



**INFORME TECNICO**  
**“Semana del Diseño en Londres, Septiembre 2010,**  
**Reino Unido”**

**Cod 10MTEC-8362**

**MUSUC HOUSE LTDA**  
**Octubre 2010**

3.1.3 Grado de cumplimiento del programa de la Misión Tecnológica (si es distinto al 100% programado, explicar motivos). Informar si hay participantes que no participaron de la totalidad de las actividades programadas.

Se cumplieron todas las actividades programadas en la agenda de trabajo, salvo la visita a la oficina LANDOR, que se excusó a última hora por exceso de trabajo y no poder atender a la delegación.

Fecha	Actividad
Domingo 19 de septiembre	Salida desde Santiago SANTIAGO/MADRID IBERIA6830 12:15HRS Llegada Madrid 20.9 07:00HRS
Lunes 20 septiembre	20SEPTIEMBRE MADRID /LONDRES IBERIA3174 09:55HRS , llegada a las 11:15HRS  15 horas Reunión de Bienvenida y Coordinación Embajada Chile Sr Cristián León, Director Asuntos Culturales, y Rodrigo Espinoza, Primer Secretario Kayleigh Kowalewski,, Secretaria  Embassy of Chile 37-41 Old Queen Street London, SW1H 9JA Tel: 020 7222 2361 Ext. 224 Fax: 020 7222 0861  Pm London Design Festival. Asistencia Proyecto Trafalgar Square: robótica industrial
Martes 21 septiembre	Am London Design Festival: Asistencia Proyecto Size+Matter

	<p>14 horas Visita a Oficina PROSPECT Michael Thomson &lt;mbtuk1@googlemail.com&gt; Richard Eisermann &lt;richard@prospectdesign.eu &gt; <a href="http://www.prospect.eu/contact">http://www.prospect.eu/contact</a> 4 Bath Street Studio 4 London EC1V 9DX Mobile PThompson is +44 7590 229 366 Richard's studio number is: +44 20 7490 1196</p>
<p>Miércoles 22 de septiembre</p>	<p>AM London Design Festival: : Asistencia a Museo del Diseño en London Design Centre LDF at the V&amp;A. Obras presentación de proyectos de diseñadores</p> <p>14 horas <b>Visita Oficina IDEO</b>,Atienden Pontus Wahlgren EU design director y diseñador de productos y Steve O'Connor, Director digital business Dirección IDEO, White Bear Yard, 144a Clerkenwell Road, London EC1R 5DF</p>
<p>Jueves 23 de septiembre</p>	<p><b>9 horas Reunión Desayuno</b> Visita a oficina JKR (<b>jones knowles ritchie Limited</b>). Atiende Tricia Taylor,PA to Andrew Knowles, Chairman 128 Albert Street Camden London NW1 7NE Tel: +44 20 7428 8000</p> <p>11.horas <b>Visita oficina PENTAGRAM</b>, Domenic Lipa, Diseñadora identidad de London design Festival, Dirección 11 Needham Road London W11 2RP</p>
<p>Viernes 24 de septiembre</p>	<p><b>AM Visita Especializada a London100% Design</b> Recepción especial a Delegación chilena Director Peter MasseyT: +44(0)20 8910 7811 M: +44(0)7799 346 815,Earls Court London</p>

	<p>Seminarios IDA, Interior Design Association de Reino Unido el 24.9</p> <p>11:30 - 12:15 Diseño como Diferenciador , logrando con el diseño en retail el compromiso del cliente, construcción de marcas, Andrea Moore, Marketing Director, Levi Strauss UK and Ireland Helen Sachdev, Head of Branch Development, Barclay's Jeff Kindleysides, Founder, Checkland Kindleysides Phillip Handford, Creative Director, Campaign Design Sean McCorry, Head of European Store Development, Timberland</p> <p>12:30 - 13:15 Panel El Lugar de Trabajo del Diseño Prof. Jeremy Myerson, Director, Helen Hemlyn Centre, Royal College of Ar David Matthews, MD, Carey Jones Phil Hutchinson, MD, BDG Workfutures</p> <p><b>En 100% Design subsalones :</b> 100% Futuro ( diseño del mañana) 100% Materiales ( nuevas fuentes y materiales para desarrollar estética,técnicas y cualidades sustentables de proyectos) 100% Design ( diseños mobiliarios contemporáneos de oficinas inglesas e internacionales orientadas a empresas manufactureras y retail</p> <p><b>14.30 hrs</b> Maria Loreto Flores On Behalf of ZAHA HADID ARCHITECTS Studio 9, 10 Bowling Green Lane, London EC1R OBQ t: +44 (0)2072535147 f: +44 (0)2072518322</p>
Sábado 25 de septiembre	Participación en Tent London todo el día
Domingo 26 de septiembre	Retorno a Chile
Lunes 27	<p>LONDRES/MADRID IBERIA3171 17:35HRS 20:55HRS</p> <p>MADRID /SANTIAGO IBERIA6831 00:20HRS ( Ma 28)</p>



	07:50HRS
--	----------

Taller de Difusión de la Misión. Este evento se realizó el día martes 26 de Octubre en Salones de Universidad las Américas. Se adjunta listado de asistentes

.4 Logros destacables de la Misión Tecnológica.

