

**Eje temático: PENSAMIENTO, REFLEXIÓN, INVESTIGACIÓN.
Subeje temático: METRÓPOLI Y COMUNIDAD REGIONAL. DE
LOMACRO A LO MICRO y DE LO MICRO A LO MACRO.**

**Título: Hacia un Observatorio de Diseño. Encuesta Laboral
Nacional para Diseñadores.**

**Autores: Rosalba Becker; Pablo Herrero, Helena Marchini,
Hernán Marmurek, Rodrigo Ramírez, Mariela Secchi.**

Correo electrónico:
diseño@inti.gob.ar

**Centro de Diseño Industrial, Instituto Nacional de Tecnología
Industrial (INTI), Buenos Aires, Argentina.
www.inti.gob.ar/diseñoindustrial. Tel: 4724-6200 Int.6784. Correo
electrónico: diseño@inti.gob.ar**

Palabras claves: OBSERVATORIO, DISEÑO, ENCUESTA

Resumen

En el marco del Centro de Diseño del INTI, y como una línea estratégica de trabajo, avanzamos en el desarrollo del Observatorio de Diseño, el cual tiene como misión principal el seguimiento y monitoreo de las acciones propias de intervención en el campo disciplinar y en el territorio productivo; y además ser un actor activo para la vigilancia del entorno productivo tecnológico que permita una optimización permanente para la intervención del diseño.

En los últimos 15 años la demanda y oferta de carreras de diseño ha crecido fuertemente en todo el país, aumentando la cantidad de diseñadores y despertando la inquietud respecto a su inserción laboral. En esta línea, asociaciones profesionales de diversas regiones del país han avanzado hacia herramientas de diagnóstico del panorama laboral y resguardo de la competencia desleal.

En la búsqueda de analizar desde el lado de la oferta el nivel de integración del diseño en la economía y sociedad nacional, el Centro de Diseño Industrial del INTI ha realizado durante los meses de octubre y noviembre de 2014 la Encuesta Laboral Nacional para Diseñadores. La misma se realiza por segundo año consecutivo y aspira a ser una valiosa herramienta de diagnóstico que permita continuar fomentando y mejorando la incorporación del diseño como herramienta de innovación y competitividad. Este trabajo constituye una herramienta de estudio que permitirá accionar tanto en el sector académico, profesional, industrial y público.

Bajo el lema «nadie puede controlar lo que no mide», las encuestas sobre la importancia asignada al Diseño en las empresas y los relevamientos regionales de la formación en diseño y de estudios profesionales, dotarán a los organismos de promoción del diseño, de un conjunto operativo de indicadores que le permitirán evaluar tendencias en el corto plazo y medir

la eficiencia de sus iniciativas en el largo plazo, lo que sin dudas redundará en beneficio de la promoción del Diseño como parte de las políticas públicas. En este sentido es importante mencionar, como un primer antecedente de suma importancia para vislumbrar la inserción del diseño en la economía nacional, la ejecución del proyecto “Diseño en la Argentina, Estudio del Impacto Económico 2008” por parte del Centro, con apoyo del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva – MINCyT.

Introducción

El interés de la sociedad actual por el diseño ha aumentado de forma exponencial en los últimos años hasta convertirse en un elemento prioritario a incorporar en cualquier producción de bienes y servicios. En estos momentos nadie duda de que los conceptos progreso, innovación o diferenciación han de ser incluidos en la oferta de cualquier producto como valor añadido cada vez más apreciado por los usuarios. Esto ha provocado que la colaboración con profesionales del diseño sea imprescindible para las empresas que pretendan mejorar su competitividad en los mercados nacionales e internacionales.

Competir dentro de una economía cada vez más globalizada, donde los cambios en los valores sociales, en las tecnologías y en las condiciones de mercado se suceden de forma constante, requiere de un importante esfuerzo de identificación e interpretación de las nuevas tendencias por parte de los profesionales y empresas cuya misión, además de generar actividad económica productiva, incluye la obligación ética de servir también como medio para el progreso y el bienestar de la sociedad.

En este sentido, sabemos que diariamente recibimos grandes cantidades de información, que si bien dan cuenta de mayores posibilidades de acceso (en comparación con épocas anteriores) la sobrecarga es tan grande que excede nuestra capacidad de asimilación.

En este marco, el rol de los Observatorios es muy importante porque son estructuras que permiten monitorear y controlar la información sobre un determinado tema que se difunde a través de diversos medios de comunicación.

