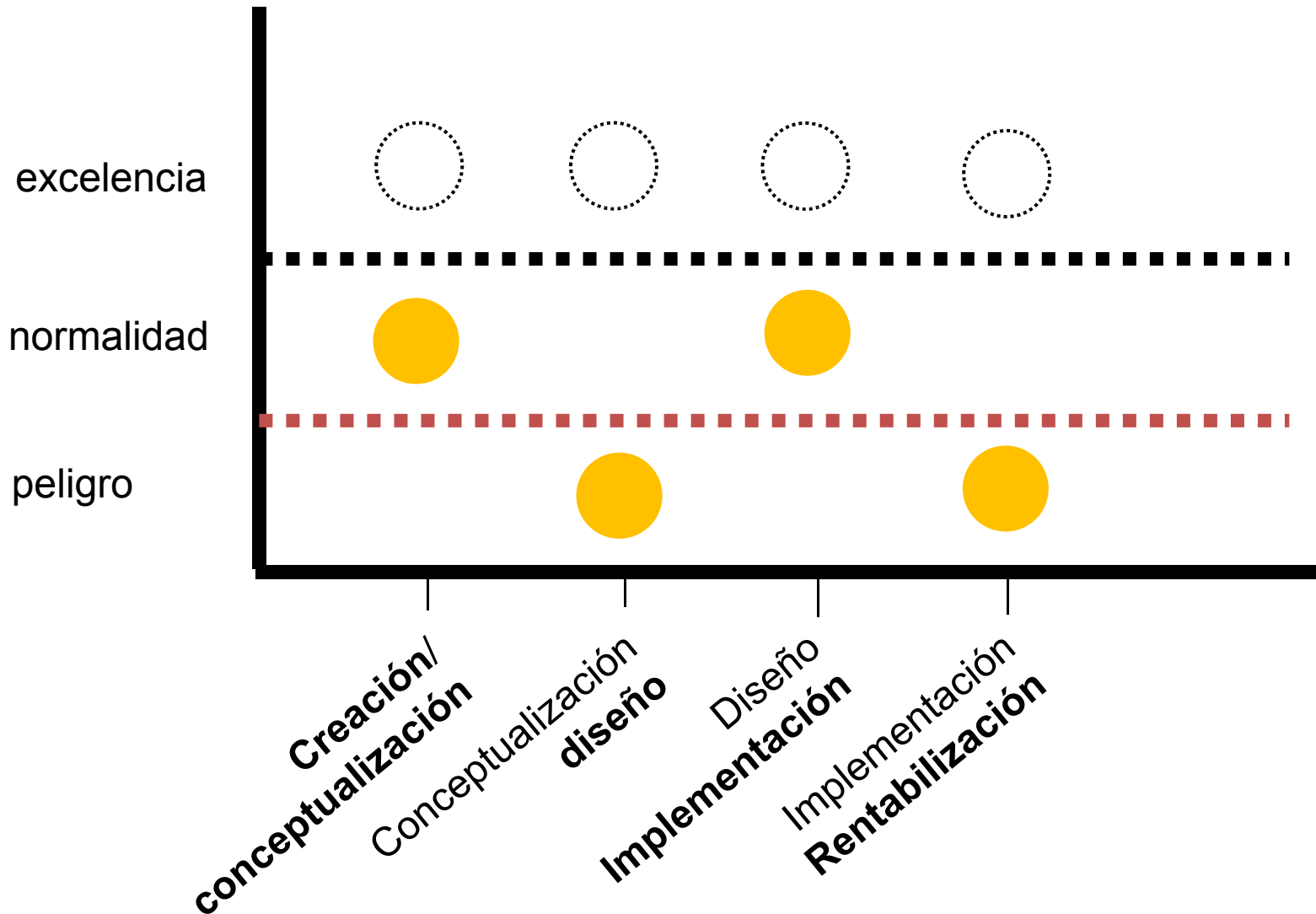
**Podemos y debemos ser mejores profesionales, mejores gestores y un sector más fuerte y cohesionado.** La labor de las Asociaciones en todos sus niveles ha sido encomiable en este sentido, y, en mi opinión, es el camino que deberían continuar para ayudarnos a los diseñadores. **Somos parte de las Industrias Creativas, pero no tenemos apenas noción de lo que esto significa.** Como Industrias Creativas aportamos una parte importante a la economía nacional y generamos un buen número de puestos de trabajo. Es urgente que contemos con estas cifras oficiales (actualmente los datos oficiales sobre “diseño” los da el Ministerio de Ciencia e Innovación, que sin embargo no cruza esa información con la que el Ministerio de Cultura ofrece sobre las Industrias Culturales, cuando resulta obvio que el Diseño debería ser contemplado por ambos... en fin, este asunto daría para otro artículo, porque según varios indicadores serán realmente sorprendentes; y **esa visión “macrosectorial” nos dará la distancia necesaria para empezar a vernos como un colectivo de enorme importancia cultural, social y económica.**

