



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

El “Sistema Diseño” en la Euroregión del Arco Mediterráneo: Prioridades  
para la caracterización de un modelo estratégico.

Tesis Doctoral

Carolina Gómez-González

Director: Prof. Dr. D. Manuel Lecuona López

Valencia, 2017





UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

Universitat Politècnica de València

Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño ETSID

Departamento de Ingeniería Gráfica

**El “Sistema Diseño” en la Eurorregión del Arco Mediterráneo: Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.**

Programa de Doctorado en Diseño, Fabricación y Gestión de Proyectos Industriales

Valencia, 2017



Tesis realizada bajo la dirección del profesor Dr. D. Manuel Lecuona López en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño, a través del Departamento de Dibujo, de la Universitat Politècnica de València, y que para la obtención del grado de doctora presenta Carolina Gómez González

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:  
Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

---

---

## RESUMEN

Las compañías que invierten en diseño tienden a ser más rentables y a tener un crecimiento más acelerado que aquellas que no lo hacen. A nivel macro-económico, hay una correlación muy positiva entre el uso del diseño y la competitividad nacional, pero a pesar de su importancia no todos los gobiernos tienen programas de apoyo al diseño a nivel estatal.

Esta carencia en políticas de diseño se evidencia en Euroregión del Arco Mediterráneo (EURAM). A lo largo de este eje circulan el 50% del tránsito total de mercancías de España y representa el 40% de su PIB. Unas políticas de diseño conjuntas para la Euroregión podrían conseguir el fortalecimiento a nivel microeconómico (de empresas que conforman el tejido industrial) y macroeconómico de cada una de las regiones pertenecientes al eje del corredor mediterráneo.

Basado en esto, la presente tesis plantea una serie de metodologías que ayudan a definir las prioridades para la caracterización de un modelo de sistema diseño específico para el EURAM (Cataluña, Valencia y Baleares).

Esta investigación tiene un enfoque principalmente cualitativo. Para el análisis de los sistemas de diseño se estableció una relación con el marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo, como herramienta que permite realizar una relación multifactorial entre agentes, y la cadena de valor, que permite dar un peso específico a dichos factores dentro del sistema. Un sistema de diseño propio para el EURAM estimularía la relación entre el diseño y los distintos agentes que participan

en la innovación del tejido industrial. De esta forma, se evidenciaría el papel estratégico que tiene el diseño para la estimulación de la economía de una región.

**PALABRAS CLAVE:**

Competitividad Nacional, Diseño Estratégico, Ecosistema de Diseño, Manual de Oslo, Políticas de Diseño, Sistema de Diseño.

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:**

Políticas de Diseño, Sistemas de Diseño, Gestión de Diseño, Competitividad Nacional.

**RESUM**

Les companyies que inverteixen en disseny tendeixen a ser més rendibles i a tenir un creixement més accelerat que aquelles que no ho fan. A nivell macroeconòmic, hi ha una correlació molt positiva entre l'ús del disseny i la competitivitat nacional, però malgrat la seva importància no tots els governs tenen programes de suport al disseny a nivell estatal.

Aquesta manca en polítiques de disseny s'evidencia en Euroregió de l'Arc Mediterrani (EURAM). Al llarg d'aquest eix circulen el 50% del trànsit total de mercaderies d'Espanya i representa el 40% del seu PIB. Unes polítiques de disseny conjuntes per la Euroregió podrien aconseguir l'enfortiment a nivell microeconòmic (d'empreses que conformen el teixit industrial) i macroeconòmic de cadascuna de les regions pertanyents a l'eix del corredor mediterrani.

---

Basat en això, la present tesi planteja una sèrie de metodologies que ajuden a definir les prioritats per a la caracterització d'un model de sistema de disseny específic pel EURAM (Catalunya, València i Balears).

Aquesta recerca té un enfocament principalment qualitatiu. Per a l'anàlisi dels sistemes de disseny es va establir una relació amb el marc pel mesurament de la innovació del Manual d'Oslo, com a eina que permet realitzar una relació multifactorial entre agents, i la cadena de valor, que permet donar un pes específic a aquests factors dins del sistema. Un sistema de disseny propi pel EURAM estimularia la relació entre el disseny i els diferents agents que participen en la innovació del teixit industrial. D'aquesta forma, s'evidenciaria el paper estratègic que té el disseny per estimular l'economia d'una regió.

**PARAULES CLAU:**

Competitivitat Nacional, Disseny Estratègic, Ecosistema de Disseny, Manual d'Oslo, Polítiques de Disseny, Sistema de Disseny.

**LÍNIES DE RECERCA:**

Polítiques de Disseny, Sistemes de Disseny, Gestió de Disseny, Competitivitat Nacional

**SUMMARY**

Companies that invest in design tend to be more profitable and have a faster growth than those that do not. At the macro level, there is a positive correlation between the use of design and national competitiveness, but despite its importance not all Governments have programs of support to the design at state level.

This lack in policy design is evident in the Mediterranean Arch Euroregion (EURAM). Along this axis, there are 50% of the total traffic of goods from Spain and represents 40% of its GDP. Joint design policies for the EURAM Euroregion could get the strengthening at the microeconomic level (of companies that comprise the industrial infrastructure) and macro of each one of the regions belonging to the axis of the Mediterranean Corridor.

Based on this, the present thesis raises different methodologies that help define the priorities for the characterization of a model of a design system for the EURAM (Catalonia, Valencia and the Balearic Islands).

This research has a mainly qualitative approach. For the analysis of design systems established a relationship with the framework for the measurement of innovation in the Oslo Manual, as a tool that allows a multifactorial relationship between stakeholders and the value chain, allowing a specific weight to these factors within the system. A design system for the EURAM would encourage the relationship between design and the different stakeholders involved in the innovation of the industrial infrastructure. In this way, it shows the strategic role that has the design to stimulate the economy of a region.

**KEY WORDS:**

National competitiveness, strategic design, design ecosystem, Oslo Manual, design policies, design system.

**LINES OF RESEARCH:**

Design policies, systems design, design management, national competitiveness.

---

## Índice

### Capítulo 1. Planteamiento de la investigación

1.1.	Motivación de la investigación .....	24
1.2.	Estudios preliminares .....	26
1.3.	Definición del problema .....	27
1.4.	Objetivos de la investigación .....	28
1.4.1.	Objetivo general .....	28
1.4.2.	Objetivos específicos .....	28
1.5.	Delimitación y alcance de la investigación .....	29
1.5.1	Delimitación espacial .....	29
1.5.2	Delimitación temporal .....	30
1.5.3	Delimitación conceptual .....	30
1.6.	Justificación de la investigación .....	31
1.6.1.	Justificación de diseño .....	31
1.6.2.	Justificación económica .....	32
1.6.3.	Justificación académica .....	32
1.6.4.	Justificación científica.....	33
1.7.	Estructura de la tesis .....	34

## **Capítulo 2. MATERIAL Y METODOS**

2.1.	Diseño de investigación .....	36
2.2.	Tipos de estudios .....	37
2.3.	Métodos de la investigación .....	38
2.4.	Origen de los datos .....	40
2.5.	Herramientas de investigación .....	40
2.5.1.	Revisión de la literatura. ....	40
2.5.2.	Análisis bibliométrico .....	41
2.5.3.	Codificación de información .....	42
2.5.4.	Matrices de análisis comparativas .....	43
2.5.5.	Red de relaciones (Mapas conceptuales) .....	43
2.5.6.	Matrices DAFO .....	44
2.5.7.	Análisis de cadena de valor .....	45
2.5.8.	Cartograma de tendencias (Mapa cartográfico) .....	46
2.5.9.	Estudio de casos .....	48
2.5.10.	Consulta a expertos. ....	50
2.6.	Recolección y análisis de datos cualitativos .....	51
2.7.	Seguimiento y divulgación de la investigación .....	52

---

### **Capítulo 3. Análisis de Información**

3.1.	Definición del concepto sistemas nacionales de diseño. ....	54
3.2.	Análisis bibliométrico sobre sistemas nacionales de diseño.....	57
3.3.	Análisis comparativo de políticas de diseño de regiones o países europeos.	94
3.4.	Concordancia de las políticas de diseño con el marco de medición de la innovación del Manual de Oslo .....	130
3.5.	Análisis de cadena de valor.....	159
3.6.	Definición del concepto de Mega-región .....	161
3.7.	Definición de la Eurorregión del Arco Mediterráneo EURAM.....	164
3.8.	Mapa cartográfico basado en información recopilada sobre el EURAM .....	175
3.9.	Perspectiva del futuro de la región EURAM.....	182

### **Capítulo 4. Resultados de la investigación**

4.1.	Caracterización de sistemas de diseño de regiones del EURAM... ..	184
4.1.1.	Resultado método de caso: Comunidad Valenciana.....	186
4.1.2.	Resultado método de caso: Cataluña.....	237
4.1.3.	Resultado método de caso: Islas Baleares.....	298
4.2.	Definir prioridades para caracterización de un modelo estratégico para el EURAM.....	323
4.2.1	Herramientas comparativas para los sistemas de diseño del EURAM..	323

4.2.2 Definición de prioridades para la caracterización de un modelo de sistema de diseño para el EURAM.....	336
--	-----

## **Capítulo 5. Conclusiones**

5.1 Conclusiones de la Investigación.....	346
5.1.1 Análisis comparativo de las políticas de diseño de diferentes regiones/países europeos .....	346
5.1.2 Analizar información sobre la Eurorregión del Arco Mediterráneo EURAM .....	351
5.1.3 Definición de prioridades para la creación de un sistema diseño en la Eurorregión del Arco Mediterráneo EURAM .....	352
5.2 Limitaciones de la Investigación.....	353
5.3 Divulgación de la Investigación.....	354
5.4 Futuras líneas de investigación.....	356
<b>Bibliografía.....</b>	<b>357</b>

---

## Índice de Figuras

Figura 3. 1Comparativa de indicador SJR. ....	72
Figura 3. 2 Gráfico circular de los tipos de documentos analizados, realizado con el software Vantage Point .....	74
Figura 3. 3 Mapa de palabras clave dadas por los autores. ....	75
Figura 3. 4 Gráfico de barras verticales con el número de publicaciones que tiene cada revista .....	76
Figura 3. 5Matriz de palabras clave proporcionadas por el autor y la fuente de la publicación.....	77
Figura 3. 6 Matriz de autores y su afiliación. ....	78
Figura 3. 7 Mapa de países a los que pertenecen las afiliaciones de los autores. ....	79
Figura 3. 8 Matriz de Autores con afiliaciones y palabras clave proporcionadas por el autor. ....	80
Figura 3. 9 Matriz de palabras clave proporcionadas por los autores y el año de publicación.....	81
Figura 3. 10 Matriz con las fuentes que han publicado los documentos seleccionados y las revistas que los han referenciado.....	82
Figura 3. 11 Matriz título de los documentos y veces que han sido citados.....	83
Figura 3. 12 Mapa en donde se identifican estrategias de diseño en 44 países .....	99
Figura 3. 13 Escalera de Políticas de Diseño (Design Policy Ladder) de países miembros de la Unión Europea. ....	101
Figura 3. 14 Gráfico de desempeño de innovación de los países miembros de la Unión Europea. ....	104

Figura 3. 15 Red o mapa conceptual de todas las estrategias identificadas en las 12 categorías.....	118
Figura 3. 16 Mapa conceptual con todas las estrategias identificadas agrupadas por áreas cromáticas según la categoría a la que pertenecen.....	119
Figura 3. 17 Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Dinamarca.....	121
Figura 3. 18 Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Finlandia.....	121
Figura 3. 19 Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Estonia .....	122
Figura 3. 20 Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Noruega .....	123
Figura 3. 21 Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Reino Unido .....	123
Figura 3. 22 Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Flandes .....	124
Figura 3. 23 Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo. ....	139
Figura 3. 24 Factores internos del análisis DAFO: Fortalezas y Debilidades para cada una de las 12 categorías de información. ....	143
Figura 3. 25 Factores externos del análisis DAFO: Oportunidades y Amenazas para cada una de las 12 categorías de información. ....	146
Figura 3. 26 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas.....	150

---

Figura 3. 27 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Dinamarca. ....	151
Figura 3. 28 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Finlandia. ....	151
Figura 3. 29 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Estonia. ....	152
Figura 3. 30 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Noruega. ....	152
Figura 3. 31 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Reino Unido. ....	153
Figura 3. 32 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Flandes. ....	153
Figura 3. 33 Cadena de valor de las políticas de diseño. ....	160
Figura 3. 34 Distribución mundial de actividad económica según indicador LRP. ....	162
Figura 3. 35 Mega regiones Europeas. ....	164
Figura 3. 36 Mapa del EURAM. ....	165
Figura 3. 37 Corredor Mediterráneo. ....	167