En general el objetivo de los observatorios es no solo informar a los idóneos de un tema sobre las novedades del sector sino, además, dar cuenta del tratamiento mediático que reciben.

Por su parte, para las organizaciones contar con información actualizada sobre su sector resulta fundamental porque genera un gran impacto en los productos, los servicios, las nuevas metodologías de trabajo, la productividad y las nuevas formas de comercialización.

Algunas experiencias

Fundación Observatorio PYME

Se presenta como un sistema de información permanente y actualizado que integra información parcialmente dispersa, elabora de forma periódica información estadística global y específica, y formula análisis y proyecciones sobre un objeto de estudio, tratando de responder a la necesidad de observar

la realidad, como condición indispensable para tomar decisiones acertadas.

Básicamente integra dos modalidades bien diferenciadas, por una lado los observatorios regionales: constituyen un instrumento operativo para monitorear de manera permanente la demografía industrial y empresaria de las PyME de las distintas regiones de Argentina; por otro los observatorios sectoriales: constituyen un instrumento operativo para monitorear de manera permanente la situación de las pequeñas y medianas empresas dentro de un sector determinado.

Observatorio de tendencias en textiles e indumentaria

El Observatorio de Tendencias funciona dentro del Centro de INTI-Textiles; y está integrado por profesionales del diseño, las ciencias sociales y el marketing.

Desde una lógica de trabajo multidisciplinario esta área de INTI se ocupa de investigar, relevar, observar, analizar, interpretar y difundir los conceptos macro y micro de las tendencias en textiles, indumentaria, accesorios y calzado (categorías, tipologías, materiales y paletas de colores). En este sentido esta experiencia refleja la idea de que “el trabajo que se lleva adelante (ampliar, analizar y comunicar) está inmerso en una espiral; es decir no es un proceso lineal sino que se ve retroalimentado todo el tiempo”¹

Los resultados del Observatorio se difunden en los “Circuitos de tendencias”, presentaciones públicas que se realizan antes de cada temporada (habitualmente en marzo y octubre). Este evento se realiza en diferentes regiones del país (en la sede central del INTI, en instituciones educativas, en organizaciones interesadas, entre otros), y a quienes participan se les entrega un material en CD/DVD que permite complementar la información presentada.

Observatorio de Plástico

El Observatorio del Plástico es el sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva, creado por el Instituto Tecnológico del Plástico AIMPLAS(España) para ayudar a la cadena de valor de este sector en la toma de decisiones estratégicas mediante el acceso a información de alto valor añadido. Este tipo de observatorio es único en el mundo, y se inició en la ciudad española de Valencia mediante un software creado por AIMPLAS que brinda información técnica y comercial (a través de Internet, y mediante boletines digitales y alertas).

El Centro de documentación de INTI-Plásticos colabora con AIMPLAS en el Observatorio del Plástico, en el marco de un convenio vigente entre ambas instituciones. Esta articulación aporta al Observatorio información de relevancia para la industria nacional.

Observatorio de Diseño CMD-OBSERVATORIO PYME

El Observatorio de Diseño está conformado por la Fundación Observatorio PyME (FOP), el Observatorio de Industrias Creativas (OIC) y el Centro Metropolitano de Diseño (CMD), y tiene como objetivo generar un sistema de

¹ http://www.inti.gov.ar/disenoiustrial/pdf/n126_observar.pdf Exposición de la Ing. Marina Perez Zelaschi

información del sector del diseño que permita dimensionarlo en términos cuantitativos y cualitativos, comprendiendo su tamaño y su inserción en el tejido productivo de la Ciudad de Buenos Aires

Hacia una observatorio de diseño en el INTI

Desde el INTI, esta temática es parte central de las prestaciones que se brindan con distintas herramientas y metodologías², así es que ya desde la presentación del Proyecto “PRODISEÑO 2008-2010 Hacia un sistema integral para la mejora de la gestión del proceso de diseño en las pymes”, se proponen diferentes líneas de acción estratégicas, y los proyectos que le dan sustento, con miras a la conformación de un área especializada en la mejora de gestión del proceso de diseño en los sectores productivos desde un abordaje integral, entendiendo al Diseño como una herramienta fundamental de innovación.³

El foco está puesto en el manejo diferenciado del CONOCIMIENTO: generarlo, transferirlo, difundirlo. Se busca generar herramientas metodológicas, transferirlas y monitorear su aplicación para una gestión de diseño eficiente en las Pyme argentinas.

