



Asociación de
Profesionales del Diseño
y la Comunicación Publicitaria
de la Región de Murcia



PARADA TÉCNICA DIP: *PREGUNTANDO A LOS SOCIOS Y SOCIAS*

«Si algo falla, mira a tu público»

Informe

Murcia, 09 de octubre de 2015

Índice

1. Punto de partida
2. Objetivos del estudio
3. Metodología
4. Desarrollo del estudio
5. Análisis
 - 5.1 ¿Qué sabemos de nuestra muestra?
 - 5.2 Asociarse a DIP: expectativas y valoración
 - 5.3 Trabajo realizado por DIP en los últimos dos años: nivel de satisfacción
 - 5.4 Labor de comunicación realizada desde DIP en los últimos dos años: nivel de satisfacción
 - 5.5 Actividades realizadas en los últimos dos años: nivel de satisfacción
 - 5.6 Dedicación a DIP
 - 5.7 Aspectos positivos y negativos de DIP
 - 5.8 Sugerencias
6. Conclusiones

1. Punto de partida



«La propuesta de Parada Técnica viene de este estado del arte: las actividades públicas de DIP en 2014 han sido continuas, muchas de ellas con gran éxito de asistencia; atendemos nuestra red de relaciones en el ecosistema del diseño regional (creativos que nos consultan, centros formativos, instituciones...); hacemos una comunicación que, aunque evaluamos como mejorable, no se ha abandonado nunca; la pertenencia a READ conlleva implicación progresiva y ofrece un escenario de oportunidades que consideramos imprescindible aprovechar...»

Las expectativas crecen, las exigencias crecen, pero la Junta Directiva DIP decrece. Hemos hecho varios llamamientos a los socios a participar más, a formar parte del núcleo duro para seguir aportando visión, continuidad y proyección a nuestra organización, pero no hemos conseguido refuerzo suficiente. Así pues, pese a tener constancia de que socialmente se nos ve con simpatía (al menos en el ámbito de Murcia ciudad) y que nuestros socios nacionales valoran mucho nuestras contribuciones, la Junta Directiva no puede estar satisfecha.(¿Qué es esto de una Parada Técnica?, DIP, mayo de 2015)»

«Si algo falla, mira a tu público»

2. Objetivos del estudio

Evaluar las percepciones y detectar las necesidades y requerimientos de los socios y socias de la Asociación