Figura 3. 38 Valor del PIB por habitante en cada región, en el conjunto del EURAM y en España. ....	169
Figura 3. 39 Evolución y comparación del PIB entre el EURAM y España. ....	169
Figura 3. 40 Distribución del número de empresas por sector de actividad. ....	170
Figura 3. 41 Exportaciones en cada región, el conjunto del EURAM y en España. ....	171
Figura 3. 42 Mapa cartográfico con información sobre el EURAM .....	179
Figura 3. 43 Mapa cartográfico con información sobre el EURAM con flechas que relacionan conceptos. ....	181
Figura 4. 1 Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo relacionados con los agentes del sistema diseño identificados en la Comunidad Valenciana .....	190
Figura 4. 2 Portada de la primera edición de la revista Dúplex. ....	199
Figura 4. 3 Afiche promocional de NUDE 2017 .....	201
Figura 4. 4 Oferta de servicios en el centro tecnológico AIJU para cada fase del desarrollo .....	211
Figura 4. 5 Mapa de entidades del Ecosistema Emprendedor desde una perspectiva territorial en la Comunidad Valenciana .....	213
Figura 4. 6 Afiche de un evento de información sobre propiedad intelectual realizado por PADIMA y AECPCV. ....	223
Figura 4. 7 Distribución de las actividades creativas y culturales en la ciudad de Valencia 2013 .....	226

---

Figura 4. 8 Cartel de promoción de Premis Artesania 2016 de la Comunidad Valenciana. .....	229
Figura 4. 9 Cartel de promoción de los Premios nacionales de artesanía 2016. ....	230
Figura 4. 10Exposición permanente de artesanía.....	231
Figura 4. 11 Etiqueta Artesanía Comunitat Valenciana .....	232
Figura 4. 12 Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo relacionados con los agentes del sistema diseño identificados en Cataluña .....	241
Figura 4. 13 Foto de la autora, en una de las conferencias del BCD y ACCIÓ en Tarragona en 2015, que tenía como objetivo transmitir conocimientos sobre el diseño centrado en el usuario. ....	253
Figura 4. 14 Exposiciones del Museu de Disseny de Barcelona .....	258
Figura 4. 15 Actividad para niños organizada por el Museu de Disseny de Barcelona para niños. ....	262
Figura 4. 16 Servicios a empresas ofrecidos por ELISAVA.....	268
Figura 4. 17 Modelo del Ateneu de Fabricació de Les Corts. ....	271
Figura 4. 18 Agentes de diseño que tienen presencia en el 22@ .....	274
Figura 4. 19 Número de afiliados que tiene cada asociación de diseñadores en Cataluña. .....	286
Figura 4. 20 Logo de la marca Inspired in Barcelona ®.....	289
Figura 4. 21 Tienda de artesanías "Huellas de Catalunya®".....	290
Figura 4. 22 Especialización económica de las Islas Baleares. ....	301

Figura 4. 23 Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo relacionados con los agentes del sistema diseño identificados en las Islas Baleares. ....	302
Figura 4. 24 Red o mapa conceptual que incluye las estrategias (unidades de análisis) identificadas en el sistema diseño de la Comunidad Valenciana. ....	330
Figura 4. 25 Red o mapa conceptual que representa con puntos las estrategias identificadas en las políticas de diseño analizadas. Las estrategias detectadas en el sistema diseño de la Comunidad Valenciana, están marcadas de color gris. ....	331
Figura 4. 26 Red o mapa conceptual que representa con puntos las estrategias identificadas en las políticas de diseño analizadas. Las estrategias detectadas en el sistema diseño de Cataluña, están marcadas de color gris.....	332
Figura 4. 27 Red o mapa conceptual que representa con puntos las estrategias identificadas en las políticas de diseño analizadas. Las estrategias detectadas en el sistema diseño de Cataluña, están marcadas de color gris. ....	333
Figura 4. 28 Red o mapa conceptual que representa con puntos las estrategias identificadas en las políticas de diseño analizadas. Las estrategias detectadas en el sistema diseño de las Islas Baleares, están marcadas de color gris. ....	334
Figura 4. 29 Red o mapa conceptual que representa con puntos las estrategias identificadas en las políticas de diseño analizadas. Las estrategias detectadas en el sistema diseño de las Islas Baleares, están marcadas de color gris. ....	335

---

## Índice de Tablas

Tabla 2 1 Divulgación de la investigación.....	53
Tabla 3. 2Definición de ecuaciones de búsqueda. ....	61
Tabla 3. 3Publicaciones resultado de la búsqueda en Scopus, Web of Science y Google Académico. ....	63
Tabla 3 4 Métricas evaluación revistas por Journal Citation Reports .....	70
Tabla 3 5 Métricas evaluación revistas por The SCImago Journal & Country Rank .....	71
Tabla 3. 6 Matriz de análisis de la categoría "APOYO DE GOBIERNO E INSTITUCIONES" .	110
Tabla3. 7 Matriz de análisis de la categoría "SENSIBILIZACIÓN Y EDUCACIÓN DE EMPRESAS EN TEMAS DE DISEÑO" .....	110
Tabla 3. 8 Matriz de análisis de la categoría "SENSIBILIZACIÓN Y PROMOCIÓN DEL DISEÑO" .....	111
Tabla 3. 9 Matriz de análisis de la categoría "APOYO CENTROS TECNOLÓGICOS Y UNIVERSIDADES" .....	112
Tabla 3. 10 Matriz de análisis de la categoría "FORTALECER EDUCACIÓN DE DISEÑADORES" . ....	113
Tabla3. 11 Matriz de análisis de la categoría "CONSULTORÍA A EMPRESAS" .....	113
Tabla3. 12 Matriz de análisis de la categoría "PROTECCIÓN INTELECTUAL" .....	114
Tabla3. 13Matriz de análisis de la categoría "ASOCIACIONES DE PROFESIONALES DEL DISEÑO" .....	114
Tabla3. 14Matriz de análisis de la categoría "CREACIÓN DE MARCA DE IDENTIDAD DE PAIS O REGIÓN" .....	115

Tabla3. 15 Matriz de análisis de la categoría "INCLUIR ARTESANIAS EN EL PLAN DE DISEÑO" .....	115
Tabla 3. 16. Matriz de análisis de la categoría "INTERNACIONALIZACIÓN DE SERVICIOS DE DISEÑO" .....	116
Tabla 3. 17 Relación entre las categorías y los agentes del marco para la medición de la innovación.....	148
Tabla 3.18 Ranking de las 15 principales mega regiones del mundo, basado en el indicador LRP.....	163
Tabla 3. 19 Población del EURAM en miles de personas.....	168
Tabla 3. 20 Exportaciones en cada región, el conjunto del EURAM y en España.....	171
Tabla 3. 21 Principales indicadores del EURAM (Parte I) .....	173
Tabla 3. 22 Principales indicadores del EURAM (Parte II) .....	174
Tabla 3. 23 Fuentes bibliográficas utilizadas para la creación del mapa cartográfico.....	176
Tabla 4. 1 Índice Europeo de Competitividad Regional 2016. Datos de la Comunidad Valenciana.....	187
Tabla 4. 2 Oferta formativa en materia de interiorismo y diseño de producto. ....	206
Tabla 4. 3 Índice Europeo de Competitividad Regional 2016. Datos de Cataluña. ....	238
Tabla 4. 4 Índice Europeo de Competitividad Regional 2016. Datos de las Islas Baleares	299
Tabla 4. 5 Matriz de análisis de la categoría "apoyo de gobierno e instituciones" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares .....	323

---

Tabla 4. 6 Matriz de análisis de la categoría "sensibilización y educación de empresas en temas de diseño" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares .....	324
Tabla 4. 7 Matriz de análisis de la categoría "fortalecer educación de diseñadores" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares .....	324
Tabla 4. 8 Matriz de análisis de la categoría "apoyo centros tecnológicos y universidades" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares .....	325
Tabla 4. 9 Matriz de análisis de la categoría "fortalecer investigación" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares .....	325
Tabla 4. 10 Matriz de análisis de la categoría "consultoría a empresas" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares .....	326
Tabla 4. 11 Matriz de análisis de la categoría "protección intelectual" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares .....	327
Tabla 4. 12 Matriz de análisis de la categoría "asociaciones de profesionales del diseño" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares .....	327
Tabla 4. 13 Matriz de análisis de la categoría "internacionalización de servicios de diseño" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares .....	329
Tabla 4. 14 Divulgación de la investigación. ....	355

# Capítulo 1.

# Planteamiento de la investigación

## **1.1. Motivación de la investigación**

Esta investigación tiene como punto de partida la tesis *"Modelo del sistema de diseño en Antioquia, Colombia, para la dinamización de la innovación de las Pymes"*. (Gómez-González, 2011), presentada en el Máster en Ingeniería del Diseño de la Universitat Politècnica de València.

---

Esta tesina estaba orientada a la verificación y contrastación de la posibilidad de abordar la concreción de un modelo del Sistema Diseño específico para Antioquia, Colombia, mediante la identificación de los agentes partícipes en el sistema diseño, validados desde las directrices del Manual de Oslo y la modelización de dicho sistema.

Uno de los principales aprendizajes de esta tesis, y qué se convirtió en la principal motivación para el planteamiento de esta investigación, fue el comprender la importancia de las Políticas Nacionales de Diseño, ya que no solo inciden en el fortalecimiento de las empresas, al favorecer la inclusión de la innovación y el diseño dentro de sus estrategias competitivas, sino que tienen un impacto en el fortalecimiento del tejido industrial y por tanto de la macroeconomía de la región.

Cómo se tenía la limitación por la distancia geográfica con Antioquia (lugar de nacimiento de la autora), lo que restringía el acceso a la información, se decidió hacer un cambio y se buscó una región con la que la autora estuviera familiarizada. El haber vivido un par de años de formación académica en la UPV en Valencia y el estar viviendo actualmente en Cataluña, hacen de la región del Arco Mediterráneo un objeto de estudio accesible e interesante.

La presente tesis surge, por tanto, al detectar el potencial de la Eurorregión del Corredor Mediterráneo (Cataluña, Valencia y Baleares) y la carencia que tiene en políticas de diseño en cada una de las regiones españolas que la conforman y en su conjunto de Eurorregión. A lo largo de este eje Mediterráneo, circulan el 50% del tránsito total de mercaderías de España, y el 60% de las que se transportan en tren. En su área de influencia, viven 16 millones de personas (el 40% de la población

española) y se genera el 40% del PIB del país y más del 50% de la producción industrial y agraria (Tremosa i Balcells, 2015).

La similitud y la notable integración de los territorios del EURAM, según plantea Casas i Onteniente (2009b) permiten afirmar que es improbable la aplicación de medidas eficientes que no contemplen la globalidad de la región. Unas políticas de diseño conjuntas para la Eurorregión EURAM, podrían conseguir el fortalecimiento a nivel microeconómico (de empresas que conforman el tejido industrial) y macroeconómico de cada una de las regiones pertenecientes al eje del corredor mediterráneo

Basándonos en esto, la presente tesis plantea una serie de metodologías que ayudan a definir las prioridades para la caracterización de un modelo de sistema diseño específico la Eurorregión del Corredor Mediterráneo (Cataluña, Valencia y Baleares).

## **1.2. Estudios preliminares**

El principal estudio preliminar a esta investigación es la tesis presentada en el Master en Ingeniería del Diseño de la UPV, que fue finalizada en 2011, y se titula:

“Modelo del sistema de diseño en Antioquia, Colombia, para la dinamización de la innovación de las Pymes”.

En esta se identificaron conceptos sobre diferentes políticas de diseño de regiones europeas, así como el planteamiento de un Sistema Diseño para Antioquia, Colombia. Este acercamiento inicial a este campo de estudio fue tomado como punto de partida para la elaboración de esta tesis doctoral.

---

### 1.3. Definición del problema.

Europa es internacionalmente reconocida por sus capacidades y liderazgo en diseño, estas cualidades provienen de la suma de una diversidad de culturas. Pero, a pesar de tener un gran potencial, el diseño centrado en el usuario y las innovaciones no-tecnológicas no están suficientemente integradas en las políticas y en el soporte a la innovación (European Commission, 2013, p. 4) .

Para obtener el máximo aprovechamiento de los recursos del diseño, muchos países y regiones han implementado políticas de diseño que definen diferentes estrategias, como puede ser el fortalecimiento de la educación de los diseñadores, de grupos de investigación, consultorías para empresas, internacionalización de servicios, etc. Siempre teniendo como apoyo a los gobiernos e instituciones y en la mayoría de los casos la gran participación de las empresas privadas. (Gómez-González, Lecuona López, & Hernandez, 2017b).

El Manual de Oslo considera que “El vínculo entre la innovación y el progreso económico es del máximo interés. Es por medio de la innovación que se crea y se difunde un nuevo conocimiento, lo que aumenta el potencial de la economía...” (2005, p. 42 numeral 99). Un argumento similar se plantea en el documento de trabajo *“Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation”* (European Commission, 2013, p. 4), donde se expone que un uso más sistemático del diseño como herramienta centrada en el usuario y la innovación impulsada por el mercado en todos los sectores de la economía, adicional a la I + D, mejoraría la competitividad Europea. Los análisis de la contribución del diseño a la economía muestran que las empresas que invierten estratégicamente en el diseño tienden a ser más rentables y a tener un crecimiento más acelerado.

Aunque las políticas de diseño, se consideran un campo de estudio importante, que está siendo impulsado por el programa Europe 2020 por medio de la iniciativa A Innovation Union (European Commission, 2013), no cuenta con suficientes publicaciones disponibles en bases de datos bibliográficas como Scopus (Elsevier) o Web of Science (Thomson Reuters), sino con numerosas publicaciones con carácter divulgativo promovidas desde centros de promoción y diseño de diferentes regiones.