En este contexto el observatorio es pensado como un estadio en el desarrollo del conocimiento, el cual apunta a cubrir dos dimensiones: el monitoreo de las actividades de diseño y la vigilancia del entorno.

Monitoreo de Diseño.

Monitoreo del desarrollo de las acciones de transferencia. A partir de los indicadores que se definan, generar información que sirva para replantear lo realizado en la Usina de Ideas, ya sean líneas completas de investigación o adecuaciones de las herramientas metodológicas generadas.

Vigilancia del Entorno.

Este grupo de actividades busca captar información del medio, con el objetivo de hacer una vigilancia del entorno tanto micro como macro. Esta información y su análisis permitirán confirmar o redefinir y adecuar los lineamientos del Sistema Integral de Diseño.

Algunos de los temas y/o sectores en los cuales se hará foco son:

- Tendencias de Socio-consumo
- Aplicación de nuevos materiales y nuevas tecnologías. En el sistema de Centros INTI hay muchos sectores trabajando en nuevos materiales y nuevas tecnologías, se propone transferir esos desarrollos desde la óptica de la aplicación para resolver necesidades.
- Líneas de pensamiento, conceptos ligados a la práctica de la disciplina.
- Experiencias internacionales de instituciones promotoras del diseño.
- Herramientas metodológicas.

² Previamente se han realizado distintas acciones que pueden ser tomadas como antecedentes, tales como implementación de la base de datos de profesionales que se vinculan con los empresas, o herramientas de evaluación como el ya mencionado Impacto económico del diseño en la Argentina, además de la implementación del boletín quincenal con información estratégica para el sector productivo y distintas encuestas y relevamientos puntuales sobre la situación laboral, la formación y/o inserción de los diseñadores en distintos ámbitos de la producción y los organismos públicos.

³ Disposición INTI 552/08

- Software para diseño y desarrollo.
- Indicadores micro y macro económicos.
- Lanzamientos de productos.
- Focus group, testeos y encuestas.

Encuesta laboral nacional para diseñadores

Desde el año 2005 el INTI-Diseño Industrial lleva adelante la encuesta a profesionales de diseño. Esta herramienta nos permite relevar el estado de situación laboral de los diseñadores, con la intención de analizar desde el lado de la oferta el nivel de integración del diseño en la economía y sociedad nacional.

Tal como les proponíamos en versiones anteriores esperamos esta pueda ser una valiosa herramienta de diagnóstico que permita continuar fomentando y mejorando la incorporación del diseño como herramienta de innovación y competitividad; y a su vez se instale esta herramienta como una manera sistemática de observar el comportamiento del campo laboral para los diseñadores.

Metodología, alcances y limitaciones

La encuesta tenía como objetivo explorar el perfil de los diseñadores, su situación laboral, las características de su trabajo y de sus empleadores.

Para el desarrollo del formulario se utilizó como referencia la encuesta del 2013, la cual originalmente había sido desarrollada en base a la serie de encuestas realizada en los últimos años por el Centro y otros relevamientos de asociaciones profesionales.

La misma ha sido realizada a través de un formulario online y difundida entre diseñadores de nuestra base y de agrupaciones de diseñadores de todo el país, obteniendo 289 respuestas. Sobre una base de 11.355, el resultado fue notablemente inferior al obtenido durante el 2013 (751 respuestas), lo que hace que algunos ítems no puedan ser considerados como representativos del sector.

Asimismo se debe considerar que las respuestas, al igual que en ediciones anteriores, fue autoadministrada sin seguimiento de los casos.⁴ En este sentido es importante recordar que “en este caso los respondientes contestan directamente el cuestionario, ellos marcan o anotan las respuestas, no hay intermediario.... No hay retroalimentación inmediata, si los sujetos tienen alguna duda no se les puede aclarar en el momento.”⁵

Características de la muestra y distribución geográfica

La encuesta tuvo un carácter nacional y federal, participando diseñadores de 18 de las 24 provincias del país que se encuentran registrado en la base de datos del Centro INTI – Diseño Industrial.

⁴ Esta metodología, es recomendada cuando los costos de llevar adelante el relevamiento son altos, siendo además que los resultados no deben ser tomados como exhaustivos, sino solamente como tendencias en la situación laboral de los profesionales que integran la base de datos del INTI – Diseño Industrial.

