

FUNDAMENTOS

El distanciamiento físico implementado para controlar la pandemia de coronavirus afecta muy especialmente a nuestro hábitat, en la medida en que su configuración y equipamiento articula y organiza la forma en que desarrollamos todas nuestras actividades personales, familiares, laborales y socioculturales.

Bajo esta perspectiva, el sistema Hábitat Diseño (el conjunto de actores que vertebran el sector del hábitat: fabricantes de muebles, iluminación, textiles, revestimientos y complementos decorativos, las empresas de servicios de diseño, diseñadores, prescriptores, los fabricantes de productos semielaborados, componentes, materiales, las instituciones públicas que determinan las políticas de diseño, industrialización e innovación, los centros de promoción del diseño, las agrupaciones empresariales, los centros tecnológicos, las universidades y centros de capacitación, etc.) puede contribuir significativamente a paliar el impacto de la pandemia, desarrollando soluciones que mejoren la eficiencia de los espacios de trabajo, de educación, de ocio y sanitarios garantizando la prevención de contagios, lo que contribuiría a minimizar las negativas consecuencias económicas, psicológicas y sociales de la pandemia.

Nuestro mayor reto será conseguir que el distanciamiento físico no se convierta en un distanciamiento social, contrarrestando las tendencias hacia un mayor individualismo y desconfianza que minarían nuestra cohesión como sociedad. En este sentido, resulta muy esclarecedora la respuesta ciudadana al confinamiento. Las muestras de solidaridad, la eclosión de creatividad y el auto grado de responsabilidad y compromiso han ido acompañadas de un profundo replanteamiento de nuestros valores que están poniendo en evidencia las contradicciones de un modelo social excesivamente materialista crecientemente deshumanizado.

El Sector del Hábitat Diseño tiene que asumir el reto de repensar nuestros espacios, avanzando hacia la construcción de un entorno más humano, ético, creativo y armonioso que facilite la interacción y la participación social. Porque los ciudadanos quieren y tienen que participar activamente en su desarrollo.

Nuestro modo de vida mediterráneo está cimentado en una larga tradición de sociabilidad, creatividad, cooperación, diversidad, alegría y resiliencia. Tenemos que aprovechar este momento de reflexión colectiva para actualizar nuestra identidad como país y proyectarla a nivel global con propuestas y productos innovadores, que respondan a la demanda general de una sociedad más humana.

Nuestro Sector del Hábitat Diseño tiene un capital cultural y de saber hacer de reputación reconocida. Las inversiones considerables operadas año tras año, en nuevas tecnologías, nuevos materiales o nuevos fundamentos de marketing y de diseño, emplazan a las empresas del Sector del Hábitat Diseño entre las más innovadoras del país y con mayor reconocimiento internacional. Por esto, las sucesivas generaciones de industriales, artesanos y diseñadores del sector han sabido responder a los nuevos comportamientos de los consumidores y a los retos de los cambios económicos.

El Design Institute of Spain, en su compromiso con el Sector del Hábitat Diseño, quiere apelar a todos los profesionales, empresas e instituciones involucradas para promover una reflexión abierta y participativa sobre la transformación de nuestro hábitat e impulsar un plan estratégico que posibilite su desarrollo, facilitando la adecuación de nuestras empresas y profesionales al fascinante reto al que nos enfrentamos. Y de esta forma contribuimos con la Administración Pública, Gobierno y sus Ministerios, Autonomías y Municipios, a poder superar de la manera más eficaz y eficiente la situación en la que nos encontramos.

ALEGATOS

El Sector del Hábitat Diseño, debido a la crisis de 2008 y a la actual coyuntura del coronavirus, necesita de una activación de medidas para su recuperación tanto estructural como económica. Algunas de las consideraciones del presente Manifiesto se orientan a vectores como:

A. INICIATIVAS HACIA EL USUARIO

1. Por un compromiso con el bienestar de las personas y la sensibilidad social.

El actual confinamiento nos ha hecho reflexionar sobre cómo vivimos. Las empresas del Sector del Hábitat Diseño deberán explorar nuevas unidades familiares a través del diseño, para reparar el aislamiento social y el miedo patológico derivado del impacto del coronavirus al contagio y a los gérmenes. Las respuestas deben salvaguardar a las viviendas y su equipamiento desde la lógica de la calidad y la cualidad emocional, ayudando a vivir mejor a las personas con conciencia de seguridad e igualdad. Es una gran oportunidad para poder mejorar el entorno habitativo de la gente, donde el buen diseño juega un rol crucial.