#### **1.4. Objetivos de la investigación.**

##### ***1.4.1. Objetivo general***

Establecer las prioridades para la caracterización del Sistema Diseño en la Eurorregión del Arco Mediterráneo EURM.

##### ***1.4.2. Objetivos específicos***

A. Realizar un análisis comparativo de las Políticas de Diseño de diferentes regiones/países europeos

**A.1-** Identificar bibliografía sobre políticas nacionales de diseño.

**A.2-** Realizar un análisis bibliométrico de la literatura encontrada.

**A.3-** Emplear diferentes herramientas de investigación cualitativa para analizar la información sobre políticas de diseño.

**A.4-** Explorar las políticas de diseño con el marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo, y la cadena de valor.

B. Analizar información sobre la Eurorregión del Arco Mediterráneo EURAM

---

**B.1-** Definir el estado del arte de la región del Arco Mediterráneo.

**B.2-** Sintetizar información sobre el EURAM por medio de un mapa cartográfico.

**B.3-** Identificar factores tendenciales que causan impacto en la región EURAM.

C. Definición de prioridades para la creación de un sistema de diseño en la Euroregión del Arco Mediterráneo.

**C.1-** Cometer un análisis de casos que permita identificar el sistema de diseño de las comunidades españolas del arco mediterráneo (Valencia, Cataluña y Baleares)

**C.2-** Definición de las prioridades para la creación de un sistema de diseño en la Euroregión del Arco Mediterráneo.

### **1.5. Delimitación y alcance de la investigación.**

La presente investigación se delimita teniendo en cuenta aspectos espaciales, temporales, y conceptuales.

#### ***1.5.1. Delimitación espacial:***

- Para el análisis de políticas de diseño, la selección de países se circunscribirá al continente europeo, ya que todos los países en diferentes niveles, tienen algún tipo de promoción, soporte o política de diseño.
- El análisis de la Euroregión del Arco Mediterráneo EURAM, se circunscribirá a las regiones de Valencia, Cataluña y las islas Baleares.

***1.5.2.Delimitación temporal:***

- La información sobre políticas de diseño está encuadrada entre enero del 2.000 y diciembre de 2015.
- La información sobre el EURAM, está encuadrada en un espacio temporal entre enero del 2.000 y febrero de 2.017

***1.5.3.Delimitación conceptual:***

Esta tesis, que tiene como eje temático el diseño, se centra en el análisis comparativo de políticas de diseño europeas, y en el análisis de la información sobre el EURAM, específicamente sobre el sistema de diseño de Valencia, Cataluña y Baleares.

La investigación se base principalmente en fuentes secundarias de información, y en menor medida en un contacto con fuentes primarias, que sirvieron para la preparación del método caso. Para la búsqueda y posterior análisis de información, se tomaron como base los agentes involucrados en la innovación según el Manual de Oslo (OECD, 2005 Numeral 100).

La realización de esta tesis doctoral fue compaginada con una vinculación laboral a NAD sl, como responsable de diseño. Esta empresa que diseña, desarrolla y produce accesorios para motos como sillines, maletas y equipaje textil, fue fundada en 1973 en Mollet del Vallès, Barcelona, y es propietaria la marca SHAD, marca líder en el mercado europeo que tiene presencia en cerca de 80 países.

El carácter teórico de esta investigación, y la compaginación de su elaboración con una vinculación laboral, delimitaron el alcance de esta, que concluye en la definición

---

de las prioridades para la caracterización de un modelo estratégico de sistema diseño para la Euroregión del Arco Mediterráneo.

Este sistema de diseño no será validado haciendo uso de herramientas instrumentales directas o evaluado por parte de expertos. El alcance ideal de esta tesis, hubiera sido poder realizar el planteamiento de un modelo de Sistema Diseño para la Euroregión EURAM, pero debido a la limitación del alcance de esta tesis, por los motivos anteriormente mencionados, este deberá ser considerado un campo de estudio para una investigación posterior.

## **1.6. Justificación de la investigación.**

Esta tesis se justifica desde los ámbitos del diseño y la económico, del entorno académico y el científico.

### ***1.6.1. Justificación de Diseño***

Las compañías que invierten en diseño tienden a ser más innovadoras, más rentables y a tener un crecimiento más acelerado que aquellas que no lo hacen, pero las ventajas no solo se pueden demostrar a nivel micro-económico. A nivel macro-económico, hay una correlación muy positiva entre el uso del diseño y la competitividad nacional según el documento “Design as a driver of user-centred innovation”.

Un sistema de diseño propio para la Euroregión EURAM estimularía la relación entre el diseño y los distintos agentes que participan en la innovación del tejido industrial. De esta forma, se evidenciaría el papel estratégico que tiene el diseño para la estimulación de la economía de una región.

### ***1.6.2. Justificación Económica***

Numerosos autores han remarcado la importancia de la Eurorregión EURAM a nivel económico. Como plantea Crespo (Crespo, 2015): uno de los principales justificantes del EURAM como región es el intercambio comercial intenso de las economías que la conforman. Si nos centramos en la industria, el peso del valor añadido bruto VAB, indica que la actividad industrial es mayor en el EURAM que en España (en el período analizado del 2008 al 2013). Teniendo en cuenta los diferentes sectores industriales, el peso de los principales sectores es el mismo para el EURAM que para España (industrias extractivas, energía, agua y residuos e industria de alimentación, bebidas y tabaco).

Crespo (2015) argumenta que en el 2014 las empresas del EURAM representaron el 32% de las empresas de España siendo el sector de servicios el que representa un número más alto en cuanto a número de empresas. El PIB del EURAM se encuentra alrededor del 37% del total del PIB de España. En términos de PIB per cápita, la media es un 13% superior a la de España.

Una estrategia conjunta de políticas de diseño a nivel EURAM, estimularía el diseño y la innovación de los diferentes tejidos industriales de la región, lo que a su vez repercutiría en un fortalecimiento económico. Boira Maiques (2010a, p. 107) plantea la necesidad de crear una cooperación en una escala superior de las regiones del EURAM. La creación de este eje mediterráneo de ninguna manera anularía el papel de los gobiernos regionales o autonómicos, ni tampoco de otros ámbitos locales de gobierno. Al contrario, el caso de las regiones de Estados Unidos, revela la trascendencia que continuaría teniendo el factor local.

---

### ***1.6.3. Justificación académica***

Desde el punto de vista académico, en esta tesis se han implementado diferentes metodologías que han permitido fortalecer habilidades en ámbitos de la investigación y el análisis de la información.

Como campo de estudio, se podría profundizar en la búsqueda y categorización de información de políticas de diseño, al realizar una comparativa que incluya muchas más regiones.

También se puede ahondar más en la identificación de los sistemas de diseño de Valencia, Cataluña y Baleares. Esta búsqueda de información, puede constituir una línea de investigación.

La validación e implementación de un sistema de diseño para la Eurorregión EURAM también podría convertirse en un escenario de actuación para profesionales en diseño y creadores de políticas.

Como campo de estudio es altamente estratégico, ya que puede enfocarse no solo desde el diseño, sino desde la perspectiva de los diferentes agentes que participan en la innovación identificados en el Manual de Oslo. (2005 Numeral 100).

### ***1.6.4. Justificación científica***

Esta tesis incluye una búsqueda de información sobre políticas de diseño realizada en bases de datos bibliográficas, posteriormente se realizó un análisis bibliométrico.

El uso de diferentes herramientas de análisis de datos cualitativos, permitió realizar un análisis comparativo de políticas de diseño de diferentes regiones europeas.

Para el análisis de los sistemas de diseño se usaron principalmente dos herramientas que no habían sido utilizadas en este campo de estudio: El marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo, como herramienta que permite realizar una relación multifactorial entre agentes, y la cadena de valor, que permite dar un peso específico a dichos factores dentro del sistema.

Esta tesis pretende llevar al campo científico un campo de estudio que hasta el momento cuenta con más documentación de carácter divulgativo que científico.

### **1.7. Estructura de la tesis.**

Esta tesis se estructura en ocho capítulos, a continuación, se realiza una breve descripción de los principales contenidos de cada uno:

#### *Capítulo 1. Planteamiento de la Investigación.*

Contiene información sobre los factores que motivaron el planteamiento de esta investigación, estudios preliminares, objetivos, delimitación, alcance y justificación desde diferentes ámbitos.

#### *Capítulo 2. Material y Métodos.*

Este capítulo define el tipo de investigación que se lleva a cabo, así como la descripción de cada una de las herramientas utilizadas.

#### *Capítulo 3. Análisis de Información.*

La primera parte de este capítulo, corresponde a temáticas relacionadas con Políticas o Sistemas Nacionales de Diseño Europeas. Los resultados de la investigación se

---

presentan por medio de la compilación de tres artículos presentados a revistas indexadas en bases de datos bibliográficas. Dos artículos se encuentran en proceso de maquetación final por parte de diseñadores de cada editorial y serán publicados en el siguiente número de la revista IconoFacto y la revista KEPES de Colombia, y el tercer artículo está en proceso de revisión de pares académicos en la revista 180° de Chile.

La segunda parte de este capítulo corresponde al análisis de información de qué es una Mega-Región y específicamente qué es la Eurorregión del Arco Mediterráneo EURAM. Se realiza un análisis bibliográfico y un mapa cartográfico para definir el objeto de estudio.

#### *Capítulo 4. Resultados de la Investigación.*

La primera parte de este capítulo incluye una investigación por medio de la metodología de un caso múltiple incrustado, de los sistemas de diseño de la Comunidad Valenciana, Cataluña y Baleares.

La segunda parte incluye una aplicación de herramientas de análisis para determinar fortalezas e inconsistencias del sistema diseño de cada región para poder proponer prioridades para la caracterización de un modelo conjunto para la Eurorregión del Arco Mediterráneo.

#### *Capítulo 5. Conclusiones.*

Este capítulo incluye conclusiones para cada uno de los objetivos planteados al inicio de esta investigación.

# Capítulo 2

## Materiales y Métodos

### 2.1. Diseño de investigación

Esta investigación tiene un enfoque principalmente cualitativo. Se tomó como referencia uno de los diseños más comunes en el proceso inductivo: el diseño de investigación de la teoría fundamentada. “Se refiere a una teoría derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizados por medio de un proceso de investigación. En este método, la recolección de datos, el análisis y la teoría que surgirá de ellos guardan estrecha relación entre sí” (Strauss & Corbin, 2002, p. 21)

Sampieri et al., expone sobre este tipo de diseño de investigación:

“El diseño de teoría fundamentada utiliza

---

un procedimiento sistemático cualitativo para generar una teoría que explique en un nivel conceptual una acción, una interacción o un área específica.

(...) El planteamiento básico del diseño de la teoría fundamentada es que las proposiciones teóricas surgen de los datos obtenidos en la investigación, más que de los estudios previos. Es el procedimiento el que genera el entendimiento de un fenómeno educativo, psicológico, comunicativo o cualquier otro que sea concreto” (Sampieri, Collado, & Lucio, 1998, p. 687)

La unidad de análisis de esta investigación, son las políticas de diseño, específicamente de las regiones o países seleccionados. Por medio de la revisión de la literatura, se procede a la codificación abierta y codificación selectiva de la información. Esto dará origen a la definición de categorías que están presentes en las políticas de diseño analizadas y a los segmentos de información que los conforman.

Esta metodología, ayuda a establecer y a visualizar las relaciones entre las estrategias que conforman las diferentes políticas y los agentes del sistema que intervienen para llevarlos a cabo; a utilizar herramientas comparativas y a realizar una valoración por medio del marco para la medición de la innovación de Manual de Oslo.

Aunque se plantea este diseño de investigación, tal como expone Sampieri et al. (1998, p. 685) los diseños cualitativos son flexibles y abiertos, y su desarrollo debe adaptarse a las circunstancias del estudio. Estos tienen una naturaleza iterativa y es difícil establecer sus fronteras.

## **2.2. Tipos de estudios**

La tipología de esta investigación es principalmente exploratoria. “Los estudios exploratorios sirven para (...) obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo

una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados". (Sampieri et al., 1998, p. 101) . Aunque el tema de las políticas nacionales de diseño es un campo de estudio definido, ha sido más trabajado a nivel de publicaciones con fines de divulgación que científicas, lo que lo convierte en un tema que cuenta con poca información estructurada, y que en muchos casos es generada por los mismos centros de promoción de diseño de cada país o región.

Además, esta tesis puede dar origen a investigaciones posteriores como es la creación y evaluación de un modelo de sistema de diseño para la Eurorregión EURAM, algo que no puede ser incluido en el alcance de esta tesis.

Esta investigación, también contiene componentes descriptivos. Según Sampieri et al.(1998, p. 102) "Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis". El carácter descriptivo de esta investigación se empleó en la identificación de los sistemas de diseño de Baleares, Valencia y Cataluña, así como la búsqueda de información sobre la situación actual de la Eurorregión EURAM:

### **2.3. Métodos de la investigación**

En esta tesis se siguió principalmente una metodología cualitativa que como plantea Ruiz Olabuenaga (2012, p. 17) "es tan válida como la cuantitativa y su diferencia

---

estriba en la diferente utilidad y capacidad heurística que posee...El acierto del investigador depende no de la metodología que utiliza sino del acierto en aplicarla en aquellos casos específicos para los que está más adaptada”.