⁵ Sampieri y otros: Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill, México, 1991, pág. 299

Las respuestas se han concentrado principalmente en la Región Metropolitana (43%) y en menor medida en el Resto de la Provincia de Buenos Aires (16%), Mendoza (15%), Córdoba (7%) y Santa Fe (7%)

Análisis comparativo 2013-2014

En lo que hace al perfil del participante, más del 60% de las respuestas fueron de jóvenes adultos menores de 34 años, y del universo encuestado puede apreciarse que hay una leve preponderancia del sexo masculino con el 55%.

Asimismo, más del 77% de los encuestados son profesionales universitarios recibidos, y más de un 20% han tenido algún grado de especialización formativa (posgrado y/o doctorado). En cuanto a la disciplina, el 48% de los participantes provino de carreras relacionadas al diseño industrial, 31% al diseño gráfico, 9% indumentaria y textil, y el restante 12% en otros ámbitos como imagen y sonido, gestión del diseño, interiores, entre otros. Estos datos se mantienen concordantes con los registros de 2013.

En relación con la situación laboral para la variable desocupación, según nuestro relevamiento ha habido un importante crecimiento en relación con el año anterior (10%), siendo inclusive superior a la tasa general que informo el INDEC para el 1er trimestre del presente año (7,1%). En este sentido es importante recordar la metodología utilizada y prever que este dato puede estar vinculado al tamaño de la muestra.

Sin embargo, la realidad no es la misma para todos los segmentos de diseñadores ya que 10 de cada 100 diseñadores industriales se encuentran desocupados, mientras que entre los gráficos y otras especializaciones cae a 6 o menos cada 100. En este sentido los patrones de situación laboral por especialidad se han mantenido en el corte interanual 2013-2014.

También en relación con la situación laboral es interesante vislumbrar que la subocupación es una variable de importancia entre los diseñadores, ya que más del 20% de los que trabajan 35 horas o menos respondieron que están buscando trabajo activamente.

El trabajo en forma independiente es una práctica habitual entre los diseñadores. Según nuestro relevamiento alrededor del 47% trabaja bajo alguna modalidad de empleo autónomo. Esta práctica es común incluso entre aquellos diseñadores que trabajan en relación de dependencia. De la encuesta se ha relevado cerca de la mitad del 53% de diseñadores que trabajan en relación de dependencia también ofrecen sus servicios en forma independiente y/o trabaja en un emprendimiento propio.

Tal como comentamos el año pasado este dato tiene interpretaciones múltiples dependiendo las motivaciones de los encuestados. Tanto las motivaciones creativas del sector como las dificultades de los diseñadores para incorporarse en buenas condiciones en relación de dependencia en empresas, instituciones y organismos públicos y privados podrían ser variables a tener en cuenta, y que ameritan un estudio más profundo de los condicionantes de los diseñadores para elegir/aceptar diversas modalidades de empleo.

Ahora bien, ¿Para quién trabajan los diseñadores? De acuerdo a lo que ya habíamos observado en el informe del año pasado es práctica habitual entre los diseñadores de contar con más de un empleo, una primera interpretación de los datos nos acerca a la idea de que esa decisión proviene de una pretensión de autonomía laboral o bien mejora de sus ingresos. La encuesta les brindó a los diseñadores la posibilidad de seleccionar más de una opción en función de estos escenarios. Los resultados, si bien reafirman los obtenidos durante el año anterior, se ha producido una merma importante, donde del 31% de los encuestados con trabajo reconoció tener más de 1 tipo de empleador contra el 41% que reconocía esa situación al 2013.

El 61% de los diseñadores trabajan para empresas privadas, las cuales son fundamentalmente pymes. Este tipo de empleador tiene un peso significativamente más fuerte entre los diseñadores industriales, de indumentaria y textiles, que entre los diseñadores gráficos. Entre estos últimos especialistas sólo el 30% de los diseñadores que trabajan lo hacen bajo relación de dependencia en empresas privadas, con un gran peso de las empresas de menos de 5 empleados. En este sentido, podemos vislumbrar una fuerte caída en el empleo bajo relación de dependencia con respecto a los datos del 2013 donde alcanzaban al 56%, que si bien puede estar vinculado al tipo de respondente de la encuesta, evidencia que ha habido una merma en la demanda de profesionales en la industria.