Se deja abierta la opción de que las empresas que lo deseen, incluida la empresa gestora manifiesten “logros destacables” durante el desarrollo del proyecto de Misión Tecnológica.

Empresa	Logro destacable
MUSUCSOUSE	Poder reflotar una serie de productos basados en un material complejo, como es el PVC inflable (o por lo menos volver a estudiar su viabilidad productiva), gracias a procesos nuevos obtenidos de la empresa INFLATE y también de la utilización de materiales sustentables o reciclables,
PIANO Y PIANO LTDA	Se destacó el rol del Diseño (Diseñador) como factor estratégico en el desarrollo de las marcas. La administración de los recursos gráficos de manera estratégica (Ej.: Productos en punto de venta: Marcas Blancas vs. Marcas de Fabricante).
GRUPO OXIGENO	Nos hemos planteado la idea de introducir más herramientas de research en nuestros procesos de diseño. Observamos como las oficinas inglesas introducen en sus equipos de trabajo gente de distintas disciplinas como psicólogos, sociólogos, antropólogos y gente de otras disciplinas.
PORTA 4	Sin duda que para lograr que el diseño chileno siga desarrollándose, innovando con una visibilidad aceptable es necesario apoyar la cultura, educación e innovación en el desarrollo de la industria nacional y sus productos



### 3.1.5 Resultados y conclusiones (en términos generales y específicos).

MUSUC HOUSE

#### **Conclusiones Generales**

En términos generales, llama la atención como el diseño inglés se ha posicionado a nivel internacional. El diseño fue tomado como un tema país, con un fuerte apoyo gubernamental, donde se genera un polo de atracción internacional, creando una imagen muy potente. Eso sin duda es el entendimiento de lo que significa el diseño, como un servicio que da valor agregado a la industria manufacturera.

Por otro lado a nivel internacional, el diseño chileno está a buen nivel tanto que perfectamente es posible ofrecer alianzas estratégicas como partners de empresas inglesas. A nivel latinoamericano el diseño chileno está en condiciones de exportar servicios de modo competitivo y diferenciador.

Como creemos que sucedió para todos los diseñadores asistentes y tal como lo planteamos antes de iniciar esta misión tecnológica, viajar a una de las ciudades más representativas del mundo respecto al diseño en todas sus expresiones y la tecnología aplicada a el ha sido una experiencia inolvidable, memorable y altamente productiva.

En el caso de oficinas de diseño enfocadas a la producción de objetos, soluciones en relación a productos e investigación de materiales, el aprendizaje y el nivel de experiencias obtenidas en relación a nuevas tecnologías, procesos productivos, materiales, métodos creativos, etc, significó una apertura de mente y un golpe de confianza que se traduce en un nuevo y fortalecido discurso para cada nuevo proyecto. Las posibilidades de alianzas tecnológicas con empresas en Europa se pueden convertir en una realidad después de este viaje.

.

.



Para abordar el diseño de manera integral es el aspecto cultural : el modo de ser y hacer y el como vive el diseño, que me “indica o explica” como funcionan otros mercados, cosa útil para internacionalizar servicios. La inmersión cultural permite diseñar de acuerdo a las necesidades de los usuarios finales.

Desde el mundo de las oficinas que vendemos servicios de diseño (no productos), podríamos decir que las diferencias entre el diseño británico y el diseño hecho en Chile, están en el desarrollo de la industria y en los procesos de diseño utilizados para llegar al resultado. La industria del diseño inglés está mucho más desarrollada que la chilena, tanto a nivel de oficinas, como a nivel de clientes que si entienden la necesidad de aplicar procesos de diseño que potencien sus productos y servicios desde el punto de vista de la EXPERIENCIA.