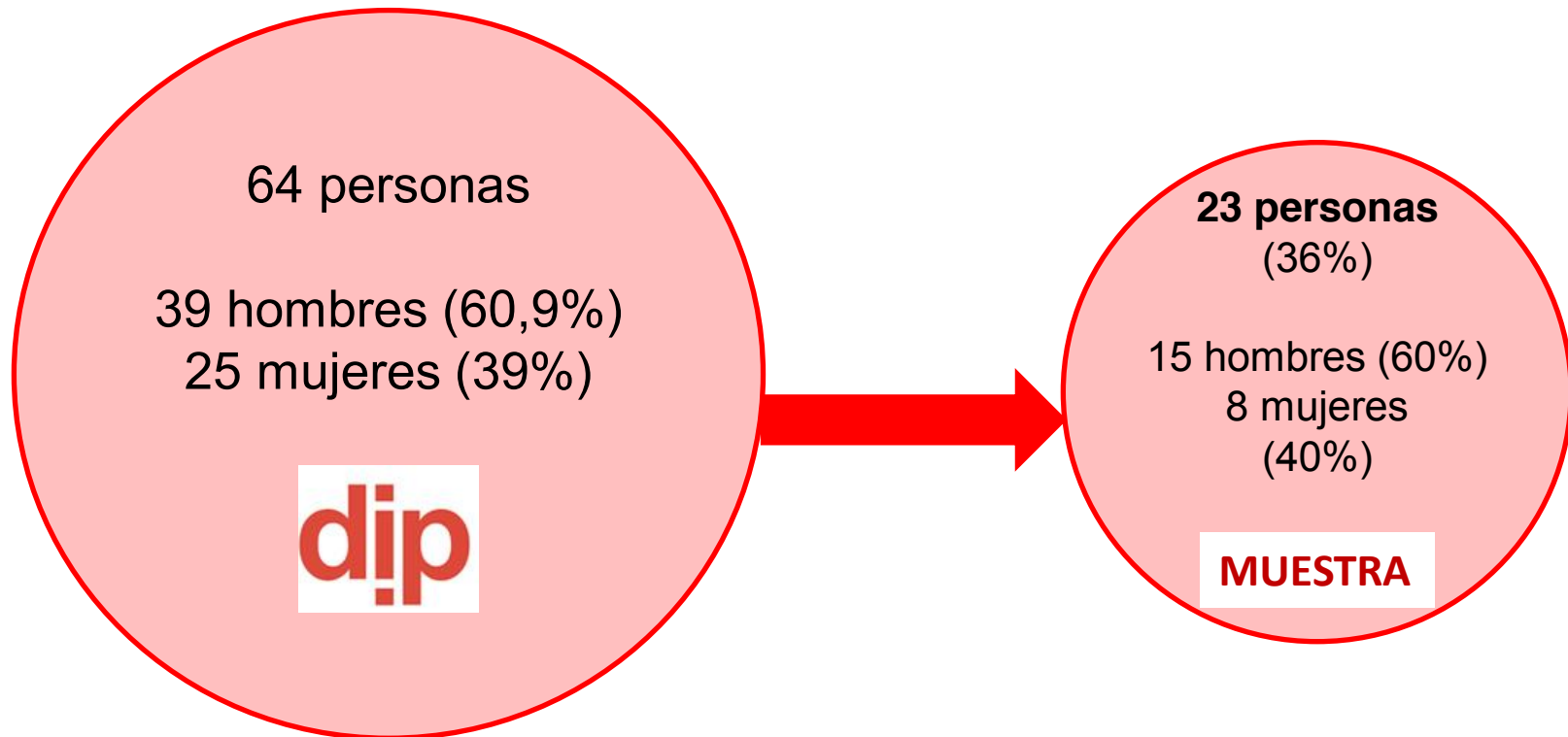
3. Metodología

Cuestionario de aplicación telemática a los socios y socias de DIP

4. Desarrollo del estudio

- *Documentación*: web, redes sociales e información facilitada por DIP
- *Diseño y preparación del cuestionario*: proceso de co-creación con la Presidenta de DIP (Teresa Jular)
 - Acceso a cuestionario final:
https://docs.google.com/forms/d/1hCmzQiyR8msyHZXLzzqRSMDp-t_WtbQO_iox3IjHCo/viewform
- *Lanzamiento y dinamización del cuestionario*: Esta parte del estudio fue gestionada por la Junta Directiva de DIP.
 - Fecha de lanzamiento del cuestionario: 25 de agosto de 2015
 - Fecha de cierre del cuestionario : 21 de septiembre de 2015

5. Análisis



¿Nuestra muestra es representativa de DIP?

Estadísticamente NO

Pero, si tenemos en cuenta que este estudio se enmarca dentro de la denominada Parada Técnica de DIP,...

...¿cuál es el grado de implicación/vinculación con DIP de los socios y socias que no han respondido al cuestionario?

La muestra como indicador cualitativo de la realidad de los socios y socias de DIP

5.1 ¿Qué sabemos de nuestra muestra?

Gráfico 1. Año en que se asoció a DIP (%)

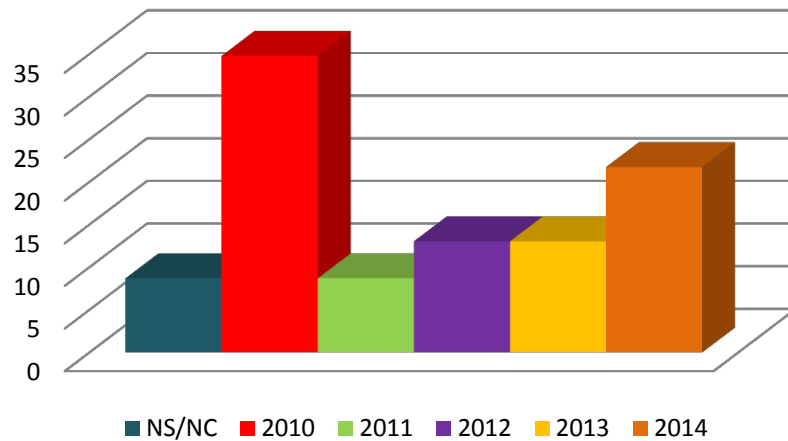


Tabla 1. Edad

Años	Frecuencia	%	% Acumulado
20-24	1	4,5	4,5
25-29	3	13,6	18,2
30-34	1	4,5	22,7
35-39	4	18,2	40,9
40-44	6	27,3	68,2
45-49	3	13,6	81,8
50-54	2	9,1	90,9
55-59	2	9,1	100,0
NS/NC	1		

Gráfico 2. Formación Académica (%)

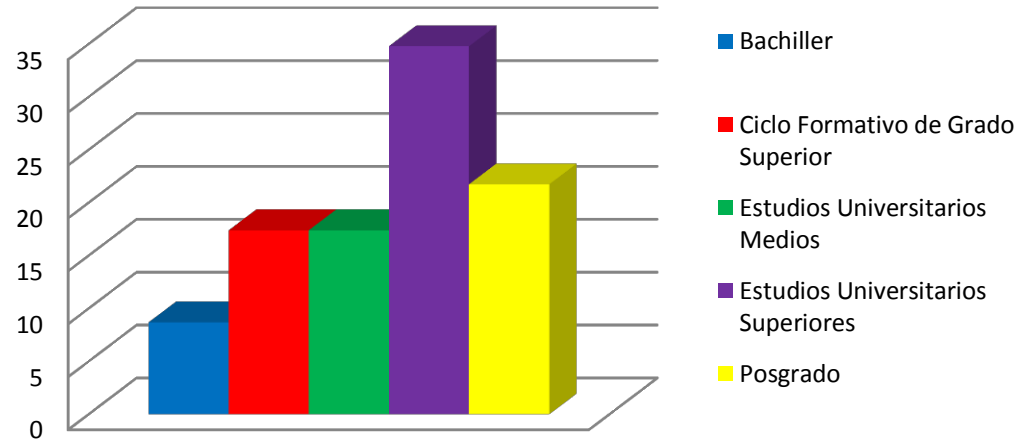


Tabla 2. Formación académica y diseño

Estudios relacionados con el diseño	69,6%
Estudios no relacionados con el diseño	30,4%