Aunque se llevaron a cabo algunos análisis de carácter cuantitativo, esta investigación tiene principalmente un enfoque cualitativo. Las siguientes son las principales características que justifican este enfoque:

- “En la investigación cualitativa no existen dos fases diferenciadas entre sí, la de recogida y la de análisis de información, como ocurre habitualmente en la investigación cuantitativa, sino que ambas se alternan desde el principio hasta el final en un proceso que se va intensificando progresivamente...” (Ruiz Olabuenaga, 2012, p. 213)
- “Se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación” (Sampieri et al., 1998, p. 8)
- “El investigador comienza examinando el mundo social y en este proceso desarrolla una teoría coherente con lo que observa que ocurre (...) Dicho de otra forma, las investigaciones cualitativas se fundamentan más en un proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general.” (Sampieri et al., 1998, p. 8).
- “En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis, estas se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban más datos o son un resultado del estudio.” (Sampieri et al., 1998, p. 8)

Esta tesis utiliza enfoques cualitativos y cuantitativos, lo cual está justificado por el argumento de Ruiz Olabuenaga (2012, p. 17) “La metodología cualitativa no es incompatible con la cuantitativa, lo que obliga a una reconciliación entre ambas y recomienda su combinación en aquellos casos y para aquellos aspectos que lo reclamen”. Aunque por el tipo de temática que se aborda,

## **2.4. Origen de los datos**

Los datos provienen principalmente de fuentes secundarias de información, tal como los describe Ruiz Olabuenaga (2012, p. 203): un libro entero, un periódico, una editorial, un artículo, un párrafo

A nivel primario se realizaron entrevistas que se incorporaron como parte del método caso.

## **2.5. Herramientas de investigación**

### ***2.5.1. Revisión de la literatura***

Según expone Sampieri et al., (1998, p. 65) “la revisión de la literatura consiste en detectar, consultar y obtener la bibliografía y otros materiales útiles para los propósitos del estudio, de los cuales se extrae y recopila información relevante y necesaria para el problema de investigación.”

Se realizó una revisión de literatura disponible sobre políticas de diseño siguiendo la metodología de análisis de contenido, que describe Ruiz Olabuenaga (2012), este se basa en la lectura como instrumento de recogida de información; que debe realizarse de forma científica, es decir, de manera sistemática, objetiva, replicable, válida.

---

Se cometió una búsqueda de documentos científicos sobre políticas de diseño publicados en las bases de datos bibliográficas Scopus (Elsevier) y Web of Science (Thomson Reuters), según Henkel y Vullioud (2014, p. 14,17), estas seleccionan las «mejores» referencias de publicaciones revisadas por pares y conferencias de fuentes conocidas. También se utilizó el motor de búsqueda Google Académico, ya que este incluye publicaciones de carácter divulgativo, realizadas en su mayoría por los mismos centros de promoción de diseño de los diferentes países.

En cuanto a los sistemas de diseño de las regiones del EURAM, se realizó principalmente una revisión de literatura de fuentes secundarias de información.

Para gestionar las diferentes referencias bibliográficas, se utilizó el Software Mendeley®

### ***2.5.2. Análisis Bibliométrico***

La bibliometría es la ciencia que permite el análisis cuantitativo de la producción científica, a través de la literatura, estudiando la naturaleza y el curso de una disciplina científica (Escorcia, 2008, p. 15). Como plantea Vasilachis (2006, p. 77): El análisis crítico de la bibliografía permitirá encontrar vacíos, brechas o huecos en el conocimiento, así como contradicciones, relaciones no apropiadas o inexistentes.

Se incluye la descripción de la metodología del análisis bibliométrico, así como los resultados encontrados en la documentación disponible sobre políticas de diseño, y sobre las características del diseño como campo de investigación.

Para esta investigación también se elaboraron análisis de mapas de la ciencia o bibliométricos, estos se realizaron mediante el software especializado *Vantage Point* (Search Technology Inc, 2013).

### **2.5.3. Codificación de información**

Cómo parte de la metodología de investigación de teoría fundamentada, se realizó un análisis categorial. Según explica Bardin (2002, p. 28) , este intenta tomar en consideración la totalidad de un texto para pasarlo por el molinillo de la clasificación ...Es el método de las categorías , quién permite la clasificación de los elementos de significación constitutivos del mensaje.

En este diseño de teoría fundamentada, los segmentos de análisis surgieron de la revisión de literatura de una selección de políticas de diseño europeas, y estos a su vez fueron agrupados en categorías. Estos no estaban preconcebidos antes del inicio de esta investigación. Se siguió la metodología de la codificación abierta, en donde, según Sampieri et al.(1998, p. 688)“el investigador revisa todos los segmentos del material para analizar y genera -por comparación constante-categorías iniciales de significado”

Se buscó que estas categorías cumplieran reglas de categorización, que fueran excluyentes entre ellas, que fueran significativas y claras (Ruiz Olabuenaga, 2012, pp.204-208).

Cada categoría se compone de estrategias implementadas por diferentes países/regiones como parte de sus políticas de diseño. Estas estrategias identificadas, en las metodologías de análisis de información estudiadas, se consideran segmentos de información.

Una vez se tenían identificadas las categorías y las unidades de análisis, se realizó una codificación selectiva, en donde se establecieron relaciones entre categorías o temas.

---

#### ***2.5.4. Matrices de análisis comparativas***

Se realizó una adaptación de metodologías de análisis de información, como las matrices de análisis y las matrices de contingencia (Bardin, 2002; Varguillas, 2006).

Se realizó una matriz para cada una de las categorías identificadas, en donde cada una de ellas se compone de estrategias implementadas por diferentes países/regiones como parte de sus políticas de diseño. Estas estrategias identificadas, en las metodologías de análisis de información estudiadas, se consideran segmentos de información.

Estas matrices sirvieron para comparar y evidenciar qué países cuentan con un mayor número de estrategias y cuáles son las estrategias más implementadas, además de evidenciar cuáles son las categorías que tienen más estrategias dentro de las diferentes políticas.

#### ***2.5.5. Red de relaciones (mapas conceptuales)***

Se realizó una red de relaciones o mapa conceptual con todas las estrategias (segmentos de información) de las categorías identificadas en la investigación.

Para evidenciar las relaciones entre categorías y temas como resultado de la codificación hecha en la teoría fundamentada, Sampieri et. al (1998, p. 691) expone que se pueden usar las típicas herramientas de análisis cualitativo, como mapas, matrices, etc.

Simons (2009, p. 173), define los mapas conceptuales como “medios para representar los datos de forma visual y los enlaces entre conceptos afines al interpretar los datos. (...) La característica principal del mapeo cognitivo es modelar los datos de forma visual, para codificar y clasificar los datos.”

Según Vasilachis (2006, p. 77) "El mapa permite reconocer el territorio teórico, pero al relacionarlo con los datos de la realidad, se puede advertir que faltan conceptos, que los existentes se pueden enriquecer encontrando otras dimensiones o propiedades, que faltan relaciones importantes, etc."

### **2.5.6. Matrices DAFO**

El análisis DAFO, FODA o SWOT en inglés, según lo define Bull (Bull et al., 2016), deriva su nombre de la evaluación de las Debilidades (D), Amenazas (A), Fortalezas (F), Oportunidades (O) en las industrias, sectores o en cualquier tipo de organización. Esta metodología que tiene su origen en la investigación sobre dirección estratégica que se llevaba a cabo en 1960s y 1970s, surge de la perspectiva de que el desempeño de un agente con respecto a un objetivo particular, depende de la forma en que este relaciona tanto con las características internas del agente como con el contexto externo en el que el agente debe interactuar (pero sobre el cual el agente no tiene control directo en el corto plazo).

El valor de un análisis DAFO, según argumentan Bull et al. se deriva no sólo de su capacidad para resaltar las formas en que los entornos internos y externos de un agente interactúan para afectar su éxito, sino también de su capacidad para ser utilizada en el desarrollo y la implementación de estrategias a largo plazo para lograr objetivos específicos. Según Stolovitch et al., este es un enfoque que permite identificar inhibidores y potenciadores del desempeño de una organización, analizando entornos internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) (Stolovitch, Keeps, & Pershing, 2006, p. 1089).

---

Como metodología aplicada a esta investigación cualitativa, lo que se busca con el análisis DAFO es poder profundizar el estudio sobre las políticas de diseño seleccionadas.

Este análisis se llevó a cabo para cada una de las doce categorías identificadas en la codificación de información. Cada uno de los factores de la matriz DAFO, se relacionó al agente del marco para la medición de la innovación (OECD, 2005, p. 43 numeral 100) con quien tiene la mayor interacción. Estos agentes son:

<A>: Infraestructura y marco institucional

<B>: Empresa y otras empresas

<C>: Sistema público de educación e investigación

<D>: Políticas de innovación

<E>: Demanda

Posteriormente se determinó cual es el agente que más se repite en las características o factores internos (fortalezas y amenazas), para poder identificar el agente que más incide en cada categoría. Esto se visualizó gráficamente al incluir dentro del marco de la medición de la innovación, cada una de las doce categorías asociadas al agente que le corresponde.

### ***2.5.7. Análisis de cadena de valor***

La metodología de la cadena de valor se llevará a cabo como parte del análisis de la investigación cualitativa.

La siguiente es la definición que da Michael Porter sobre la cadena de valor:

“La herramienta básica con que se diagnostica la ventaja competitiva y se descubren medios para mejorarla es la cadena de valor, que divide una empresa en las actividades discretas que realiza al diseñar, producir, comercializar y distribuir sus bienes. “ (Porter, 2010, p. 55). “ La cadena de valor y la forma en que realiza las actividades individuales reflejan su historial, su estrategia, su enfoque en el establecimiento de la estrategia y las economías en las que se basan dichas actividades” (Porter, 2010, p. 65)

Las actividades de valor se dividen en dos grandes grupos, primarias y de apoyo. Las actividades de apoyo respaldan a las primarias y viceversa. Esta herramienta puede ser utilizada para analizar un sistema o contexto en vez de una empresa.

Los datos de entrada para la realización de esta cadena de valor se obtuvieron de la codificación de la información de las políticas de diseño. Su relevancia como herramienta en esta tesis, radica en la posibilidad de medir la fisonomía y el peso específico que tienen los diferentes factores dentro del sistema diseño, además de identificar el papel estratégico del diseño dentro del sistema.

#### ***2.5.8. Cartograma de tendencias (Mapa cartográfico)***

Esta es una técnica de identificación de tendencias, que se adaptó como herramienta de investigación cualitativa.

Según la define Martin Raymond:

“Un cartograma es una técnica que emplea diagramas utilizados por los cartógrafos o elaboradores de mapas para exponer datos geográficos complejos

---

de un modo simple, ilustrativo, y al mismo tiempo revelador. (...) Para hacerlo el captador tiene que elaborar un mapa que represente la tendencia por medio de imágenes y texto.” (Raymond, 2010, p. 59).

El mapa debe contener cinco títulos que irán de izquierda a derecha, tal como lo explica Raymond (2010, p. 60):

- Innovadores de la tendencia: Captar el sentido de la innovación que está empezando.
- Causas de la tendencia: Factores sociológicos externos que han conducido a la formación de la tendencia.
- Impacto de la tendencia: Ejemplos pertinentes de cómo se está manifestando la tendencia, en todos los sectores o industrias posibles.
- Consecuencias de la tendencia: Cómo afecta esta tendencia a la mayoría tardía.
- Futuro de la tendencia: Futuras repercusiones de esta tendencia en la sociedad.

Mientras se colocan los elementos de izquierda a derecha, hay que asegurarse de formar asociaciones en todas las categorías, y de diferenciar los grupos de elementos que hay debajo de cada título. Esto permite visualizar la correspondencia o similitud entre los diferentes grupos de información.

En esta tesis, se realizó una adaptación de esta herramienta para poder analizar la Eurorregión EURAM. El origen de los datos son fuentes secundarias de información,

como libros, artículos indexados y divulgativos, noticias de actualidad sobre el Corredor Mediterráneo, entre otros.

Los cinco títulos o grupos de información para la realización de este mapa cartográfico son:

- Dato o factor.
- Causas del factor.
- Impacto.
- Consecuencias.
- Futuro/perspectiva.

#### ***2.5.9. Estudio de casos***

En esta tesis se realizará un estudio de caso múltiple incrustado, como herramienta cualitativa. Simons (2009, p. 42) expone que “el estudio de caso es una investigación exhaustiva y desde múltiples perspectivas de la complejidad y unicidad de un determinado proyecto, política, institución programa o sistema en un contexto real”.