### Nuevos Conceptos: Diseño de Servicios

Se habla mucho hoy en Inglaterra del DISEÑO DE SERVICIOS. El sector de servicios se desarrolla y crece a grandes pasos en la economía inglesa, mientras que el sector manufacturero va decayendo frente a la competencia asiática y del resto de Europa. Parece ser que las empresas británicas comprenden que los servicios deben ser diseñados desde el concepto y que el diseño de estos debe ser gestionado por un diseñador. En Chile, las empresas que contratan, o podrían contratar diseño, aún no valoran los beneficios del diseño aplicado a productos y servicios. No se entiende aún que el diseño aplicado a las empresas de servicios puede aumentar los niveles de satisfacción de sus clientes gracias al diseño de experiencias.

Relevante para diseñar servicios y productos es el estudio de la conductas humanas y la experiencia emocional en su relación con las marcas, los objetos y los servicios. En esto, los ingleses han sido vanguardistas integrando equipos multidisciplinarios que estudian la experiencia desde el punto de vista de los clientes.

La posibilidad de poder ver y analizar el nivel de desarrollo en que se encuentra el diseño en el mundo, ayuda a entender la situación nacional.

El hecho de haber tenido acceso a una muestra de diseño internacional donde objetivamente se pueden analizar procesos de trabajo, tecnologías, talentos, innovación e investigación aplicadas por otros países nos da una cierta guía de qué y cómo podemos mejorar para lograr el desarrollo, crecimiento y madurez del diseño chileno.

### **Conclusiones Específicas**

A nivel específico, sin duda que los modelos de gestión de nivel interdisciplinario es una innovación en las oficinas de diseño inglesas, tema que de a poco se perfila en Chile. La estructura flexible y búsqueda de rendimientos de los profesionales del diseño llama la atención. Se privilegia equipar con software y herramientas para aumentar la productividad del profesional del diseño.

A nivel de diseñadores dedicados a temas ambientales, el hecho de reflotar una serie de productos basados en un material complejo, como es el PVC inflable (o por lo menos volver a estudiar su viabilidad productiva), gracias a procesos nuevos obtenidos de la empresa INFLATE y también de la utilización de materiales sustentables o reciclables, hacen que solo un contacto como este (aunque existen numerosos más) transforme un viaje así en una posibilidad de crecimiento para la empresa y que permite no botar años de producción e inversión que, por falta de tecnologías en el país, hacían ver que la pérdida de varios proyectos era la única salida

A nivel ampli ha sido importantísimo concluir que para lograr que el diseño chileno siga desarrollándose, innovando con una visibilidad aceptable es necesario apoyar la cultura, educación e innovación en el desarrollo de la industria nacional y sus productos. Si ésta logra ser más propositiva e innovadora el diseño chileno tendrá acceso a plataformas que le permitan aplicarse

A nivel de modelo de negocios es necesario plantearse la idea de introducir más herramientas de research en nuestros procesos de diseño. Observamos como las oficinas inglesas introducen en sus equipos de trabajo gente de



distintas disciplinas como psicólogos, sociólogos, antropólogos y gente de otras disciplinas.

Estamos aprendiendo a diseñar más desde la observación de los usuarios, desde su experiencia y sus conductas. Diseñar no desde nuestra visión de diseñadores, ni desde el punto de vista del cliente que nos contrata, si no diseñar desde la visión del usuario final.

Hemos modificado la forma de vender nuestros diseños. Desde las imágenes finales del boceto hasta las presentaciones a cliente. Queremos mejorar la cadena de producción interna.

### Diseño como Propuesta de Valor

Finalmente la misión permitió modificar nuestra propuesta de valor. Nos llamó la atención el modelo de Pentagram, muy similar al nuestro donde no existe un organigrama tan jerarquizado como en la mayoría de las empresas y donde siempre está presente uno de los socios liderando un encargo de proyecto.

### **El rol del Diseño (Diseñador) como factor estratégico en el desarrollo de las marcas.**

La administración de los recursos gráficos de manera estratégica (Ej.: Productos en punto de venta: Marcas Blancas vs. Marcas de Fabricante).

Al llegar a Chile al hacer un levantamiento en supermercados y grandes tiendas (ámbitos más relevantes en marcas propias o marcas blancas) para luego comparar con lo observado en estructuras de negocios de similares o iguales características en UK. Existen diferencias notables. En Chile los productos de Marca Blanca o Marca de Distribuidor se asocian a productos mas baratos y por ende de menor calidad, en UK la asociación es diferente: igual calidad, excelente presentación menor precio.



## **Material Anexo:**

### **Medios electrónicos:**

- Cds con las Presentaciones del Taller de Difusión 26 octubre y copia de los Informes Técnico y Financiero

### **Material Escrito:**

Listado Asistentes al Taller de Difusión