Esta crisis está siendo dura, muy dura; tanto que ya no podemos permitirnos malgastar esfuerzos. Ya no podemos permitirnos “llevar un Estudio” sin ser lo más eficaces posibles. Ya no podemos permitirnos una visión “micro”, una visión tan “de cerca” que nos impide levantar la cabeza y observar lo que nos rodea. **Tenemos que ser parte activa de los que nos rodea: una sociedad moderna que reclama profesionalidad y seriedad en todo lo que encarga.** Tenemos la oportunidad de ser mucho más de lo que somos ahora mismo (casos aislados de “super-diseñadores”). **Tenemos que ser todos muy buenos; y siendo muchos y muy buenos seremos fuertes, mucho más de lo que nunca antes hemos sido.**

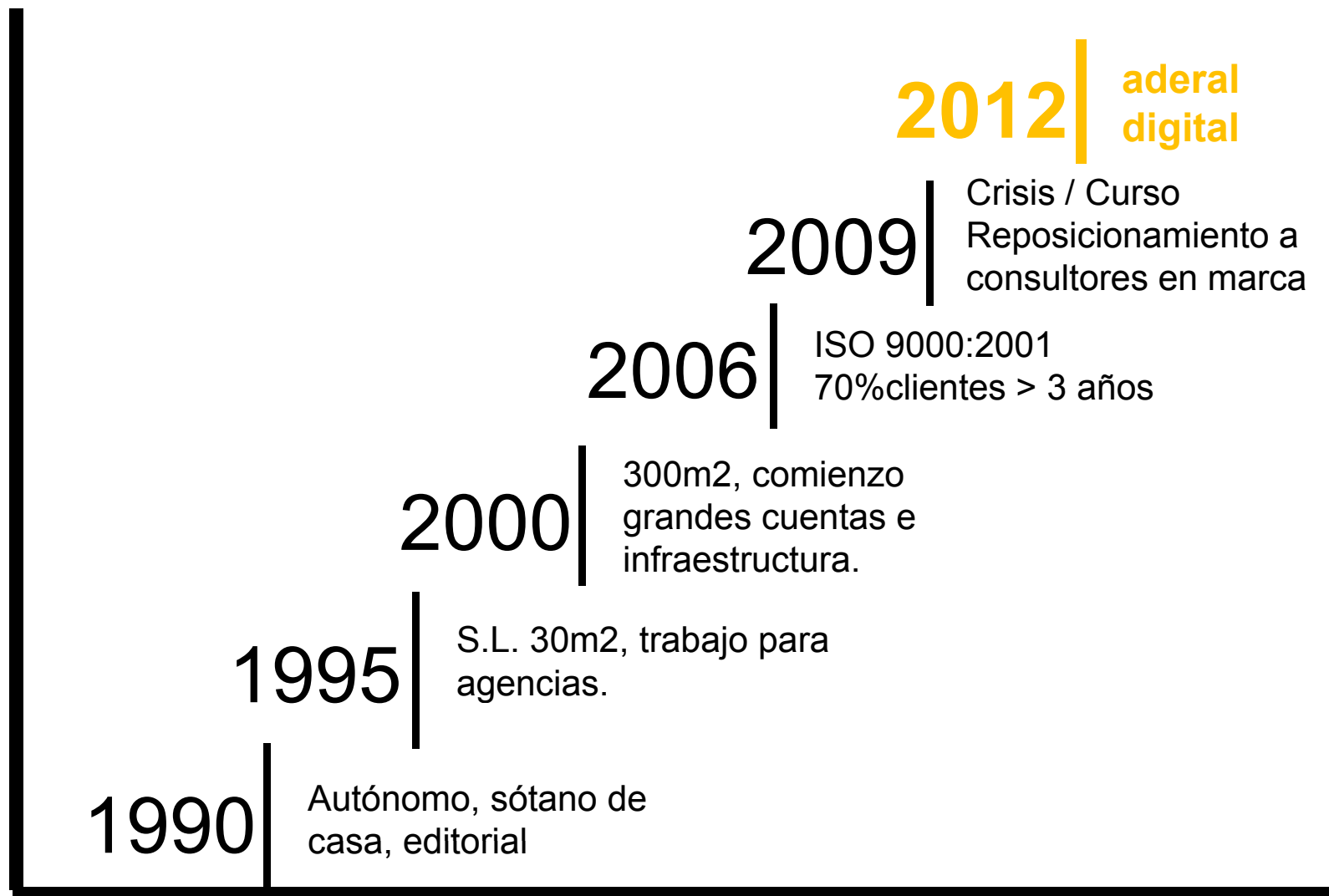