2. Por un compromiso social, con el entorno del mobiliario para los *seniors*.

El incremento de la estimación de vida suponiendo un asunto de confort, lo es mayormente de gestión de los cuidados geriátricos y de las recomendaciones médicas, presupone reflexionar sobre el mobiliario necesario y específico para la hospitalización domiciliaria y residencial. El Sector del Hábitat Diseño debe tener en cuenta estos factores con códigos funcionales, estéticos y domésticos, compatibilizándolos con el mobiliario ya adquirido, sea cual sea el registro estilístico, constituyendo un gran campo de desarrollo en este creciente sector que merece una especial atención.

3. Por un compromiso con la flexibilidad de los espacios.

La necesidad de mantener una mayor distancia física, junto con la posibilidad de convivir con confinamientos intermitentes, requieren un concepto más versátil, multifuncional y flexible de nuestros espacios, tanto en el ámbito familiar como en el empresarial, educacional, recreativo y sanitario. Y renovar de forma innovadora todo el equipamiento para exteriores, terrazas y jardines, donde el sector fue pionero y debe consolidarse.

4. Por un compromiso con la gestión de lo público y lo privado.

La disrupción del coronavirus ha acelerado la desaparición de los límites entre lo profesional y lo privado mediante las TIC. Esta mutación incita al Sector del Hábitat Diseño a preguntarse sobre la gestión del tiempo y trasladar sus respuestas a los productos y servicios, con gran flexibilidad y máxima discreción para el entorno de la vida privada.

5. Por un apoyo a la cultura del diseño en el Sector del Hábitat Diseño.

El Sector del Hábitat Diseño deberá implementar acciones específicas para una adecuada integración del diseño a nivel estratégico, táctico y operativo. Deberá darle visibilidad y valoración para satisfacer las necesidades anímicas de la sociedad: estéticas, culturales, emocionales... Será necesario la percepción de su valor, fomentar sus conexiones con las expresiones del arte, la estética y del know-how, características de la creatividad. El diseño sirve a la industria, pero se apoya en la cultura creativa para llegar al usuario. Es momento de enfatizar su carga cultural como han sabido hacer otros países con notables resultados.

B. INICIATIVAS Y OPORTUNIDADES DE MEJORA PARA EL SECTOR

6. Por un compromiso con el 'made in Spain'.

El altísimo impacto del coronavirus en nuestro país está afectando profundamente a la imagen de España. La identidad de la marca país se sustenta, en gran medida, en la modernidad, siendo la competitividad e innovación uno de sus referentes. Es en ese ámbito donde el diseño en el sector del Hábitat debe ser modelo económico para generar confianza, identidad cultural y capacidad de influencia global en el proceso de transformación en los distintos ámbitos y entornos de la estructura que forma la sociedad. España se vertebra territorialmente por comunidades autónomas, con rasgos y características productivas propias muy notables y diferenciadas. Esa diversidad, industrial y creativa, es precisamente una de las riquezas de nuestro país, que debe ser promovida y proyectada.

7. Por la promoción del Sector del Hábitat Diseño en el exterior.

Para tener presencia y éxito en los mercados globales, las empresas, con sus productos y servicios, deben cambiar su mentalidad de competencia interna y presentar un frente unido, que no represente a empresas individuales, sino a todo el sector del Hábitat Diseño en su conjunto, con valores y propuestas distintivas de su cultura. Las oportunidades para acceder a nuevos nichos de mercado, para abordar amplia y profesionalmente el canal *contract* (la distribución de artículos de arquitectura e interiorismo para clientes institucionales o corporativos, que suelen asesorarse en el proceso de toma de decisión y compra por arquitectos, interioristas y decoradores, guardando estrecha relación con los sectores del mueble, iluminación, textiles, azulejos y otros revestimientos cerámicos, equipamientos técnicos y manufacturas en madera, piedra, pinturas, etc.), para interactuar con prescriptores de tendencias, para intensificar la cooperación con profesionales del diseño internacional, de la arquitectura y el interiorismo, están al alcance con mayores resultados si se adopta una política colaborativa en este sentido.

8. Por un Incremento de las estrategias de comunicación.

Las empresas del Sector del Hábitat Diseño en su actividad diaria, se enfrentan a la creación de información y asesoramiento para sus clientes y mercados. La comunicación contribuye a esto con la ayuda del diseño, los clientes y usuarios pueden estar informados y ser orientados. Las políticas de comunicación basadas en el diseño de comunicación ayudan a presentar valores, capacidades y niveles de persuasión hacia los clientes y usuarios finales. Las empresas deberán reinterpretar la identidad corporativa y de sus marcas.