La siguiente es la definición de Neiman y Quaranta (Vasilachis de Gialdino et al., 2006, p. 218) para esta metodología de la investigación cualitativa:

“El caso o los casos pueden estar constituidos por un hecho, un grupo, una relación, una institución, una organización, un proceso social, o una situación o escenario específico, construido a partir de un determinado y siempre subjetivo y parcial, recorte empírico y conceptual de la realidad social, que conforman un tema y/o tema de investigación. Los estudios de casos tienden a focalizar, dadas sus características, en

---

un número limitado de hechos y situaciones para poder abordarlos con la profundidad requerida para su comprensión holística y contextual”

“La variedad de fuentes de información analizadas (observación, entrevistas, documentos) se orientan a captar y describir la complejidad del fenómeno de estudio y su contexto con la mayor riqueza posible,” (2006, p. 220)

En el estudio de caso múltiple cada uno de los casos debe ofrecer resultados de experimentación similar entre ellos o que permitan contrastación.

En este caso en el que se analizan las regiones del EURAM, se selecciona el caso múltiple, ósea un caso individual para cada una de las tres comunidades autónomas españolas analizadas (Baleares, Valencia, Cataluña), siguiendo el argumento de Yin (2013): Cuando se tiene la oportunidad, es mejor seleccionar casos múltiples que casos individuales. Los casos individuales son susceptibles porque se tienen “todos los huevos en el mismo cesto”. Cuando se tienen más de dos casos, se tiene la posibilidad directa de contrastar información entre ellos. Simons (2009, p. 54) argumenta que si se realiza un estudio de caso colectivo, se pueden seleccionar casos de diferentes zonas geográficas para investigar diferencias regionales o institucionales en el modo en que los temas se experimentan en cada caso.

Se selecciona el caso incrustado (*embedded*), ya que, según plantea Yin (2013), un mismo caso puede tener unidades de análisis en más de un nivel, o sea, cuando se tienen diferentes subunidades para analizar. Este es el caso de esta tesis, en donde se tienen 3 regiones que serán la unidad de análisis principal, y estas a su vez tienen categorías y segmentos de información sujetas a ser analizadas.

La fuente principal de información son los documentos sobre cada región del EURAM. Esto se justifica por medio del argumento de Simons (2009, p. 97): en los documentos escritos se pueden buscar pistas que ayuden a comprender la cultura y valores de las políticas subyacentes. El análisis de documentos suele ser un útil precursor de la entrevista y la observación para indicar los temas que vale la pena analizar en el caso. Según expone Stake (2010, p. 66):

“Casi todos los estudios requieren, de una forma u otra, examinar periódicos, informes anuales, correspondencia, actas de reuniones y cosas parecidas. La recogida de datos mediante el estudio de documentos sigue el mismo esquema de razonamiento que la observación o la entrevista. Hay que tener la mente organizada, aunque abierta a pistas inesperadas.”

De esta herramienta de la investigación cualitativa, se espera como resultados, según plantea (Stake, 2010, p. 46) “descripciones abiertas, comprensión mediante la experiencia y realidades múltiples.”

#### **2.5.10. Consulta a expertos.**

Se estableció contacto con personas que hacen parte de actores identificados en los casos de estudio, como Isabel Roig directora del BCD, Eugènia Martí Innovation and Business Director del BCD, Enric Bayó, jefe de Innovación de ACCIÓ, la Dra. Laura Cleries Directora de ELISAVA Research, la Dra Pilar Vélez directora del Museo de Diseño de Barcelona, Joan Campderà presidente de la ADP (asociación de diseñadores profesionales).

Sobre el EURAM, se consultó al Dr. Joan B. Casas decano del Colegio de Economistas de Cataluña, y miembro de la junta directiva del *l'Institut Ignasi Villalonga*.

---

## **2.6. Recolección y análisis de datos cualitativos.**

Sampieri (1998, p. 581) argumenta sobre la recolección y análisis de los datos cualitativos:

“Los principales métodos para recabar datos cualitativos son la observación, la entrevista, los grupos de enfoque, la recolección de documentos y materiales, y las historias de vida.

El análisis cualitativo implica organizar: los datos recogidos, transcribirlos a texto cuando resulta necesario y codificarlos. La codificación tiene dos planos o niveles. Del primero, se generan unidades de significado y categorías. Del segundo, emergen temas y relaciones entre conceptos. Al final se produce teoría enraizada en los datos.

El análisis cualitativo es iterativo y recurrente, y puede efectuarse con la ayuda de programas computacionales.”

Las etapas descritas por Sampieri, se van desarrollando a medida que va transcurriendo esta investigación. Tanto en el análisis de información sobre políticas de diseño, como de la Euroregión EURAM, las actividades de muestreo, recolección y análisis han sido actividades que en muchas ocasiones se han ido realizando en paralelo, por lo difícil que puede ser cerrar etapas en el proceso de investigación cualitativa.

Sampieri (Sampieri et al., 1998, p. 623), además expone sobre la investigación cualitativa:

“En la recolección de datos, el proceso esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, pero que nosotros les damos estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia son narraciones de los participantes: a) visuales (fotografías, videos, pinturas, entre otros). b) auditivas (grabaciones), c) textos escritos (documentos, cartas, etc.) y d) expresiones verbales y no verbales (como respuestas orales y gestos en una entrevista a grupo de enfoque). Además de las narraciones del investigador (anotaciones en la bitácora de campo).”

### **2.7. Seguimiento y divulgación de la investigación.**

Como una forma de contraste y validación se presentaron tres artículos para publicación en revistas indexadas, todos relacionados con temáticas sobre políticas de diseño

**Tabla 2 1 Divulgación de la investigación**

Nombre del artículo	Fuente de la publicación	Editada por	ISBN	estado	año
"Análisis de bibliografía sobre políticas de diseño"	Revista Icono Facto	Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia	1900-2785	Recibido 02/09/2016 Aprobado 17/11/2016 ICONOFACTO VOL. 12 N° 19 / PÁGINAS 268 - 293 DOI: <a href="http://dx.doi.org/10.18566/iconofact.v12.n19.a12">http://dx.doi.org/10.18566/iconofact.v12.n19.a12</a>	2017
"Análisis comparativo de políticas de diseño de regiones o países europeos"	Revista KEPES	Departamento de Diseño Visual de la Universidad de Caldas. Caldas, Colombia	1794-7111	Revista KEPES Año 14 No. 15 enero-junio 2017, págs. 105-139 ISSN: 1794-7111(Impreso) ISSN: 2462-8115 (En línea) DOI: <a href="http://dx.doi.org/10.17151/kepes.2017.14.15.5">10.17151/kepes.2017.14.15.5</a>	2017
"Concordancia de las políticas de diseño con el marco de medición de la innovación del Manual de Oslo"	Revista 180°	Universidad Diego Portales, Santiago, Chile	0718-2309	En revisión de pares académicos	2017

Fuente: Elaboración propia

# Capítulo 3

## Análisis de información

### 3.1. Definición del concepto Sistema Nacionales de Diseño.

Hay muchos factores positivos que demuestran el valor del diseño, sin embargo, según plantea Raulik-Murphy (2010, p. 12), definir la aportación del diseño al desarrollo mundial es un concepto aún lejano, que no ha sido explotado lo suficiente, y que en ocasiones es subvalorado. En un nivel micro, está el problema de ayudar las empresas, especialmente a las pymes a entender cómo encontrar un diseñador y como coordinar un proyecto de diseño para obtener éxito empresarial. En un nivel macro, hay una necesidad de demostrar cómo usar el diseño y los diseñadores para mejorar la ventaja competitiva de una nación, así como su crecimiento social y económico.

---

Raulik-Murphy (2010, p. 12), expone que debido a esta falta de información a nivel micro y macro, los gobiernos han detectado la necesidad de intervenir, por medio de diferentes formas de promoción del diseño, como son programas de diseño, apoyo a empresas y programas gubernamentales. Las estrategias para la promoción del diseño se crean para informar ciudadanos, empresas y gobiernos sobre los beneficios que aporta la implementación del diseño y como alcanzar la máxima ventaja competitiva gracias a estos.

En los últimos años, según plantea Mortati (2017), en Europa han emergido iniciativas y programas para el apoyo del diseño, Dinamarca, por ejemplo, fue el primer país en definir una política nacional de diseño en 1997. Sin embargo, continúa exponiendo Mortati, la compleja realidad europea muestra que, en la mayoría de gobiernos, las inversiones que se realizan aún no están agenciadas a nivel nacional. Es muy común encontrar que el apoyo se encuentra marginado y de forma tácita en muchos casos en iniciativas regionales y a nivel local.

Una política de diseño tácita, según Whicher (2014), se refiere a la infraestructura de diseño en un país, como por ejemplo:

- Centros de diseño: Son un agente clave en la conexión del diseño con el sector público, privado y terceros sectores. Generalmente es por medio de los cuales se realizan las actividades de promoción y apoyo por parte del gobierno.
- Promoción del diseño: Son actividades que existen en todos los países europeos, incluso en países sin centros ni políticas de diseño, pueden ser premiasiones, festivales de diseño, exhibiciones, museos.

- Apoyo del diseño: Los programas de apoyo del diseño, incluyen métodos más intervencionistas para introducir el diseño en las empresas y en las autoridades del gobierno. En 2014 había 12 países europeos con programas activos de apoyo del diseño.
- Política de diseño: Pueden ser explícitas o tácitas. En este caso, Whicher (2014) hace referencia de las explícitas, en donde el diseño hace parte de las estrategias de innovación y desarrollo económico.

Aunque es un tema que a nivel mundial aún se encuentra en evolución, los siguientes proyectos han sido pioneros en el apoyo del diseño. Los tres han tenido el apoyo de la Comisión Europea (Mortati, 2017):

- SEE Project: Programa del *Design Innovation Platform*. Desarrolló herramientas para mapear el diseño en las políticas de innovación a lo largo de Europa (*Design Policy Monitor*)
- DeEP: Programa del *Design Innovation Platform*. Definió herramientas para evaluar la efectividad de las políticas de diseño.

*The Design Policy Lab* del Politécnico de Milano, en asociación con el programa *Design for Europe*, se encuentra desarrollando el programa "*Design Policy Beacon*" un recurso para entender por medio de evidencia, el apoyo al diseño en diferentes ecosistemas europeos.

---

### **3.2. Análisis bibliométrico sobre sistemas nacionales de diseño.**

El análisis bibliométrico de información fue presentado a la revista ICONOFACTO

#### ***3.2.1. Título del artículo.***

“ANÁLISIS DE BIBLIOGRAFÍA SOBRE POLÍTICAS DE DISEÑO”

#### ***3.2.2. Autores del Artículo.***

Carolina Gómez-González, Manuel Lecuona y Maria Cristina Hernandez

#### ***3.2.3. Información sobre la fuente.***

Revista ICONOFACTO.

ISSN: 1900-2785, ISSN: 2390-0040 (En línea)

#### ***3.2.4. Resumen***

El presente análisis bibliométrico forma parte de la tesis doctoral «El Sistema Diseño en la Euroregión del Arco Mediterráneo: prioridades para la caracterización de un modelo estratégico»<sup>1</sup>. Su propósito es configurar una herramienta con la cual se pueda comprender mejor la bibliografía relacionada con la implementación de las políticas de diseño en regiones o países; este análisis bibliométrico no solo es útil

---

<sup>1</sup> Tesis en investigación, del programa de doctorado en Diseño, fabricación y gestión de proyectos industriales, de la Universitat Politècnica de València, elaborada por Carolina Gómez-González y tutorizada por Manuel Lecuona López. La defensa de esta tesis será en 2017.

para creadores de políticas, sino también para investigadores de diferentes áreas de conocimiento en diseño.

Este estudio comenzó con una búsqueda de términos claves, relacionados con políticas de diseño en Bases de Datos Bibliográficas (BDB) y motores de búsqueda, seguida por la utilización de herramientas y parámetros comparativos y de evaluación de impacto en las publicaciones seleccionadas, finalizando con el análisis de la información por medio del software *The Vantage Point*.

Las políticas de diseño impulsan el desarrollo de los recursos de este campo en una región, lo que puede influir directamente en la dinamización de la economía, pero como campo de estudio carece de suficiente material publicado en BDB para poder realizar un análisis bibliométrico relevante, ya que gran parte del material generado por autores especializados es de carácter divulgativo y no científico (50% de los documentos identificados en este estudio). Además, las publicaciones de diseño carecen de una categoría de indexación específica, por lo que no hay parámetros comparativos homogéneos.

### ***3.2.5. Palabras clave***

Políticas de diseño, sistema diseño, promoción de diseño, gestión de diseño, análisis bibliométrico, mapas bibliométricos.

### ***3.2.6. Introducción***

Las políticas de diseño (Raulik-Murphy, 2010) son estrategias gubernamentales para alcanzar un desarrollo de los recursos del diseño y fomentar su uso eficaz en el país.

---

La agencia danesa Mollerup Designlab (citado por: Calvera, Taranto, & Veciana, 2008, p. 17) define las políticas de diseño como: «un conjunto de planes encaminados a llevar a cabo actividades promotoras del conocimiento y el uso efectivo del diseño profesional partiendo del supuesto de que estas actividades provocarán un efecto deseado y contribuirán a los objetivos propuestos».

Se han escrito numerosos artículos y reportes sobre este campo de estudio, publicados por diferentes centros de promoción de políticas diseño o por centros de investigación a nivel de Comunidad Europea, pero la disponibilidad de documentos en bases de datos de alta calidad es escasa. Esta es la principal motivación que lleva al desarrollo de este estudio bibliométrico: poder descubrir qué tipo de material está publicado, en qué medios, por cuáles autores, cuáles son las palabras clave que determinan estos documentos y analizar por medio de diferentes herramientas esta información desde un enfoque más técnico.