Gráfico 3. Perfil profesional (%)

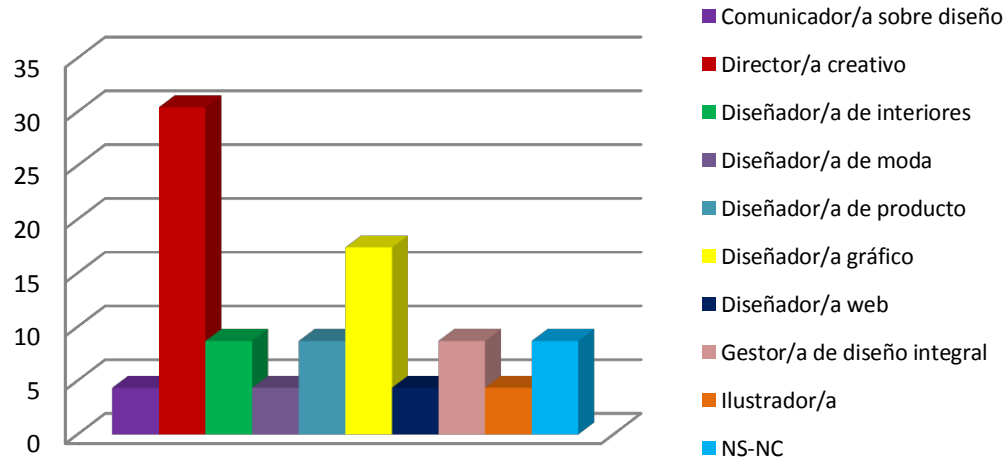


Tabla 3. Año en que comenzó a ejercer

	Frecuencia	%	% Acumulado
1985-1989	1	4,3	4,3
1990-1994	2	8,7	13
1995-1999	7	30,4	43,5
2000-2004	5	21,7	65,2
2005-2009	3	13	78,3
2010-2014	2	8,7	87
NS/NC	3	13	100
	23	100	

Gráfico 4. Situación laboral (%)

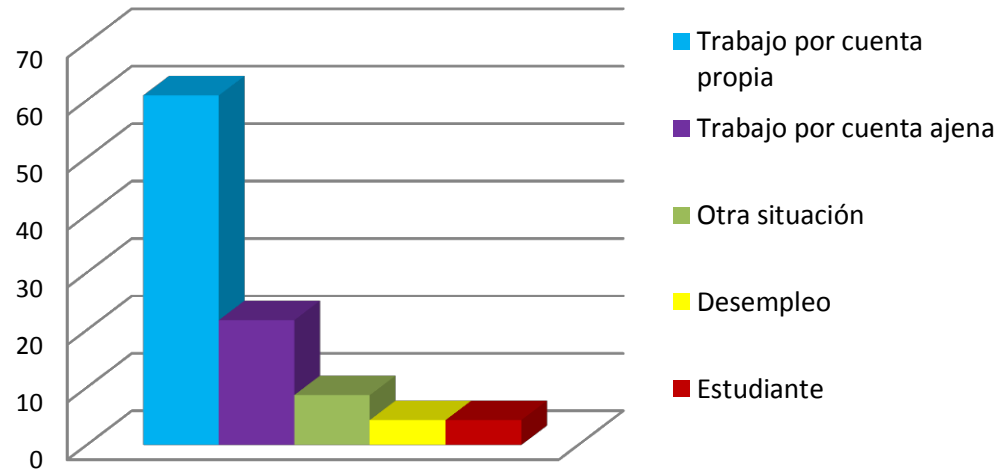
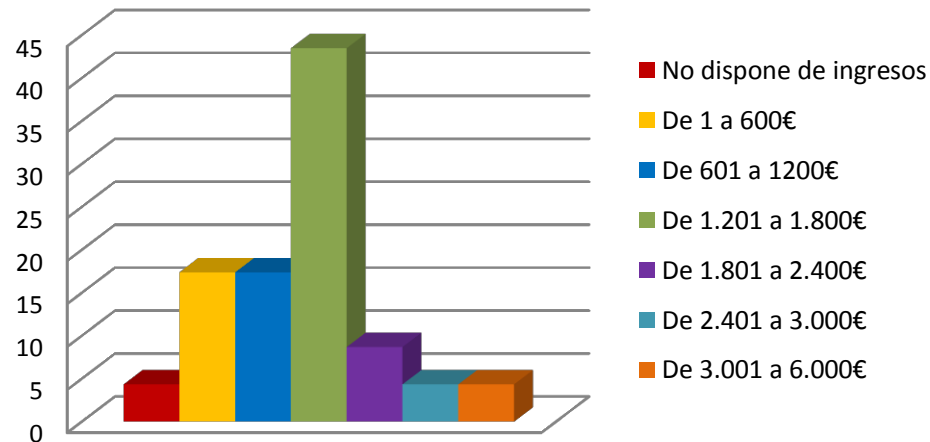


Gráfico 5. Ingresos mensuales (€)



Perfil predominante del socio o socia de DIP:

- Hombre
- Socio de DIP desde su fundación
- Menor de 45 años
- Con estudios universitarios superiores relacionados con el diseño
- Con al menos 10 años de experiencia en el sector
- Trabaja por cuenta propia
- Tiene unos ingresos mensuales entre 1.201 y 1.800€

5.2 Asociarse a DIP: expectativas y valoración

Gráfico 6. Motivación principal para asociarse a DIP
(%)

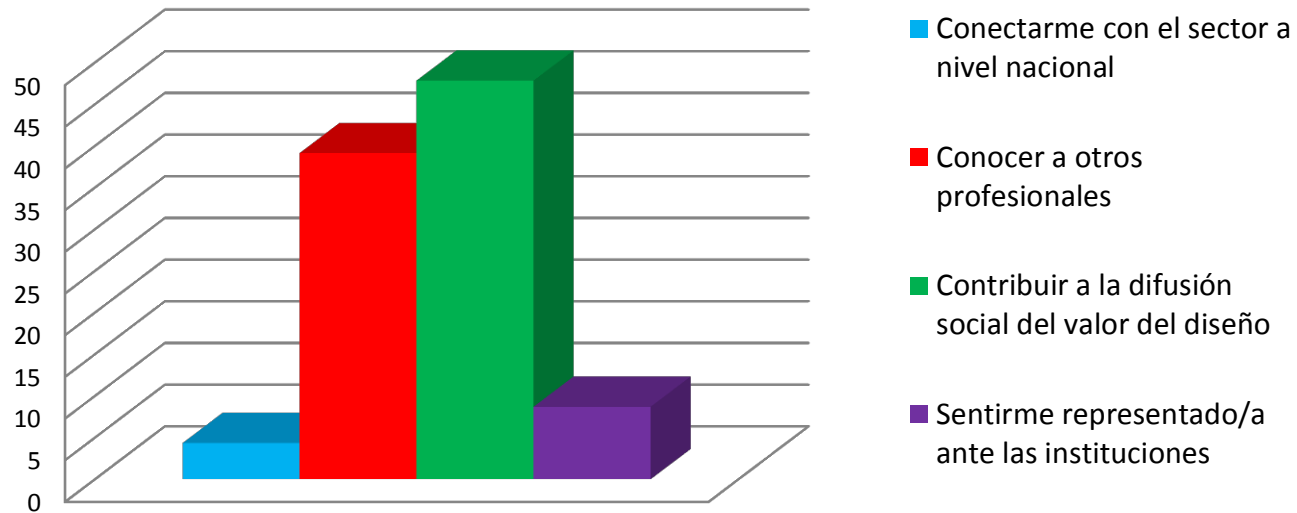


Gráfico 7. "DIP ha satisfecho la motivación por la que me asocié" (%)

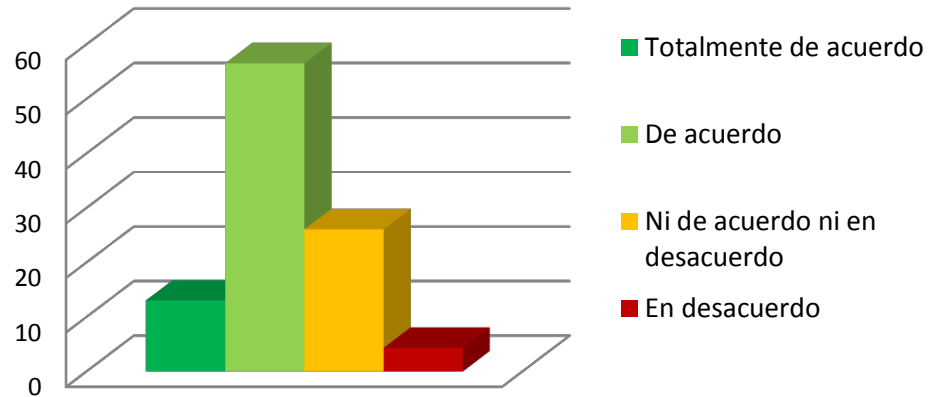
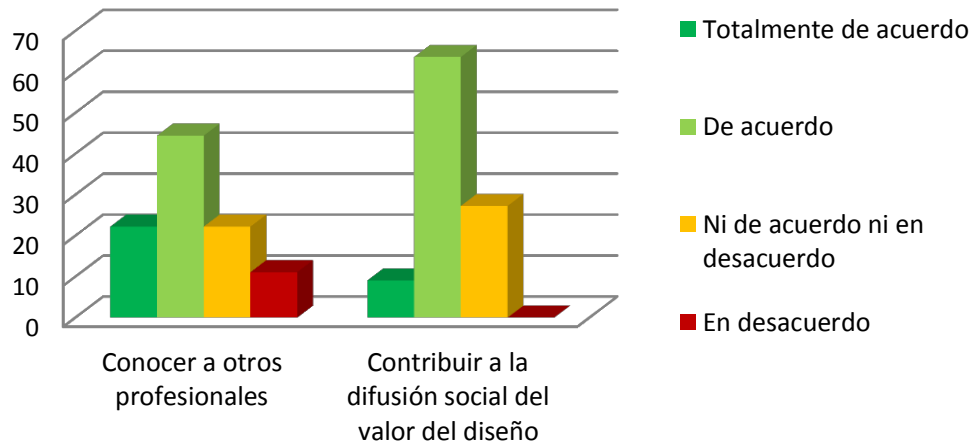