9. Por un compromiso con el cambio tecnológico.

El Sector del Hábitat Diseño deberá aprovechar la coyuntura para modernizar su tejido productivo como clave de innovación. Superar la resistencia al cambio, derivada de factores culturales, del desconocimiento de ciertas tecnologías y conocimientos, y de los modelos organizativos. Las sociedades avanzadas son las que están consolidadas en la industria. Reindustrializar el Sector del Hábitat Diseño, a través de políticas sostenibles, modificando las actuales estrategias de deslocalización, con trabajo automatizado para una producción más eficiente, recuperando todos los procesos de la cadena de valor, propiciando la creación de empleo en el país.

10. Por una mentalidad ecológica y sostenible.

Las nuevas preocupaciones no deben entrar en conflicto con las tendencias de diseño ecológico emprendidas. El Sector del Hábitat Diseño debe concebir y desarrollar productos y servicios aún más amigables con el medio ambiente, incrementando aspectos como: la calidad del aire del entorno; la utilización de energías renovables; la gestión integral del agua y los residuos; los materiales y materias primas renovables; minimizando la repercusión del transporte de mercancías. Todo esto deriva en una conceptualización y desarrollo diferentes para los nuevos productos y servicios. A partir de ahora la compra va a ser cada vez más consciente, y el usuario, ya no mero consumidor pasivo, va a decidir que objetos le rodeen teniendo en cuenta valores como la sostenibilidad y honestidad de la empresa fabricante.

11. Promover la cooperación y colaboración intersectorial y los clústers.

La colaboración empresarial en el Sector del Hábitat Diseño, amplio por el número de subsectores que engloba, es apremiante para aumentar la competitividad de los productos y servicios del 'made in Spain'. Crear conexiones permanentes que conduzcan al desarrollo de la colaboración entre todos los sectores de la producción y la sociedad. Defender y favorecer la transmisión de los conocimientos de fabricación de generación en generación, es el primer paso para aprovechar al máximo nuestra identidad.

12. Por el desarrollo de la artesanía contemporánea.

La artesanía contemporánea tiene un papel especialmente relevante en la búsqueda de nuevas soluciones para el hábitat en el contexto actual. Sustentada sobre unos valores más humanos, sostenibles, creativos y comprometidos con la realidad local, se ha erigido como un laboratorio de experimentación emocional, simbólica y sensorial privilegiado para la exploración de nuevos imaginarios, a través del diálogo entre la tradición y la innovación, entre los materiales naturales y los materiales inteligentes, entre las técnicas manuales y las nuevas tecnologías, entre la identidad local y el desarrollo global. Posicionada en la vanguardia de la economía naranja, la hibridación entre artesanía e industria facilita el acceso a mercados más cualificados, basados en la diferenciación y la personalización. Pero su desarrollo requiere una apuesta decidida por la cooperación con diseñadores y pequeñas industrias, así como la articulación de iniciativas colaborativas para la promoción y comercialización.

13. Por un compromiso con las tecnologías digitales.

El Sector del Hábitat Diseño ha de ser sensible a la rapidez con que las técnicas digitales se han manifestado como un factor cultural y de mutación sociológica, tanto en los ámbitos domésticos como profesionales. Mientras permanecemos y trabajamos en casa, nos acoplamos a los dispositivos digitales usando aplicaciones para reuniones virtuales con clientes y amigos (comprometidos con la creación de un diseño que eleve el espíritu humano), así como para satisfacer necesidades básicas con la compra de productos y servicios a través de plataformas e-commerce, que también este sector debe desarrollar.

14. Por un compromiso por la investigación e innovación.

El Sector del Hábitat Diseño deberá apostar por: la innovación, entendida de forma propositiva, generando aquellos productos que ofrecen realmente alguna virtud que los hace mejores y adecuados; la diferenciación; la creación de productos únicos; el valor añadido en las fases cercanas al cliente; el posicionamiento en nichos de mercado pertinentes, apostando por la calidad, migrando a nuevos canales (on-line), y mejorando su posicionamiento en redes sociales. Para el Sector del Hábitat Diseño la innovación es fundamental para mejorar el nivel de vida de los individuos, deberá realizar una medición sólida de la innovación, que junto con la investigación se orientaran a la formulación de políticas con las que entender los cambios económicos y sociales, contribuyendo a objetivos sociales y económicos.

15. Por un compromiso con la educación específica al Sector del Hábitat Diseño.

La reindustrializar del Sector del Hábitat Diseño, tiene una correspondencia con un sistema educativo de calidad a nivel profesional y universitario, un sistema de ciencia, tecnología e innovación eficiente. Se deberá invertir en aspectos específicos al tejido industrial del Sector del Hábitat Diseño y hacerlo con políticas sostenibles en el tiempo en las grandes áreas de actuación como: la innovación en procesos y productos, el marketing y comercialización, la calidad y medio ambiente, la conceptualización y diseño, y los modelos de gestión. Las escuelas de Diseño deben dar un salto cualitativo para preparar a creativos solventes que sepan proveer a las empresas. Y las escuelas de empresarios deben introducir el diseño como uno de los valores a tener en cuenta e introducir en sus estrategias competitivas.