La bibliometría es la ciencia que permite el análisis cuantitativo de la producción científica, a través de la literatura, estudiando la naturaleza y el curso de una disciplina científica (Escorcía, 2008, p. 15)

Este estudio bibliométrico incluye una selección de documentos, resultado de la búsqueda en las bases de datos Scopus y Web of Science, y en el motor de búsqueda Google Académico. A partir de esta selección comienza un análisis de indicadores de las revistas que publican los documentos, además de la creación de diferentes matrices y gráficos, usando el software *The Vantage Point* para evidenciar cuál es la relación entre la información que constituye este campo de estudio.

Este análisis bibliométrico hace parte de la tesis de investigación: «El Sistema Diseño en la Euroregión del Arco Mediterráneo: prioridades para la caracterización de un modelo estratégico», del programa de Doctorado en Diseño, Fabricación y Gestión de Proyectos Industriales de la Universitat Politècnica de València.

En este artículo se describe la metodología del análisis bibliométrico, así como los resultados encontrados en la documentación disponible sobre políticas de diseño, y sobre las características del diseño como campo de investigación. Los hallazgos de este análisis bibliométrico tienen utilidad para creadores de políticas de diseño e investigadores y autores que buscan generar publicaciones en áreas de diseño.

### ***3.2.7. Metodología de la búsqueda de literatura***

Existen numerosas bases de datos online que almacenan trabajos científicos y documentos junto con sus citas; estas permiten buscar y recuperar información sobre la mayoría de campos científicos (Cobo, López-Herrera, Herrera-Viedma, & Herrera, 2011)

Las bases de datos bibliográficas (BDB) elegidas para la búsqueda de literatura son Scopus (Elsevier) y Web of Science (Thomson Reuters), debido a su carácter multidisciplinario. Según Henkel y Vullioud (2014, p. 14,17), estas seleccionan las «mejores» referencias de publicaciones revisadas por pares y conferencias de fuentes conocidas. Para completar la búsqueda, también se utilizó Google Académico (Google), un motor de búsqueda gratuito que incluye publicaciones revisadas por pares, artículos de conferencias y patentes de fuentes desconocidas, además de artículos de

---

editores depredadores (Henkel & Vullioud, 2014, p. 14,17)

Una de las ventajas de utilizar Google Académico es que ofrece la posibilidad de buscar artículos de divulgación no indexados, publicados por SEE Platform o por editoriales como Wiley Online Library, una BDB que junto al DMI (Design Management Institute, n.d.) publican el *Design Management Review* y el *Design Management Journal*.

Las palabras o términos clave que se seleccionaron para la búsqueda son: política(s) de diseño, políticas nacionales de diseño, diseño regional, creación de políticas, estrategias nacionales de diseño, políticas de innovación, promoción de diseño. La búsqueda se realizó en inglés.

En la Tabla 3.1 se observa la configuración de 16 ecuaciones de búsqueda con los términos clave, la BDB o motor de búsqueda que fue utilizada y los parámetros seleccionados.

**Tabla 3. 2Definición de ecuaciones de búsqueda.**

Ecuación de búsqueda (EB #)	Base datos	Término #1	Término #2	Término #3	Parámetros de búsqueda
EB 1	Scopus	Design Policy	Design Policies		TITLE-ABS-KEY
EB 2	Scopus	National Design Policy	Design Policies		TITLE-ABS-KEY
EB 3	Scopus	Design Policy	Design Policies	Innovation	TITLE-ABS-KEY
EB 4	Scopus	Design	Policymaking	National	TITLE-ABS-KEY

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:*

*Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

EB 5	Scopus	Design Promotion			TITLE-ABS-KEY
EB 6	Web of Science	Design Policy	Design Policies		Tema
EB 7	Web of Science	National Design Policy	National Design Policies		Tema
EB 8	Scopus	Innovation Policy Design			ALL
EB 9	Scopus	National Design Policy			TITLE-ABS-KEY
EB 10	Scopus	Regional Design			TITLE-ABS-KEY
EB 11	Scopus	National Design Strategy			TITLE-ABS-KEY
EB 12	Scopus	"View cited by" de 12 documentos seleccionados			View cited by
EB 13	Scopus	"View References" de 12 documentos seleccionados			View References
EB 14	Google Scholar	Design Policies			TITLE-ABS-KEY
EB 15	Google Scholar	Design Policy			TITLE-ABS-KEY
EB 16	Google Scholar	Design Promotion			TITLE-ABS-KEY

*Nota:* EB= Ecuación de búsqueda, ABS= Abstract [resumen]; KEY=Keyword [palabra clave]

Fuente: Elaboración propia.

Una vez realizada la búsqueda en las BDB Scopus, Web of Science y en el motor de búsqueda Google Académico, se efectuó un filtrado manual para limitar los resultados a publicaciones relevantes para este análisis. Al compilar los documentos relevantes para esta investigación resultaron 15 documentos de bases de datos de publicaciones indexadas y 15 documentos del motor de búsqueda, cuyas publicaciones provienen de diferentes fuentes.

La Tabla 3.2 relaciona las ecuaciones de búsqueda con los resultados encontrados. En esta aparecen los títulos de las publicaciones y sus respectivos autores, además si el documento es una publicación científica no periódica (libros y folletos), periódica (revistas) o de circulación limitada (Gonzalez de Dios, Moya, & Mateos Hernández, 1997, p. 235) (González de Dios, Moya y Mateos Hernández, 1997, p. 235).

**Tabla 3. 3 Publicaciones resultado de la búsqueda en Scopus, Web of Science y Google Académico.**

EB	#	Título de la publicación	Autores	Año	Revista o fuente de publicación	Tipo de publicación. * N.P / P / C.L	Idioma	País
EB 1, EB 2, EB 3	1	Designing the designer: The responsibilities of education in the national/regional systems of design	Mollenhauer, K., Korvenmaa, P.	(2007)	DS 43: Proceedings of E and PDE 2007	N.P	Inglés	U.K
EB 1, EB 2, EB 3	2	Mapping public support for innovation: A comparison of policy alignment in the UK and France	Bodas Freitas, I.M., von Tunzelmann, N.	(2008)	Research Policy	P	Inglés	NL
EB 1, EB	3	Policies for design and policies for innovation:	Hobday, M., Boddington, A., Grantham,	(2012)	Technovation	P.	Inglés	U.K

*El "Sistema Diseño" en la Euroregión del Arco Mediterráneo:*

*Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

2, EB 3, EB 14,		Contrasting perspectives and remaining challenges	A.					
EB 3	4	Evaluating European Regional Innovation Strategies	Zabala-Iturriagaitia, J.M., Jimenez-Saez, F., Castro-Martinez, E.	(2008)	European Planning Studies	P.	Inglés	U.K
EB 5	5	Design as an economic development enabler	Wood, B.M.	(2011)	Design Principles and Practices	P.	Inglés	EUA
EB 6, EB 7, EB 9, EB 11, EB 14	6	Formulating national design policies in the United States: Recycling the "Emperor's new clothes"?	Woodham, J.M	(2010)	Design Issues	P.	Inglés	EUA
EB 6, EB 7, EB 9, EB 14	7	Formulating national design policies: An exchange of letters: Dear design issues editorial board	Turnstall, E.D.	(2011)	Design Issues	P.	Inglés	EUA

EB 8, EB 15,	8	A system failure framework for innovation policy design	Klein Woolthuis, R., Lankhuizen, M., Gilsing, V.	(2005)	Technovation	P.	Inglés	U.K
EB 8	9	Regional innovation policy for small-medium enterprises	Asheim, T.B.	(2003)	Regional Innovation Policy For Small-Medium Enterprises	N.P	Inglés	U.K
EB 8	10	Smart innovation policy: How network position and project composition affect the diversity of an emerging technology	Van Rijnsouwer, F.J., Van Den Berg, J., Koch, J., Hekkert, M.P.	(2014)	Research Policy	P.	Inglés	NL
EB 9	11	Formulating national design policies: An exchange of letters: Dear editorial board	Woodham, J.M	(2011)	Design Issues	P.	Inglés	EUA
EB 13	12	The 'national system of innovation' in historical perspective	Freeman, C.	(1995)	Cambridge Journal of Economics	P.	Inglés	U.K
EB 13	13	Innovating through design	Verganti, R.	(2006)	Harvard Business Review	P.	Inglés	EUA
EB 13	14	The innovation	Cruickshank, L.	(2010)	Design Issues	P.	Inglés	EUA

*El "Sistema Diseño" en la Euroregión del Arco Mediterráneo:*

*Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

		dimension: De- signing in a broader context						
EB 13	15	A leading role for design as an economic devel- opment enabler	Wood, B.M	(2009)	DS 58-3: Pro- ceedings of ICED 09	N.P	Inglés	EUA
EB 14	16	Comparative Studies on Emerging Issues of National De- sign Policies	Patrocínio, G, Bolton, S.	(2011)	1st Cambridge Academic De- sign Manage- ment Confer- ence.	N.P	Inglés	U.K
EB 14	17	National and re- gional policies for design, crea- tivity and user- driven innova- tion.	Cunningham, P.	(2008)	Pro Inno Eu- rope Thematic Report	N.P	Inglés	U.K
EB 14	18	Making/Design Policies Toget- her.	Maffei, S.; Mortati, M.; Villari, B.	(2013)	10th European Academy of Design Confer- ence - Crafting the Future	N.P	Inglés	Italia
EB 14	19	How Policies matter to design.	Sun, Q.	(2011)	SEE Design Bulletin	P.	Inglés	U.K
EB 14	20	The impact of European design policies and their implications on the development of a framework	Patrocínio, G.	(2013)	Tesis - Cranfi- eld University	C.L	Inglés	U.K

		to support future Brazilian design policies.						
EB 14	21	National Support for Design: Developing Propositional Models	Choi, Y.; Cooper, R.; Lim, S.; Evans, M.	(2010)	Design Management Review	P.	Inglés	EUA
EB 15	22	From the World's First Design Policy to the World's Best Design Policy.	Scherfig, C; Brunander, M.; Melander, C.	(2010)	Design Management Review	P.	Inglés	EUA
EB 15	23	Mapping the Design Policy Landscape.	Tunstall, E.D.	(2007)	SEE Design Bulletin	P.	Inglés	U.K
EB 15	24	Beyond the Document: Living Institutions of US National Design Policy.	Tunstall, E.D.; Jones, C.	(2010)	Design Management Review	P.	Inglés	EUA
EB 15	25	Design Policy: An Introduction to What Matters	Raulik-Murphy, G.; Cawood, G.; Lewis, A.	(2010)	Design Management Review	P.	Inglés	EUA
EB 15	26	Research and Practice in Design and Innovation Policy in Europe	Whicher, A.; Cawood, G.; Walters, A.	(2012)	Leading Through Design	N.P	Inglés	EUA
EB 15	27	Disseny_Cat.: elements per a	Monguet Fie-	(2007)	Acciò	N.P	Catalán	Es- paña

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:*

*Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

		una política de disseny a Catalunya	rro, J.M.; Calvera, A.					
EB 16	28	A comparative analysis of strategies for design in Finland and Brazil	Raulik-Murphy, G.; Ca-wood, G.; Larsen, P.; Lewis, A.	(2010)	Undisciplined! Design Re-search Society	N.P	Inglés	U.K.
EB 16	29	Changing roles of design promotion organizations in the global context and a new theoretical model for a design promotion system.	Sung, W.O.; Song, M. J.; Park, J.Chung, K.W.	(2007)	IASDR 07	N.P	Inglés	Inter-na-cio-nal
EB 16	30	Promoting design nationally: Influential factors.	Park, J.; Nam, K-Y.; Chung, K.W	(2010)	Design Mana-gement Journal	P.	Inglés	EUA

*Nota:* EB= Ecuación de búsqueda

*\*Tipo de Publicación:* No periódica N.P / Periódica P / circulación limitada C.L

Fuente; Elaboración propia

Las ecuaciones de búsqueda EB4, EB10 y EB12, no arrojaron ningún resultado relevante para este análisis. Las ecuaciones EB14 y EB15, que tenían como término clave *design policies* y *design policy*, y que se utilizaron en el motor de búsqueda Google Académico, tuvieron el mayor número de resultados 9 y 7 respectivamente.

---

Como se observa en la *Tabla 2*, entre los documentos que resultaron de la búsqueda en Google Académico hay 5 que fueron publicados por el DMI en el *Design Management Review* o *Design Management Journal*. Aunque ambas revistas tienen gran importancia en temas de Gestión de Diseño, al no estar indexadas en una BDB, el acceso a los datos estadísticos sobre las publicaciones ha sido limitado.

### ***3.2.8. Análisis de bibliografía***

El siguiente paso en este análisis fue consultar el Factor de Impacto (FI) en el *Journal Citation Report* (JCR), publicado por *Web of Science* (Thomson Reuters). El FI es un indicador utilizado para evaluar la importancia de publicaciones de revistas y compararlas frente a otras del mismo campo. Consiste en cuantificar el impacto de una investigación a través de las citas bibliográficas que recibe el artículo. Es un indicador para revistas y no para artículos (Escorcia, 2008; Henkel & Vullioud, 2014). El FI es la primera medida objetiva, cuantificable y estable de una revista en el ámbito científico (Gonzalez de Dios et al., 1997, p. 240).