# ÁRBOL ESTRATÉGICO: concepto general



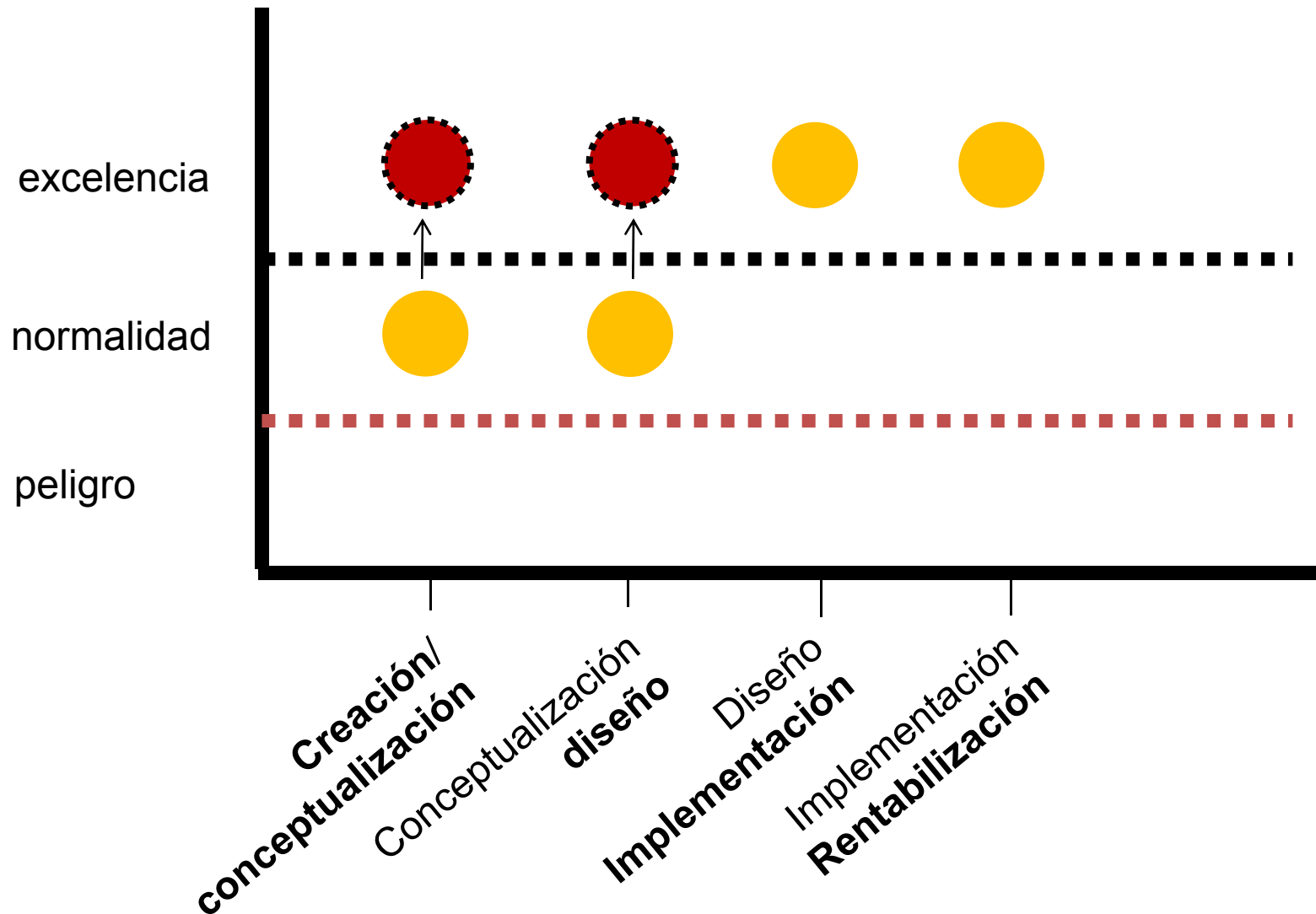
# MATRIZ DAFO INTUITIVO



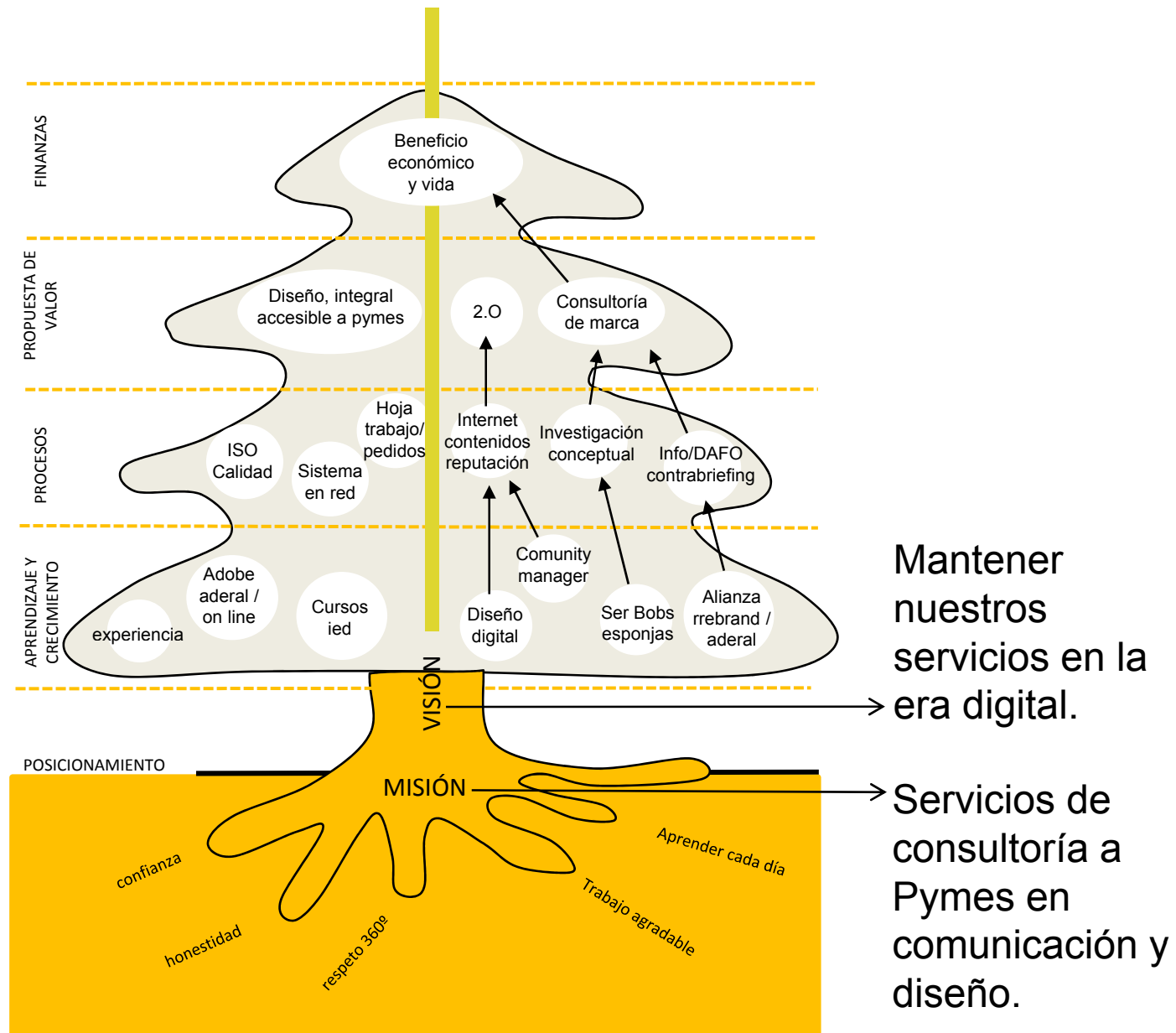
# RETROSPECTIVA: aderal



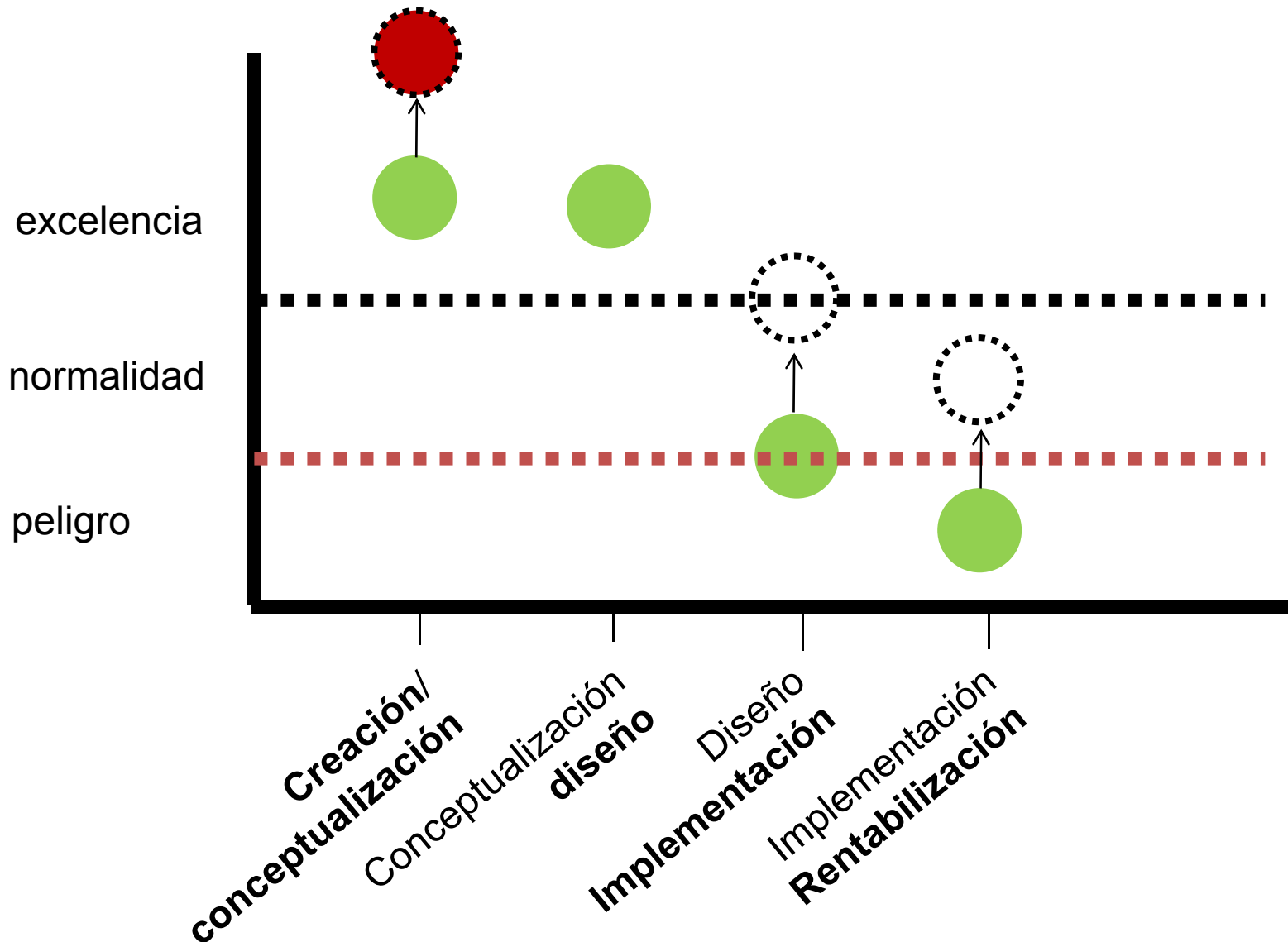
# DAFO INTUITIVO: aderal / necesidad de reposicionamiento