Gráfico 8. "DIP ha satisfecho la motivación por la que me asocié« (%)



5.3 Trabajo realizado por DIP en los últimos dos años: nivel de satisfacción

Conectar a los profesionales del diseño y de la comunicación publicitaria de la Región de Murcia con otros profesionales y organismos del sector, a nivel nacional e internacional

(7,73)



Acercar el diseño a la economía a través de consultorías personalizadas y encuentros con empresarios

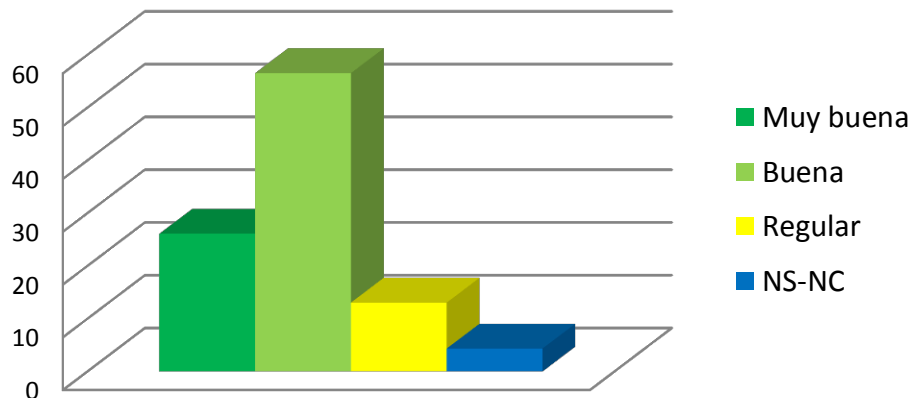
(6,09)

Tabla 4. Satisfacción con los distintos ámbitos de actuación de DIP

Conectar a los profesionales del diseño y de la comunicación publicitaria de la Región de Murcia con otros profesionales y organismos del sector, a nivel nacional e internacional	7,73	- Conectar <i>hacia dentro</i>
Representar a los profesionales del diseño y de la comunicación publicitaria de la Región de Murcia	7,58	
Conectar a los profesionales del diseño y de la comunicación publicitaria de la Región de Murcia entre sí	7,25	- Representar y reivindicar
Identificar, reivindicar, practicar y difundir el diseño del siglo XXI en base a sus valores en pro de una economía de escala humana	7,20	
Contribuir a la reivindicación de unas buenas prácticas por parte de instituciones y empresas ante concursos, premios, etc.	7,05	
Proveer de descuentos para premios y oportunidades formativas de interés	6,91	
Construir redes de colaboración con entidades públicas y privadas	6,76	- Servicios
Responder a iniciativas reivindicativas y/o solidarias a requerimiento de otras asociaciones	6,76	
Propiciar la presencia en Murcia de figuras relevantes del diseño y la comunicación publicitaria	6,57	- Conectar <i>hacia fuera</i>
Proveer de servicios a los socios a través de convenios con otros profesionales y empresas	6,52	
Propiciar el vínculo del diseño con otras áreas de conocimiento, como la artesanía, la tecnología y la ciencia	6,38	
Acercar el diseño a la economía a través de consultorías personalizadas y encuentros con empresarios	6,09	

5.4 Labor de comunicación realizada desde DIP en los últimos dos años: nivel de satisfacción

Gráfico 9. Valoración de la labor de comunicación (%)



Uso del cine ("Jueves de Diseño"
en la Filmoteca Regional)

7,92

Medios de comunicación
tradicionales

6,22

Tabla 5. Satisfacción con los distintos ámbitos de la comunicación de DIP

Uso del cine ("Jueves de Diseño" en la Filmoteca Regional)	7,92
Boletín DIP y circulares vía email	7,82
Plazos en que se recibe la información	7,82
Fiestas y eventos presenciales	7,67
Volumen de información para los socios	7,53
#dipinforma (aportaciones del abogado Víctor Martínez, ilustradas por socios DIP)	7,50
Medios utilizados en la comunicación con los socios	7,44
Contenido y diálogo en Facebook	7,33
Web y canales de READ	7,17
Contenido y diálogo en Twitter	7,06
Uso de la radio ("100% Internet", de oct 2012 a sept 2013 en Onda Regional)	7,02
Utilidad de la información recibida	6,96
Contenidos de la web	6,86
Carteles y otros materiales gráficos	6,62
Medios de comunicación tradicionales	6,22

Tabla 6. Recepción y respuesta, informaciones específicas (%)

	<i>Sí, la recibí en plazo</i>	<i>Sí, respondí</i>
Convocatoria Asamblea Anual DIP (febrero 2014)	95,7	30,4
Llamada a la participación interna en DIP (septiembre 2014)	91,3	34,8
Mensaje "Alegres ma non troppo" (noviembre 2014)	87,0	30,4
Convocatoria Asamblea Anual DIP (marzo 2015)	100,0	39,1
Parada Técnica DIP (mayo 2015)	95,7	39,1
Asistencia a 3ENAD Málaga (junio 2015)	95,7	17,4