En relación con el autoempleo, tal como observamos en el relevamiento 2013, el mismo cumple un importante rol entre los diseñadores y se ha mantenido esa importancia de manera homogénea en todas las especialidades, siendo que el 42% de los encuestados con empleo afirma haber trabajado por su cuenta en el último año, porcentaje significativamente mayor entre los diseñadores gráficos -que alcanza el 48%-. Así es que sólo el 34% de los diseñadores que trabajan en forma independiente vive exclusivamente de ello, el 66% restante lo complementa con algún otro empleo.

Tal como habíamos relevado durante el 2013, los diseñadores efectivamente realizan una amplia variedad de tareas: los encuestados con empleo han realizado en promedio 3 tipos de tareas diferentes en el último año. Entre las tareas más realizadas se destacan los trabajos en comunicación, branding y marca, los cuales han ocupado a casi el 50% de los diseñadores encuestados, manteniendo los guarismos del año pasado.

Estas tareas poseen importante peso en todas las áreas de especialización a pesar de tener una vinculación estrecha al trabajo de los diseñadores gráficos. De hecho, casi un tercio de los diseñadores industriales declara realizar actividades de comunicación, branding y/o desarrollo de marca en el último año. En relación a los gráficos, el 81% realizó tareas de comunicación, branding y/o desarrollo de marca en el último año.

Dentro de las tareas realizadas por los diseñadores gráficos también se destacan el diseño web y el diseño de packaging. Tal como mencionamos en nuestro reporte del año 2013, el impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación ha hecho que cambie diametralmente la forma en que las empresas y organismos se comunican, teniendo un peso cada vez más fuerte Internet, donde los diseñadores gráficos han logrado adaptarse y posicionarse rápidamente en este medio. Siendo que el año pasado más de la mitad de

estos especialistas había realizado tareas de diseño web, porcentaje que se ha elevado hasta el 66% en 2014.

A su vez, el peso de los diseñadores industriales en nuestra muestra ha hecho que entre las principales tareas figuren también el desarrollo de productos y el modelizado 3D. Más de la mitad de los diseñadores industriales afirmaron haber trabajado en el desarrollo de productos en el último año. Entre sus principales tareas se destacan el modelizado en 3D, y el desarrollo de prototipos y maquetas, siendo claves en el desarrollo y/o mejora de productos y servicios.

También cabe destacar el importante peso que tiene la actividad docente como salida laboral entre los diseñadores de las diversas áreas, variable que ya había sido resaltada el año anterior. Dependiendo que especialización, casi la mitad del total de diseñadores se dedica a la docencia actualmente. El alto porcentaje de encuestados que ejercen la docencia deja en evidencia el crecimiento constante que vienen demostrando estas carreras en los últimos años.

En relación con la demanda regional de actividades de diseño y su vinculación con la oferta de carreras de diseño han surgido una serie de datos que resultan de interés reflejar.

Tipo de actividades y oferta curricular

Como ya hemos comentado en la presentación del 2013 considerando que fue recién en las últimas décadas donde la oferta académica de diseño creció fuertemente en Argentina, focalizaremos nuestra mirada en el rol de la oferta de diseñadores como generadora de la demanda. Dado el recorrido de esta disciplina (década del 50 y 60 primeras experiencias en las casas de estudios universitarias) en comparación con otras más tradicionales, consideramos que el propio interés de los diseñadores en diseminar sus conocimientos cumple un rol fundamental en la difusión de las posibilidades de inserción en el medio productivo.

Con este objetivo, a continuación analizaremos el tipo de actividades demandadas en las principales regiones del país y su relación con la oferta académica en cada una de ellas.

Al igual que durante el 2013, y pesar de haber obtenido respuestas de diseñadores de 18 de las 24 provincias del país, a fin de poder trabajar con un tamaño de muestra que nos permita proyectar la población con un buen nivel de confianza, hemos optado nuevamente en esta ocasión por centrar el análisis en aquellas regiones con mayor concentración. De esta manera han sido seleccionadas para el análisis de sus resultados el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) –que comprende Capital y Gran Buenos Aires-, el resto de la Provincia de Buenos Aires y las provincias de Córdoba, Mendoza y Santa Fe.

A continuación se presentan algunos resultados relevantes de la comparación de las principales actividades de los diseñadores en cada región, en relación a la misma información en el resto del país, y la disponibilidad o no de carreras universitarias y/o terciarias de las diversas áreas de especialización.