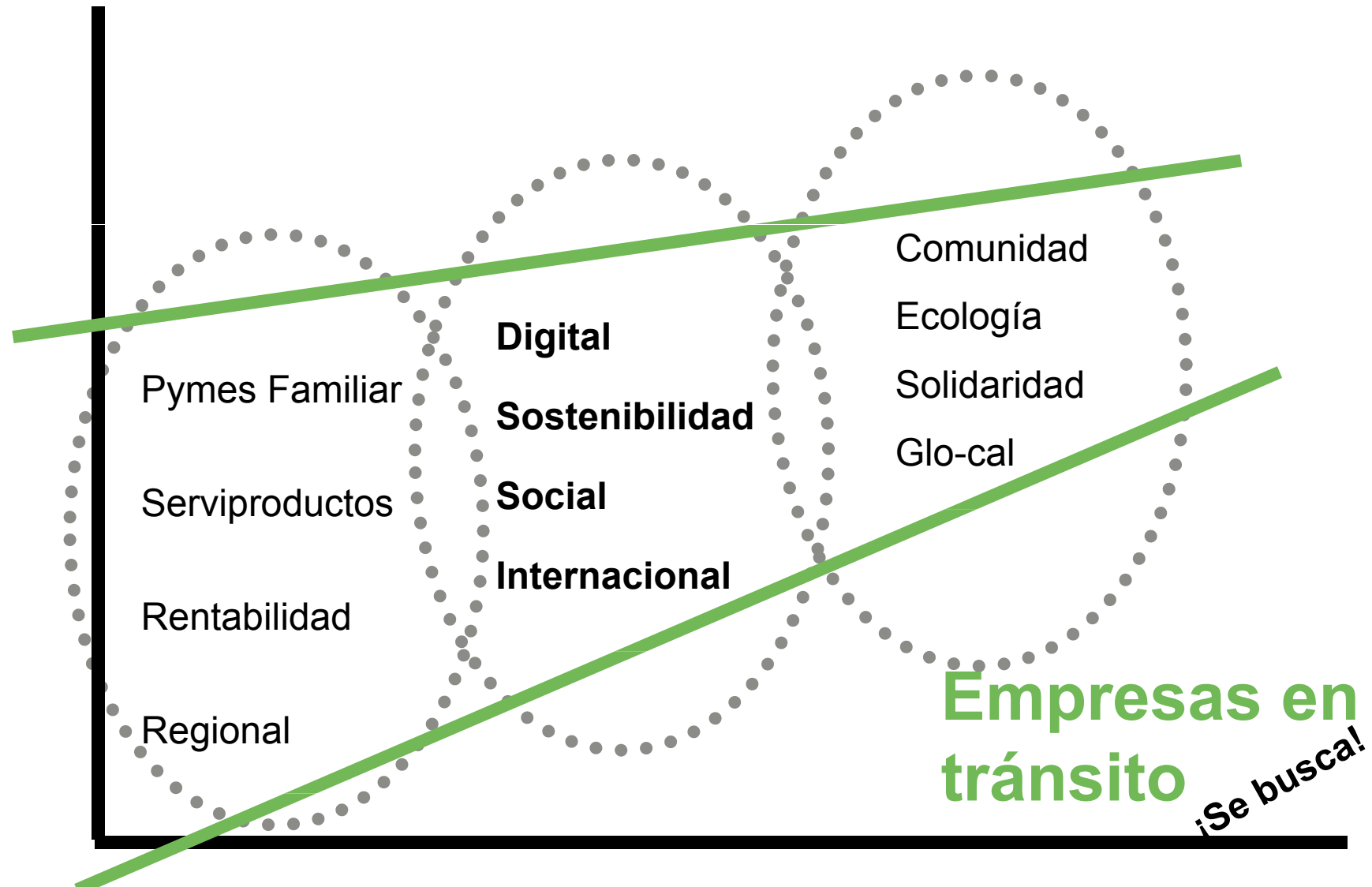
# ÁRBOL ESTRATÉGICO: aderal / plan de reposicionamiento