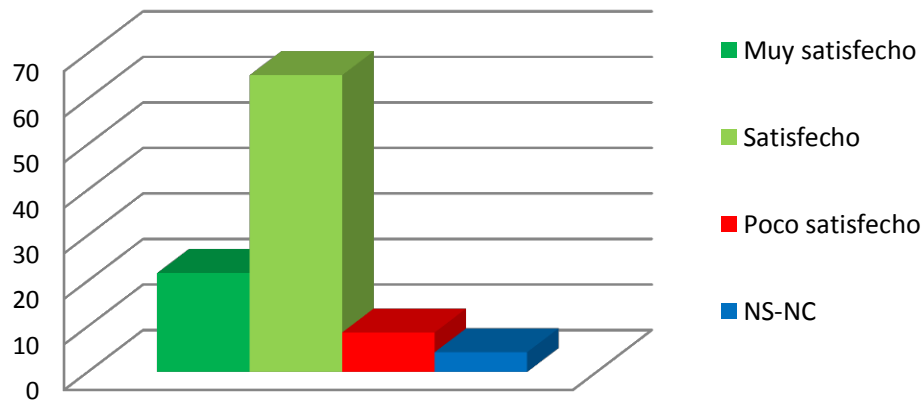
Tabla 7. Principal motivo para no responder (%)

	Convocatoria Asamblea Anual DIP (febrero 2014)	Llamada a la participación interna en DIP (septiembre 2014)	Mensaje "Alegres ma non troppo" (noviembre 2014)	Convocatoria Asamblea Anual DIP (marzo 2015)	Parada Técnica DIP (mayo 2015)	Asistencia a 3ENAD Málaga (junio 2015)
No, el contenido no resultaba de mi interés	6,25	14,29	28,57	14,29	15,38	22,22
No, motivos profesionales me lo impidieron	12,5	21,43	21,43	21,43	15,38	16,67
No, motivos relacionados con la conciliación laboral y familiar me lo impidieron	31,25	35,71	28,57	35,71	46,15	33,33
Otros motivos personales me lo impidieron	43,75	21,43	14,29	28,57	23,08	27,78
NS-NC	6,25	7,14	7,14	0	0	0

VIDA PERSONAL - VIDA PROFESIONAL

5.5 Actividades realizadas en los últimos dos años: nivel de satisfacción

Gráfico 10. Satisfacción con las actividades realizadas (%)



Ruta Cartagena Modernista.
Abril 2013

(9,44)

Desing on/off line. Feria de
Yecla. Mayo 2013

(6,67)

Tabla 8. Participación en actividades(%)

	Participó
Diparty 2012. Diciembre, Cuartel de Artillería	69,6
Diparty 2013. Noviembre, Cuartel de Artillería	69,6
Jueves de Diseño. Fimoteca Regional 2013-2015	60,9
Distrito Creativo. Murcia Junio 2013	60,9
Diparty 2014. Con Tony Segarra en MUBAM	60,9
Diparty 2014. Actividades en Workpoint y Espacio Pático	56,5
MMOD (colaboración). Noviembre 2012	39,2
DIP al Sol. Septiembre 2014, Los Alcázares.	34,8
Voces en torno al audiovisual. SOS 4.8. Mayo 2012	34,8
MMOD (colaboración). Noviembre 2013	30,5
Con el CO por delante. Jornada sobre coworking. Abril 2015, You&Co	30,4
Semana de Diseño e Innovación. Con INFO y CT Metal. Noviembre 2013	26,1
Curso Consolidación Empresas Creativas. EOI. 2012	187,0
Ruta Cartagena Modernista. Abril 2013	17,4
Asistencia a Expopyme EOI. Elche, 2012	13,0
3ENAD. Actividad de READ. Málaga, junio 2015	13,0
Design on/off line. Feria de Yecla. Mayo 2013	8,7

- **Murcia**
- **Formación-Ocio**

Tabla 9. Satisfacción con las actividades realizadas

Ruta Cartagena Modernista. Abril 2013	9,44
Curso Consolidación Empresas Creativas. EOI. 2012	9,27
3ENAD. Actividad de READ. Málaga, junio 2015	9,26
Jueves de Diseño. Filmoteca Regional 2013-2015	9,04
Diparty 2012. Diciembre, Cuartel de Artillería	9,00
Diparty 2013. Noviembre, Cuartel de Artillería	8,74
Distrito Creativo. Murcia Junio 2013	8,73
Diparty 2014. Con Tony Segarra en MUBAM	8,57
Con el CO por delante. Jornada sobre coworking. Abril 2015, You&Co	8,57
DIP al Sol. Septiembre 2014, Los Alcázares.	8,33
MMOD (colaboración). Noviembre 2013	8,26
MMOD (colaboración). Noviembre 2012	8,11
Diparty 2014. Actividades en Workpoint y Espacio Pático	7,94
Voces en torno al audiovisual. SOS 4.8. Mayo 2012	7,91
Asistencia a Expopyme EOI. Elche, 2012	7,41
Semana de Diseño e Innovación. Con INFO y CT Metal. Noviembre 2013	7,03
Design on/off line. Feria de Yecla. Mayo 2013	6,67