Tomando en cuenta la información de la Red Nacional de Diseño disponible en el sitio de INTI-Diseño Industrial, en el AMBA existe una amplia oferta académica de carreras de diseño que abarca todas las especialidades -tanto en universidades públicas como privadas- creando una variada oferta de diseñadores. Siendo además la región donde se concentra más del 40% de las respuestas de nuestros profesionales. En esta región, se mantienen los parámetros del total país, donde la mitad de los diseñadores declaran realizar actividades de branding, comunicación y marca, siendo la actividad más preponderante en el principal conglomerado del país, el resto de las actividades tienen un comportamiento similar a los datos nacionales, siendo las actividades principales: diseño y desarrollo de productos, diseño web, docencia y modelizado 3d.

En relación con el 2013 claramente se mantienen en general las mismas actividades con excepción de la aparición de docencia como una categoría que ha tomado preponderancia durante el relevamiento del 2014.

Tal como describíamos en el relevamiento del año pasado, en la Provincia de Buenos Aires (exceptuando el Gran Buenos Aires) existe una oferta académica que abarca todas las especialidades. Siendo de fuerte peso el sector académico, representado especialmente por las universidades nacionales de La Plata y Mar del Plata, en este sentido se vislumbra que una buena parte de los diseñadores estén vinculados a la actividad académica en docencia y/o investigación, aun así la categoría de diseño y desarrollo de productos es la que más peso tiene en esta región, superando inclusive a la actividad de branding, comunicación y marca, que el año pasado aparecía como la más relevante.

Tal como comentamos para el relevamiento 2013 en la provincia de Córdoba encontramos una oferta reducida de carreras universitarias con peso específico del diseño gráfico, lo cual a su vez disminuye significativamente el peso de actividades más vinculadas a estas áreas (como el desarrollo de marcas y comunicación). En contraste con el resto de las regiones, aquí casi el 100% de los diseñadores que participaron del relevamiento son industriales y por lo tanto las principales actividades están orientadas hacia sus áreas de especialidad. Aquí las principales actividades son el diseño y desarrollo de productos, la ingeniería y el modelizado 3D, en ese orden como principales actividades.

A su vez, en la provincia de Santa Fe, en la que hasta hace un par de años no había oferta de carreras de grado públicas en diseño industrial existe un fuerte peso del sector productivo industrial, lo que hizo que en esta provincia que ello sea suplido en parte por instituciones privadas y diseñadores que se han formado en otras provincias. De esta manera, las actividades más vinculadas al diseño industrial figuran con proporciones similares a las del resto del país, con una preponderancia del diseño y desarrollo de productos, luego aparecen la comunicación, branding y marca, diseño web, modelizado 3D y la docencia. Tal como comentamos en el 2013 sigue siendo limitada la oferta académica, por lo tanto, también es proporcionalmente menor el empleo para diseñadores en la categoría docencia.

Finalmente, Mendoza presenta resultados distintivos respecto al resto de las provincias. Aquí, como ya se mencionó en el relevamiento del 2013 la oferta académica entre universidades públicas y privadas abarca las principales áreas

de especialización. Sin embargo, sus actividades se organizan de forma significativamente diferente a las de sus colegas del resto del país. En esta provincia las principales actividades de los diseñadores parecieran estar más ligadas a la estructura productiva de la región y al posicionamiento del diseño en ella, antes que a la oferta de servicios de diseño, donde la comunicación, branding y marca, el diseño web y algo menos el diseño de packaging son las actividades principales en detrimento del diseño y desarrollo de productos.

Conclusiones.

1 - Este tipo de relevamiento (encuestas autoadministradas sin seguimiento) como ya hemos mencionado durante el análisis de este estudio, nos permite vislumbrar algunas tendencias, pero no da cuenta de resultados concluyentes que se desprendan de los datos relevados.

2 – Si bien resulta de importancia el dato vinculado al desempleo de los profesionales, es de mucho más interés dar cuenta de la subocupación de los mismos, es decir aquellos que trabajando 35 horas o menos se encuentran buscando empleo, esta situación da cuenta de que existe una oferta ágil que busca reinsertarse o complementar sus ingresos.

3 – Asimismo sigue siendo de suma importancia el autoempleo entre los diseñadores, ya que casi la mitad de los que respondieron, afirmaron ser parte de esta categoría, donde en muchos casos da cuenta de una situación de diseñadores-productores sumamente habitual en el sector.