EL JCR también ofrece otras métricas, como el índice de inmediatez, que representa la rapidez con la que se citan los artículos de una revista determinada y el ranking de la revista dentro de su categoría.

Otra métrica disponible en el JCR es el ranking cuartil, que permiten comparar revistas dentro de una categoría. Anualmente cada revista se clasifica dentro de un cuartil, en donde Q1 es la máxima categoría, y Q4 la menor (Thomson Reuters, 2016).

En el listado de 30 publicaciones seleccionadas, se detectaron 9 revistas, de las cuales solo 5 están indexadas dentro del JCR. Las revistas que pertenecen a una categoría relacionada con diseño, como *Design Issues*, *Design Principles and Practices*, *Design Management Review* y *Design Management Journal*, no están incluidas en esta métrica.

Todas las revistas analizadas pertenecen a las Ciencias Sociales. Como puede observarse en la Tabla 3.3, las revistas de la categoría de administración son las que tienen un mayor factor de impacto. Todas las revistas se encuentran dentro de los dos primeros cuartiles.

**Tabla 3 4 Métricas evaluación revistas por Journal Citation Reports**

Nombre revista	Año	Categoría	FI Factor Impacto	Índice inmediatez	Ranking categoría	Ranking cuartil
Cambridge Journal of economics	2014	Económicas	1.311	0.543	92/333	Q2
European Planning Studies	2014	Planeación y desarrollo	1.228	0.083	22/55	Q2
Harvard Business Review	2014	Administración	1.574	0.462	70/185	Q2
Research Policy	2014	Administración	3.117	0.559	23/185	Q1
Technovation	2014	Administración	2.526	0.567	30/185	Q1

*Nota :* Adaptado de Thomson Reuters®. Journal Citation Reports. (Thomson Reuters, 2016)

El paso siguiente fue consultar los indicadores desarrollados por The SCImago Journal & Country Rank, plataforma que incluye métricas de revistas e indicadores científicos de países, desarrollado a partir de la información de Scopus (Elsevier).

El indicador SJR mide la influencia científica de un artículo promedio de una revista.

El indicador Citas por Documento (2y) mide el impacto científico de un artículo

promedio, usando la misma fórmula que se usa para el FI de Thomson Reuters (SCImago, n.d.)

El H-Index es un tipo de métrica que considera simultáneamente el número de publicaciones y su impacto. El índice de valor de h dice que h publicaciones han sido citadas al menos h veces (Henkel & Vullioud, 2014).

En SCImago, además de las 5 revistas analizadas en el JRC, también están disponibles las revistas *Design Issues* y *Design Practices and Principles*. Como las revistas tienen definida la categoría y el ranking cuartil de forma igual en JCR y en SJR, en la siguiente tabla solo aparecerán las nuevas incorporaciones.

**Tabla 3 5 Métricas evaluación revistas por The SCImago Journal & Country Rank**

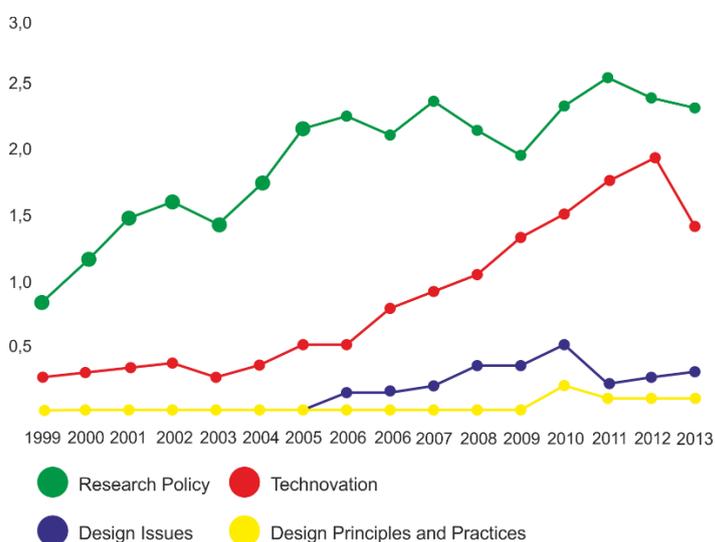
Nombre revista	Año	H-Index	SJR	Citas por doc.	Categoría	Ranking cuartil
Cambridge Journal of economics	2014	54	0.94	1.49		
Design Issues	2014	15	0.29	0.67	Artes y humanidades	Q2
Design Principles and Practices	2014	4	0.1	0	Artes visuales y escénicas	Q2
European Planning Studies	2014	47	0.8	1.38		
Harvard Business Review	2014	117	0.58	2.08		
Research Policy	2014	142	2.32	3.91		
Technovation	2014	72	1.42	3.08		

*Nota: Adaptado de SCImago. (SCImago, 2016)*

SCImago, permite también hacer una comparativa del indicador SJR de 4 revistas. Se seleccionaron las revistas que publicaron al menos 2 artículos dentro del listado de 30 artículos (*Research Policy*, *Technovation* y *Design Issues*). Se agregó, además, *Design Principles and Practices*, por estar relacionada con una categoría de diseño.

En la Figura 3.1 puede observarse la gran diferencia que hay entre la calidad de las revistas de diseño y las revistas de la categoría de administración que están dentro del cuartil Q1, siendo la mejor *Reserch Policy*, revista publicada por Elsevier, que tuvo su primera edición en 1971.

Figura 3. 1Comparativa de indicador SJR.



© SCImago Research Group

Adaptado de: SCImago Journal & Country Rank. (SCImago, 2016)

### 3.2.9. Mapas bibliométricos

Los mapas bibliométricos o mapas de la ciencia, según Cobo *et. al* (Cobo et al., 2011, p. 1382) son herramientas de la bibliometría para representar aspectos estructurales y dinámicos de la investigación científica.

---

Las unidades de análisis más comunes del mapeo bibliométrico son las revistas, documentos, referencias citadas, autores y términos descriptivos. Hay diferentes técnicas que pueden utilizarse para relacionar unidades de análisis, como documento-documento, autor-autor, revista-revista.

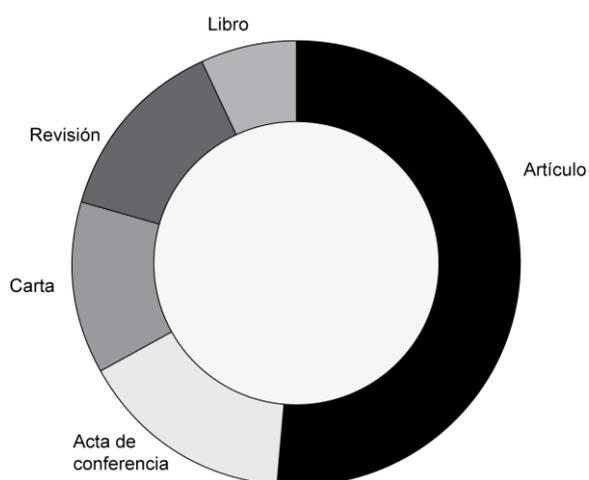
El análisis de los mapas de la ciencia o bibliométricos ha sido mediante softwares especializados, como el *Vantage Point* (Search Technology Inc, 2013). Este software permite evidenciar el conocimiento en los resultados de búsquedas en bases de datos. Permite analizar grandes volúmenes de información para descubrir patrones y relaciones que ayudan a determinar el quién, qué, cómo, cuándo y dónde de un campo científico. Tiene 180 filtros de importación propios, que permiten a los investigadores vincular información sin pre-procesar desde numerosas bases de datos, excepto Google Académico (Cobo et al., 2011; Taylor, 2013). Razón por la que el presente mapeo bibliométrico se realizará solo con los 15 resultados extraídos de las bases de datos bibliográficas (BDB) Scopus y Web of Science, excluyéndose los 15 documentos encontrados en el motor de búsqueda Google Académico.

Al importar al software *Vantage Point* los resultados obtenidos en las BDB, se generaron diferentes tipos de matrices y gráficos para establecer relaciones entre unidades de análisis y comprender mejor el tema de estudio. Esto ha permitido el planteamiento de preguntas cuya respuesta se ha buscado mediante el mapeado de la información.

- a) *¿Qué tipo de documentos son parte de la selección de documentos analizados?*

Dentro de la selección de 15 documentos la mayoría son artículos de revistas, seguido por ponencias en conferencias. Las cartas son parte del intercambio de opiniones posteriores a un artículo que hubo entre dos autores, y que fueron publicadas por la revista *Design Issues*.

**Figura 3. 2 Gráfico circular de los tipos de documentos analizados, realizado con el software Vantage Point**



Fuente: realizado con el software Vantage Point (2016).

- b) *¿Cuáles son las palabras claves de los documentos analizados?*

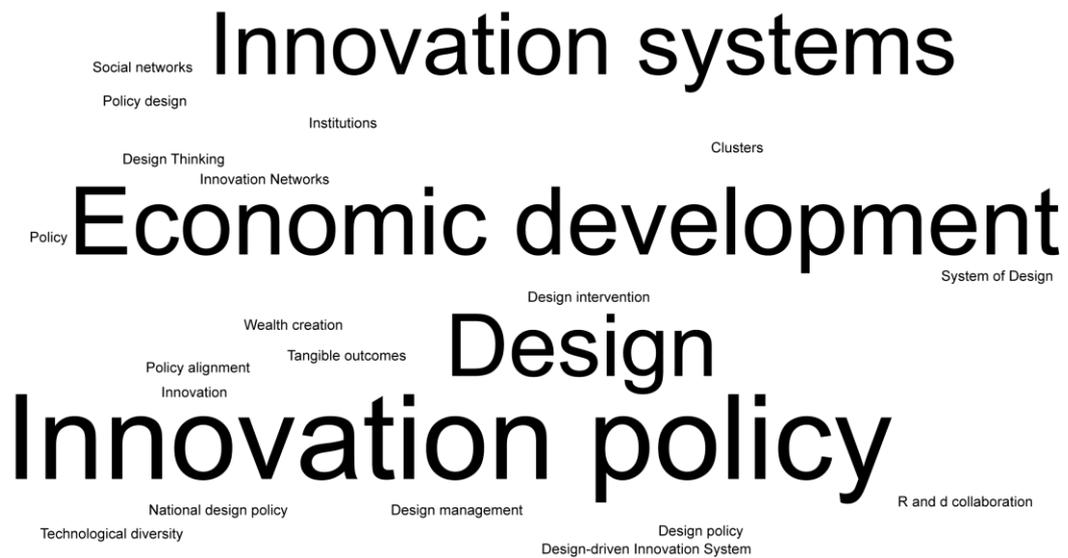
En el siguiente mapa de palabras claves, definidas por los autores (ver Figura 3.3), se presentan las más repetidas en las publicaciones analizadas. Dentro de los 4 términos que destacan hay 2 que hicieron parte de las ecuaciones de búsqueda iniciales, que son: «diseño» y «políticas de innovación»; mientras que los otros términos

---

como: «sistemas de innovación» y «desarrollo económico», no habían sido considerados palabras clave dentro de la exploración inicial en las BDB.

El término principal de búsqueda de este estudio fue «política(s) de diseño»; este aparece en un segundo plano dentro del mapa de palabras clave definidas por los autores de las publicaciones.

**Figura 3. 3 Mapa de palabras clave dadas por los autores.**

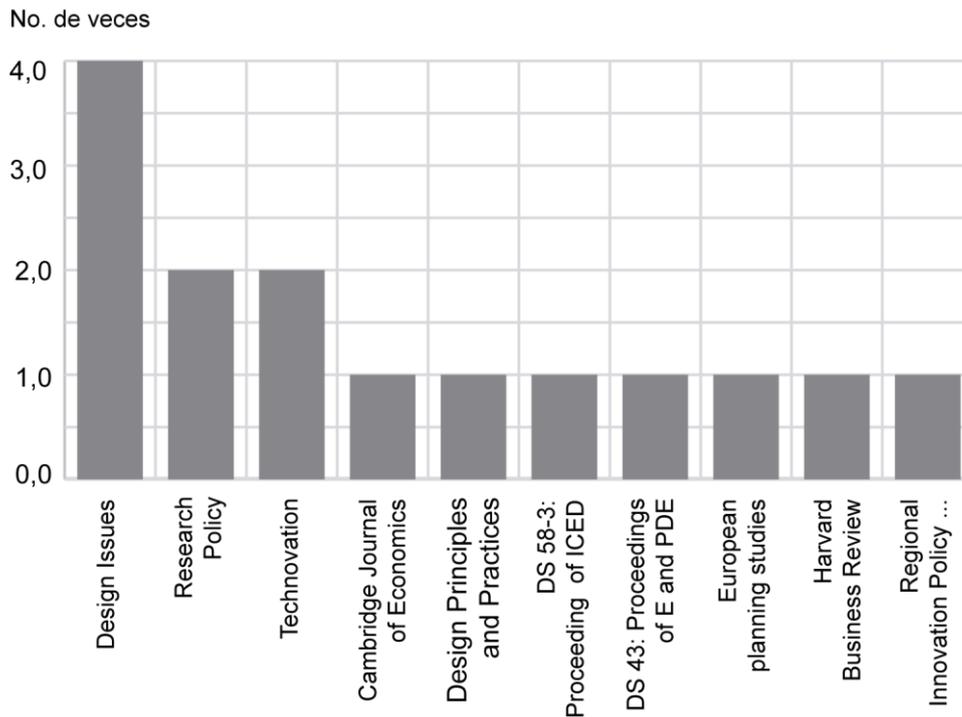


Fuente: Realizado con el software Vantage Point (2016)

*c) ¿En qué medios se publicaron los documentos seleccionados?*

Los 15 documentos seleccionados se publicaron en 10 fuentes diferentes, de las cuales 7 publicaron solo un artículo de la selección, mientras que Technovation y Research Policy publicaron 2 artículos cada una. Design Issues ha publicado 4 artículos, 3 de los cuales hacen parte de una secuencia de un artículo y un intercambio de cartas entre dos autores debatiendo sobre el contenido del mismo.