En ese momento no era socio de DIP



Motivos profesionales me impidieron asistir



Motivos relacionados con la conciliación familiar me impidieron asistir

- Curso Consolidación Empresas Creativas. EOI. 2012 (21,7%)
- Asistencia a Expopyme EOI. Elche, 2012 (21,7%)
- Voces en torno al audiovisual. SOS 4.8. Mayo 2012 (21,7%)
- MMOD (colaboración). Noviembre 2012 (21,7%)
- Diparty 2012. Diciembre, Cuartel de Artillería (21,7%)
- Diparty 2013. Noviembre, Cuartel de Artillería (21,7%)
- Distrito Creativo. Murcia Junio 2013 (21,7%)
- MMOD (colaboración). Noviembre 2013 (21,7%)
- Semana de Diseño e Innovación. Con INFO y CT Metal. Noviembre 2013 (21,7%)

- Curso Consolidación Empresas Creativas. EOI. 2012 (21,7%)
- Asistencia a Expopyme EOI. Elche, 2012 (21,7%)
- Ruta Cartagena Modernista. Abril 2013 (26,1%)
- 3ENAD. Actividad de READ. Málaga, junio 2015 (34,8%)
- Diparty 2014. Con Tony Segarra en MUBAM (17,4%)
- Con el CO por delante. Jornada sobre coworking. Abril 2015, You&Co (30,4%)
- Design on/off line. Feria de Yecla. Mayo 2013 (26,1%)

- Jueves de Diseño. Filmoteca Regional 2013-2015 (17,4%)
- Diparty 2014. Actividades en Workpoint y Espacio Pático (17,4%)
- DIP al Sol. Septiembre 2014, Los Alcázares. (21,7%)

Tiempo disponible de los socios y socias

5.4 Uso y valoración de servicios y acuerdos

Tabla 10. Uso de servicios y acuerdos (%)

EOI Mediterráneo (Elche). Formación, consultoría	26,10
Hacheté. Alojamiento web y otros servicios informáticos	21,70
Bee Social Media. Community management y marketing online	17,4
Víctor Martínez. Abogado	17,4
You&Co. Espacio de coworking y formación	17,4
Premios Anuaría. Descuentos en inscripciones	13,0
Premios Laus. Descuentos en inscripciones	13,0
MCHT. Personal shopper, consultora marca personal	8,7
Rom Murcia. Publicidad radiofónica	8,7
MIMÖ. Difusión en guía papel y web	8,7
Premios Delta. Descuentos en inscripciones	8,7
Ecoimpresión. Impresión digital gran formato y serigrafía digital	4,3
Premios CLAP (READ). Descuentos en inscripciones	4,3
La Guía Go! Difusión en revista papel y web	0
Asistencia al MAD (READ). Descuento en inscripciones	0



¿Ámbito significativo para DIP?

5.6 Dedicación a DIP

Gráfico 11. Tiempo de dedicación a DIP (%)

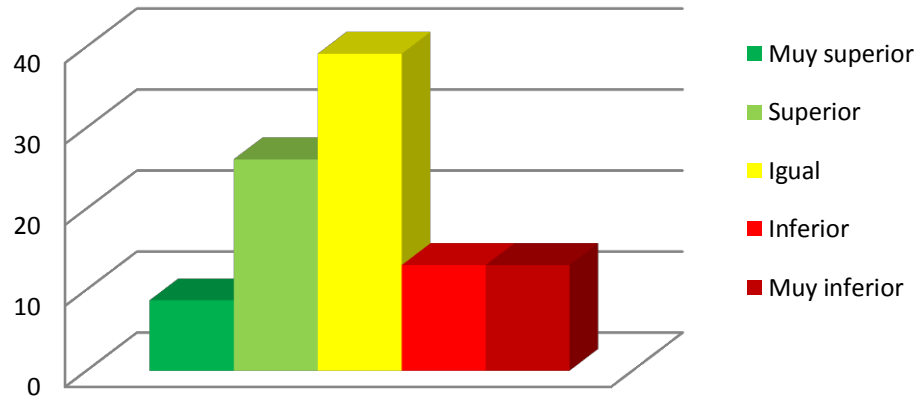


Gráfico 12. Motivos para una menor dedicación (%)