16. Por un compromiso con la inteligencia artificial, la industria 4.0, las nanotecnologías, la conectividad...

La aplicación a escala industrial de sistemas automatizados de procesos productivos y conexión entre unidades productivas, supone para el Sector del Hábitat Diseño un reto. La velocidad e instantaneidad de las TIC ha engendrado la conducta de que todo debe ir aún más deprisa. Con el impacto y mutación social derivada del coronavirus, el Sector del Hábitat Diseño necesitará adoptar una ralentización, una espera, un intervalo para garantizar calidad de ejecución y valor añadido de excepción (búsqueda de fundamentos, realización de piezas únicas, etc.). Afrontar un acoplamiento de las cuatro palancas: automatización, acceso digital al cliente, conectividad e información digital, permitirán puntualizar el grado de transformación que deberá adecuarse a las características y cultura del sector.

C. CONCLUSIONES ANTE LOS RETOS SECTORIALES

17. Por una prospectiva sectorial.

Elaboración de escenarios hipotéticos de competitividad para los segmentos del Sector del Hábitat Diseño, dado que las empresas grandes o pequeñas no estaban preparadas para este 'shock'. No había estrategias ni planes de acción, vistas las medidas adoptadas de reducción de RRHH clave y las acciones de comunicación realizadas durante el primer mes del estado de alarma y de paralización de la actividad económica.

Implementación de metodologías, abiertas y participativas, para la elaboración de hipótesis de futuros probables en cada ámbito del Hábitat. Residencias urbanas: nueva distribución de estancias habitacionales y conectividad para la vida familiar, el ocio compartido y el teletrabajo. Residencias no urbanas: espacios de vida más conectados con la Naturaleza y la comunidad rural. Residencias de mayores más humanas y medicalizadas. Espacios de trabajo y de educación evolucionados: sostenibles, flexibles, creativos y participativos. Salud y bienestar: todo lo relacionado con la profilaxis y protección sanitaria. Hoteles de ocio y negocio. Restauración y espacios recreativos y culturales. Comercio minorista: re-diseño de tiendas e integración con los canales online.

18. Por un Plan estratégico para el Sector del Hábitat Diseño.

Crear un renovado espíritu proactivo entre todas las entidades políticas, económicas y empresariales, al objeto de renovar la fisonomía del nuevo Sector del Hábitat Diseño con el que hacer frente a los cambios que acontecen a nivel global y local, donde antiguos impuestos, burocracia y estrategias son desventajas que las instituciones tienen la obligación de transformar en fortalezas para las empresas.

Abordar la sostenibilidad, los nuevos modelos de producción/edición y promoción, las estrategias de comunicación y relaciones públicas, los nuevos modelos de financiación, las nuevas alianzas y cooperación. Abordar la distribución mediante la revisión de los canales, venta directa física y online, donde la logística adquiere una importancia capital, ya que la clave no es vender sino entregar el producto. Buscar una alianza para el mercado internacional; elaborar un refuerzo ideológico y cultural para apoyar la estrategia comercial; generar la cooperación inter-sectorial (Hábitat, con cerámica, textil-moda, ...); incentivar las compras públicas innovadoras y verdes que premien y estimulen la innovación en el sector; potenciar los planes de rehabilitación para estimular demanda y apostar por la ayuda a empresas que sirvan de modelo y arrastre en el sector. No hay duda que el sector va a crecer y adaptarse a los nuevos cambios; el sector va a mejorar la vida de las personas.

En Madrid, a 4 de mayo de 2020

FIRMAN EL MANIFIESTO:

Manuel Lecuona –Catedrático en Gestión de Diseño en la UPV-Universitat Politècnica de València

Víctor Carrasco –Presidente fundador de VICCARBE

Salvi Plaja –Director de Diseño en SIMON y Presidente del ADI-FAD

Juan Carlos Santos –Consultor de Marketing y Diseño, especializado en análisis de tendencias

Juan Mellen –Presidente fundador del Design Institute of Spain

Adhesiones al Manifiesto y videos de las dos sesiones del 23 y 28 de abril de la Mesa de Diálogo pública online con más de 300 empresarios y diseñadores registrados:

<https://blog.designinstitute.es/primer-manifiesto-sector-habitat-diseno/>