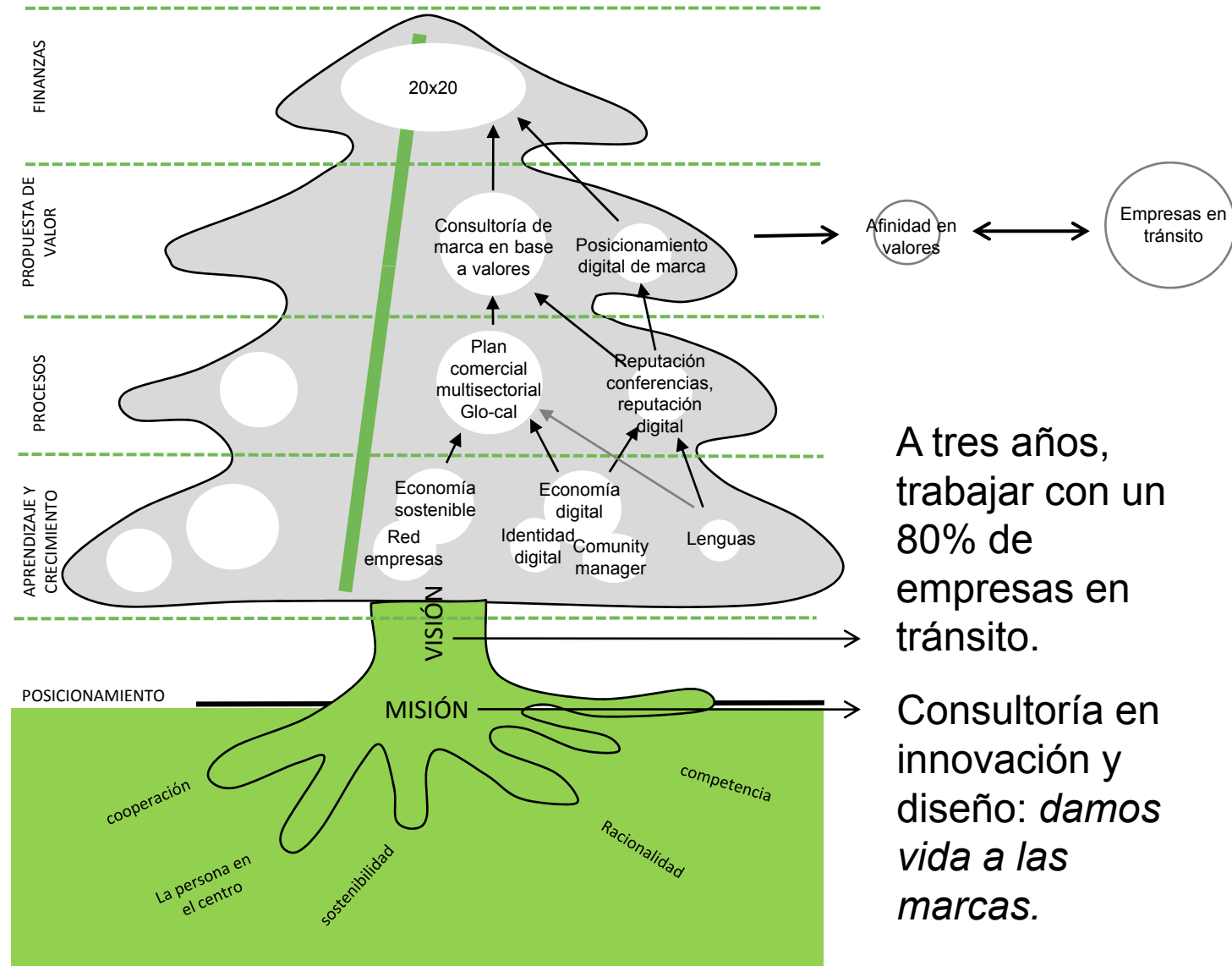
# DAFO INTUITIVO: rrebrand / plan comercial



# MAPA DE VALORES CLIENTE: rrebrand / plan comercial



# ÁRBOL ESTRATÉGICO *rrebrand*



A tres años, trabajar con un 80% de empresas en tránsito.

Consultoría en innovación y diseño: *damos vida a las marcas.*

**Gracias**

GRUPO de  
PROFUNDIZACIÓN  
en **DESIGN**  
MANAGEMENT

**GPDM**