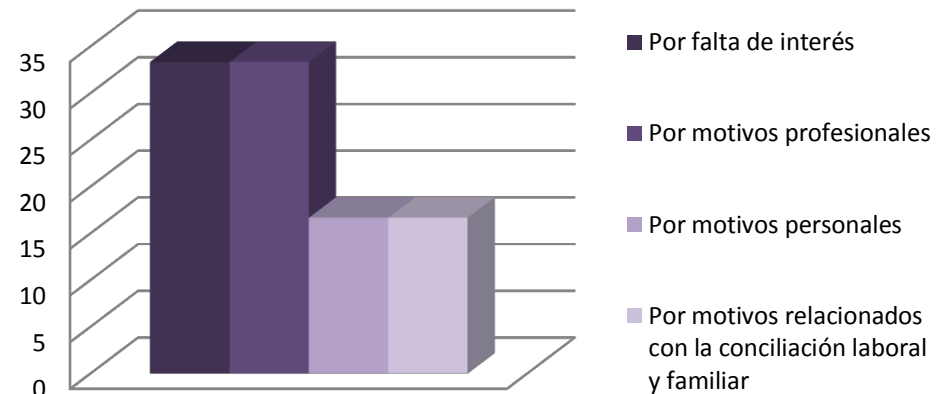
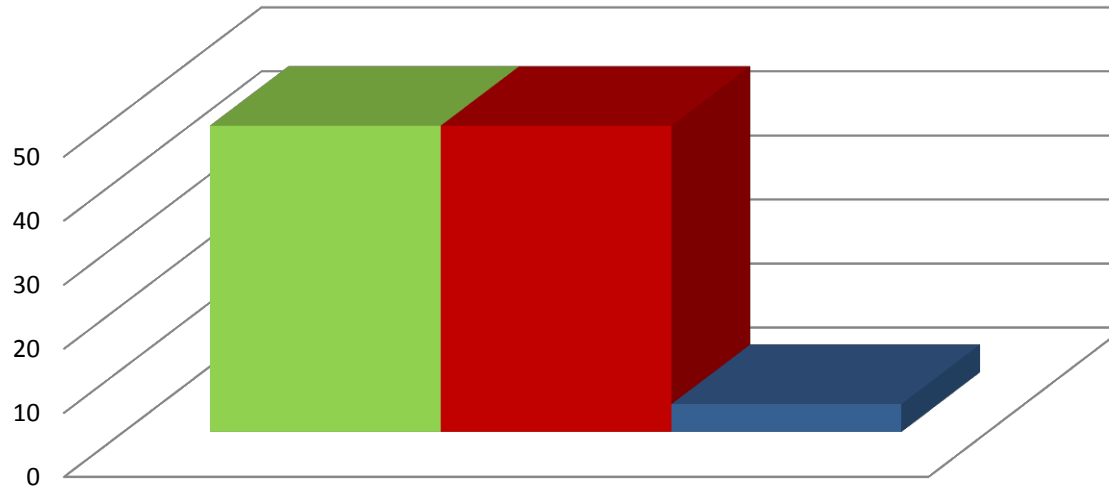


Tabla 11. Horas a dedicar a DIP(%)

0	8,7
1	8,7
2	39,1
4	8,7
8	4,3
NS-NC	30,4



2 horas y 15 minutos/semana

Gráfico 13. Dedicación a DIP (%)

- Estaría dispuesto a participar activamente en la organización interna de DIP para que la Asociación continúe con su actividad actual o, incluso, la aumente
- No puedo participar activamente en la organización interna de DIP, aunque esto suponga que la Asociación reduzca su actividad actual
- NS-NC

¿Suficiente para reforzar DIP?

5.7 Aspectos positivos y negativos de DIP

Pertinencia histórica. Es momento de luchar por el diseño y los diseñadores. Tenemos mucho que aportar.

Divulgar el diseño y unión entre socios

Visibilidad del diseño y accesibilidad a oportunidades que de otro modo serían inalcanzables

Difusión regional y cooperación

El único representante del diseño en Murcia

Corporativismo y visibilidad del diseño

Su implicación en la comunidad empresarial y de diseño de Murcia

Conexión con otros profesionales y posibilidades de colaboración

Valor del diseño

Representar y dar voz al colectivo

Conexión con otros profesionales y posibilidades de colaboración

Visibilidad

Cooperación Asociacionismo

Es necesaria

Propuesta de valor en aumento

DIP

Asociación

Networking

Dar valor al diseño

Ganas de crecer

Representación sectorial

La difusión del diseño

Difusión regional y cooperación

Implicación de la Directiva

Valor del diseño

Visibilidad, representación y difusión

Conexión

Hay muy poca conciencia asociativa

Quizás un espectro demasiado amplio de especialidades

Falta de publicidad

Falta de medios

El asociacionismo en sí

Poca participación

Falta de colaboración entre sus miembros

Es muy genérico teniendo en cuenta que abarca muchas disciplinas del diseño, faltaría potenciar y diferenciar por tipos de diseño

Queda fuera de muchas de mis necesidades profesionales por el sector

Ausencia

Centralización en Murcia

Lenguaje difícil de entender

Exigencia de participación

Que se convierta en una agencia de servicios

Falta de actividades de formación profesional no empresarial

Definición DIP

Debilidades del asociacionismo

5.8 Sugerencias

Una sede digna

Promoción a estudiantes

DIP es imprescindible


Más actividades públicas relacionadas con el diseño y la comunicación

Pensemos más en los más jóvenes

Sería bueno promover la cooperación entre profesionales del sector. Más que actividades culturales, poder sacar proyectos y trabajos en común. Hacer de Murcia una ciudad Lanzadera.

Que DIP siga

6. Conclusiones

- Ámbitos claves de actuación para DIP:
 - Difusión social del valor del diseño
 - Conexión con otros profesionales
 - Representación

Actividades de ocio y formación
- Respuesta a las acciones de comunicación y participación en las actividades: problemas relacionados con la conciliación de la vida laboral y familiar
- Implicación en DIP (organización interna): problemas relacionados con la falta de interés y los motivos profesionales
- Cuestionando los «servicios y acuerdos» como ámbito relevante para DIP
- Escenario adverso para una mayor implicación/dedicación de los socios y socias de DIP

<< *Que DIP siga* >>