

“ESTUDIO Y EVALUACIÓN DE LAS ACTUALES HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN PARA EL DISEÑO.”

TESIS DOCTORAL

Autor:

José Miguel Abarca Fernández

Director:

Prof. Dr. D. Gabriel Songel González

TABLA DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	15
1.2. Justificación	16
2. METODOLOGÍA	19
2.1. Delimitación de la investigación	19
2.2. Definición de objetivos e hipótesis	20
2.3. Estructura del trabajo	22
2.4. Antecedentes y estado actual	24
2.5. Descripción de la metodología empleada	26
2.6. Proceso de la investigación	31
2.7. Técnicas de obtención de la información	31
3. ESCENARIO ACTUAL PARA LOS TITULADOS EN DISEÑO	35
3.1. Los Titulados Universitarios y su situación laboral. Encuesta de inserción laboral de titulados universitarios	40
3.1.1. “Encuesta de Inserción laboral de titulados universitarios”	41
3.1.2. Análisis de la encuesta sobre datos y variables concretas	50
3.1.3. Conclusiones y resultados del análisis de la encuesta sobre datos y variables concretos	57
3.2. ¿Qué valor económico tiene el diseño en España?	68
3.2.1. El valor del Diseño en otros países	69
3.2.2. Análisis y conclusiones del Informe	71
4. ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL ESTADO Y EVOLUCIÓN DE LOS DISEÑADORES Y ESTUDIOS DE DISEÑO PARTICIPANTES EN LA PLATAFORMA NUDE	82
4.1. NUDE. Cantera de diseñadores en España	82
4.2. Análisis de datos	88
4.3. Análisis por años. Tablas anuales	111
4.4. Resultados tras el análisis del total de las ediciones celebradas y participantes en el certamen	129
4.4.1. Resultados generales	130
4.4.2. Conclusiones del análisis general	136

4.4.2. Resultados por ediciones	142
4.4.3. Conclusiones del análisis por ediciones	150
5. MOTIVACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO	153
5.1. Condiciones iniciales	154
5.1.1 Motivación	156
5.1.2. Especialización y creación de un servicio útil	163
5.1.3. Iniciativa y Liderazgo	170
5.2. La importancia de un referente. Mentoring	172
5.2.1. El mentor, figura clave	178
6. PREPARACIÓN Y PLANIFICACIÓN	185
6.1. El plan de negocio como primera herramienta promocional	185
6.2. El lugar de trabajo como herramienta promocional	204
6.3. El diseñador y la promoción de su trabajo en el mercado	209
6.3.1. Promoción del diseño en función de la competencia	213
6.4. Asumir la posibilidad del fracaso.....	216
6.4.1. Gestión del Riesgo	217
6.5. Cómo divulgar de forma segura las creaciones. Proteger tu idea	221
6.5.1. Simulación Registro. Oficina Española de Patentes y Marcas	226
7. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN	235
7.1. Herramientas promocionales del diseñador actual	235
7.1.1. La necesidad de hacerse visible y definir la marca	237
7.1.2. Internet y las redes sociales	242
7.1.3. La importancia de las relaciones personales en la promoción.	249
7.1.4. Directrices básicas en la promoción actual	255
7.2. Portfolio	259
7.2.1. La creación del portfolio. El portfolio Online	262
7.3. Concursos	269
7.4. Auto-encargos	272
7.5. Auto-promoción en certámenes expositivos	274
7.5.1. Ejemplo parasol Ensombra de Odosdesign	277
7.6. Autopromoción en revistas o medios online	284
7.7. La importancia de las charlas y conferencias	289
7.7.1. Charla Paul Smith	292
7.8. La Autoedición como herramienta de promoción y divulgación	296
7.8.1. La autoproducción como elemento a promocionar	298
7.8.2. La autoproducción como como herramienta promocional	301
7.8.3. La autoedición/ autoproducción como fuente de ingresos	304
7.8.4. La autoedición como modelo de negocio	306
8 .CONCLUSIONES	312
8.1. Conclusiones	312
8.2. Limitaciones y apertura hacia nuevas líneas de investigación	315
ÍNDICE DE REFERENCIAS	318
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	326
ÍNDICE DE TABLAS	331