4 – Aun así el trabajo en la pymes es de un gran peso entre los profesionales del diseño, sin embargo existe una merma importante en el trabajo bajo relación de dependencia si observamos algunas especialidades como el diseño gráfico, quienes para el 2014 han visto reducida su participación en este tipo de empresas, lo que podría dar cuenta de algún tipo de ajuste puntual para el año en las empresas, sobre todo teniendo en cuenta el grado de madurez del diseño en algunas de ellas, donde en muchos casos se la ve como una herramienta de estilización de los productos y no como una actividad central para el desarrollo del negocio.

5 – En general los diseñadores trabajan con distintos sectores productivos y con más de uno al mismo tiempo. Así es que solo los diseñadores textiles y de indumentaria son los que se focalizan en su sector productivo. Este indicador es bastante previsible si tenemos en cuenta que en el presente análisis puede vislumbrarse en general el carácter transversal y multifocal de la intervención de los diseñadores.

6 -Es importante mencionar la importancia que toma el diseño web, ya que no ha parado de crecer entre las actividades de los diseñadores, en este caso haría falta profundizar en las características de su intervención, es decir si está más vinculada a la estilización o mejora comunicacional de sus clientes, o es parte de una estrategia integrada de parte de las empresas de incluir esta herramienta como esfuerzo innovador.

7 – Un aspecto que sigue siendo relevante este año es la participación de nuestros diseñadores en la actividad docente, la misma sigue siendo una actividad central en el desarrollo laboral de los mismos.

8 – En relación con la situación regional resulta de interés mencionar que globalmente los resultados obtenidos nos dan a suponer que el tipo de actividad que ocupa a los diseñadores en cada región se encuentra más asociado a las características productivas y al posicionamiento del diseño que a la oferta académica, tal como se mencionó para el relevamiento del 2013.

Siendo que en términos generales las categorías de preponderancia por tipo de actividad se mantienen homogéneas en las distintas regiones que pudieron estandarizarse.

Ante este escenario, es de importancia poder indagar regionalmente cuáles serán las acciones que demandaran un fuerte componente de diseño e innovación y donde el sector académico, puede ser un actor fundamental.

Bibliografía

ARIAS, F. y OTROS, 2011. *PyME + diseño: un estudio sobre la demanda de diseño por parte de las PyME industriales del área metropolitana de Buenos Aires* [en línea]. Buenos Aires: Ministerio de Desarrollo Económico; Fundación Observatorio Pyme. ISBN 978-987-673-013-6. Disponible en: <http://imdi-cmd.blogspot.com.ar/2012/07/nueva-encuesta-del-observatorio-de.html>.

Disposición no. 552/08. 30 julio 2008. INTI.

Fundación Observatorio Pyme [en línea], 2014. [Consulta: 05 agosto 2015]. Disponible en: <http://www.observatoriopyme.org.ar/observatorios/acerca-del-proyecto/>.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. 1998. *Metodología de la Investigación*. 2a ed. México, D. F.: Mc Graw-Hill.

INTI, 2009. *Diseño en la Argentina: estudio del impacto económico 2008* [en línea]. Buenos Aires: INTI. ISBN 978-950-532-140-7. Disponible en: http://www.inti.gob.ar/disenoindustrial/pdf/publicaciones/impacto_2008.pdf.

INTI-DISEÑO INDUSTRIAL, 2015. *Encuesta laboral nacional para diseñadores: diseño en cifras. Septiembre/octubre de 2013* [en línea]. Buenos Aires: INTI. ISBN 978-950-532-243-5. Disponible en: http://www.inti.gob.ar/prodiseno/pdf/encuesta_2013.pdf.

PÉREZ ZELASCHI, M. y ROSSI, P. 2007. Observar para entender: métodos para observar, analizar y detectar tendencias del mercado. *Hablando de diseño: Ciclo de charlas 2007* [en línea]. Buenos Aires: INTI, pp. 15. Disponible en: http://www.inti.gob.ar/disenoindustrial/pdf/n126_observar.pdf.

RAMÍREZ, RODRIGO (ed.), 2012. *Diseño de productos: una oportunidad para innovar* [en línea]. Buenos Aires: INTI. ISBN 978-950-532-173-5. Disponible en: http://www.inti.gob.ar/disenoindustrial/pdf/publicaciones/UIA_empresas.pdf.