Figura 3. 4 Gráfico de barras verticales con el número de publicaciones que tiene cada revista



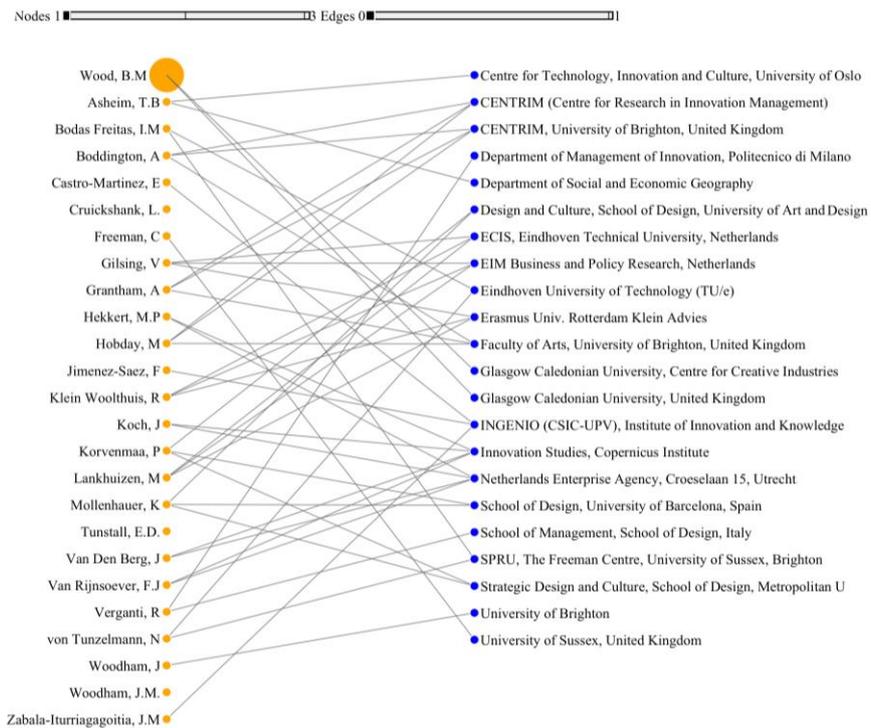
Fuente: realizado con el software Vantage Point (2016).

d) *¿Qué revistas referencian los diferentes términos clave (temas de estudio)?*

Al realizar una matriz de palabras clave, dadas por los autores y las fuentes donde se han publicado (ver Figura 3.5), se puede observar que las revistas que tienen más términos clave en común son *Research Policy* y *Technovation*. Cabe recordar que estas revistas son las que tienen mayor clasificación dentro de la selección hecha para este estudio. Ambas pertenecen al cuartil Q1.



Figura 3. 6 Matriz de autores y su afiliación.

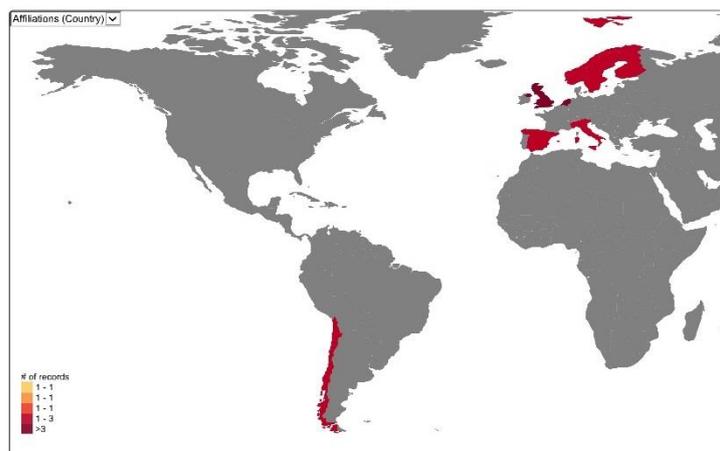


Fuente: Realizado con el software *The Vantage Point* (2016)

En la Figura 3.7 puede observarse un mapa del mundo en donde se resaltan los países a los que pertenecen los centros de investigación o universidades a los que están afiliados los autores, estando concentrado el mayor número en Reino Unido y Holanda.

---

**Figura 3. 7 Mapa de países a los que pertenecen las afiliaciones de los autores.**



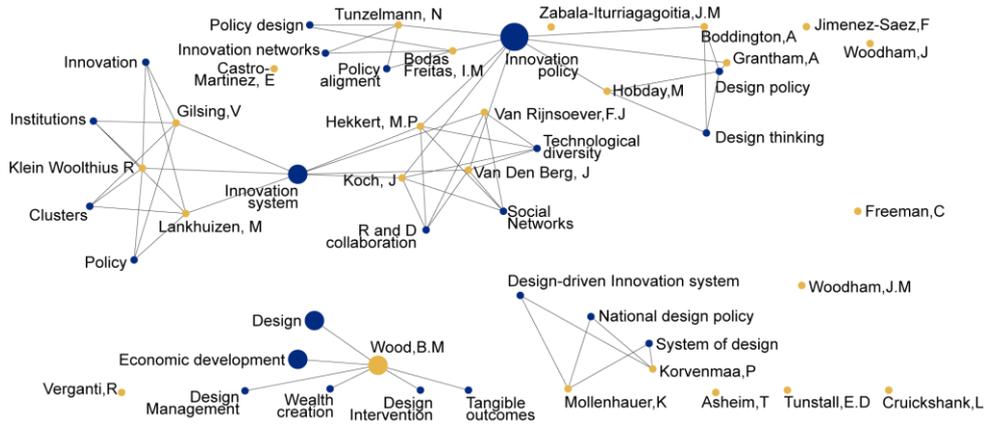
Fuente: Realizado con el software *Vantage Point* (2016).

f) *¿Cómo se relacionan los autores con los términos clave de este campo de estudio?*

En la Figura 3.8 puede observarse que no hay vinculaciones fuertes entre autores y palabras clave, solo hay 4 que reinciden, por lo cual destacan.

Los términos clave que fueron usados en las ecuaciones de búsqueda iniciales como «Política Nacional de Diseño» o «Política de Diseño», están relacionados solo por 2 autores que tienen la coautoría de un artículo.

Figura 3. 8 Matriz de Autores con afiliaciones y palabras clave proporcionadas por el autor.

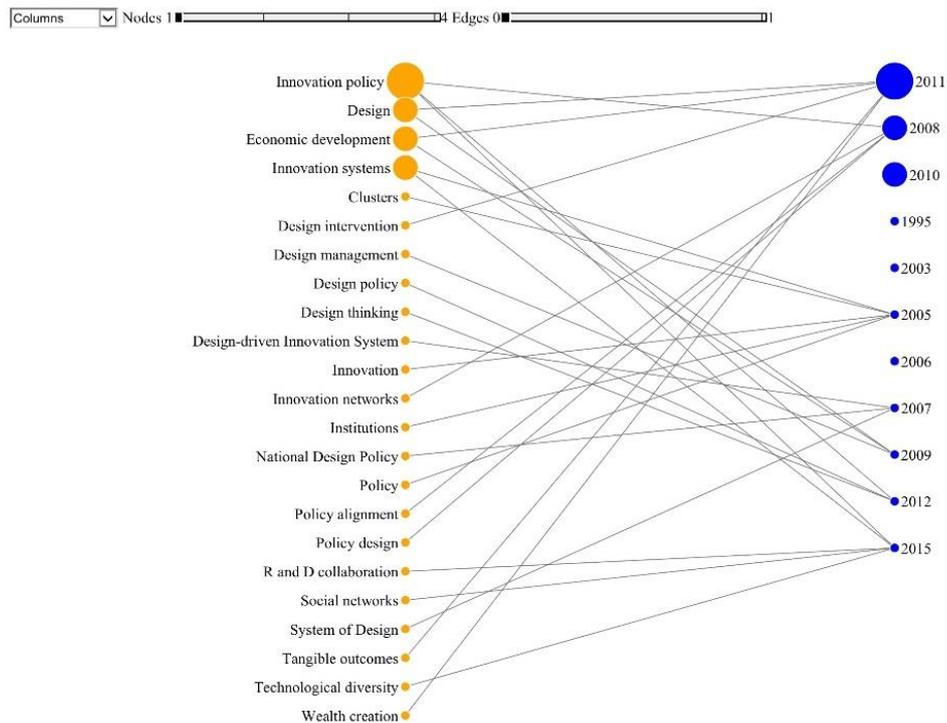


Fuente: Realizado con el software Vantage Point (2016).

g) ¿Cuándo se ha escrito sobre los términos clave de este campo de estudio?

Los documentos seleccionados se publicaron posteriormente a 2003, con excepción de "The 'national system of innovation' in historical perspective" (1995) . Esto muestra que los términos claves han sido sujetos de estudio muy recientemente (ver Figura 3.9).

**Figura 3. 9 Matriz de palabras clave proporcionadas por los autores y el año de publicación.**



Fuente: Realizado usando el software Vantage Point (2016).

*h) ¿En qué fuentes se han referenciado y cuántas veces se han citado los artículos seleccionados en este análisis?*

En la Figura 3.10 se observa una matriz con las fuentes que han publicado los documentos seleccionados en este análisis (revistas o procedimientos de conferencias) y las revistas que han citado dichos documentos.

El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:  
 Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.

En esta matriz se evidencia que las revistas más citadas son *Research Policy*, *Regional Studies* y *Technovation*. Estas pertenecen a las categorías de administración, ciencias sociales y administración respectivamente.

Entre las revistas que han citado alguno de los artículos seleccionados para este estudio, y que tienen la palabra diseño en el título, se encuentran *Design Issues*, con el mayor número de referencias (3), seguido de revistas que solo cuentan con una como *Design as First Aid*, *Design Council Magazine*, *Design Managemet review*, *Design Quarterly*, *Design Studies*, *Design Thinking as a Enabler of Innovation*.

**Figura 3. 10 Matriz con las fuentes que han publicado los documentos seleccionados y las revistas que los han referenciado.**

Reset	Source title	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
	# Records	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
	References (Journal Name)																										
	# Records																										
	1	4	Design Issues	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
	2	2	Research Policy	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1
	3	2	Technovation	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
	4	1	Cambridge Journal of Economics	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	5	1	Design Principles and Practices	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	6	1	DS 43: Proceedings of E and PDE 2007, th	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	7	1	DS 58-3: Proceedings of ICED 09, the 17th	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	8	1	European Planning Studies	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1
	9	1	Harvard Business Review	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	10	1	Regional Innovation Policy For Small-Mediu	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0

Fuente: Realizado con el software Vantage Point (2016).

i) ¿Cuántas citas ha recibido cada documento?

En la matriz con el título de cada documento de este estudio y el número de veces que ha sido citado (ver Figura 3.11), se pueden observar 3 artículos que han sido citados repetidas veces: 77, 150 y 710. Hay 5 artículos que han sido citados menos de 20 veces (5, 8, 9 y 16 veces) y hay 7 documentos que nunca han sido citados.

Los artículos que han recibido el mayor número de citas son *The National System of Innovation in historical perspective* (710) y *A system failure framework for innovation policy design* (150); ambos están centrados en políticas de innovación y no de diseño específicamente.

Figura 3. 11 Matriz título de los documentos y veces que han sido citados.

Reset		Title	1	2	3	4	5	6	7	
		# Records	2	1	1	1	1	1	1	
Times Cited	# Records	▼ ▲								
		Show Values >= 0 and <= 1								
		Cooccurrence # of Records								
		▼ ▲	9	5	8	16	77	150	710	
		1	1	A leading role for design as an economic	0	0	0	0	0	0
		2	1	A system failure framework for innovation	0	0	0	0	0	1
		3	1	Design as an economic development ena	0	0	0	0	0	0
		4	1	Designing the designer: The responsibiliti	0	0	0	0	0	0
		5	1	Evaluating European Regional Innovation	0	1	0	0	0	0
		6	1	Formulating national design policies in the	0	0	1	0	0	0
		7	1	Formulating national design policies: An e	0	0	0	0	0	0
		8	1	Formulating national design policies: An e	0	0	0	0	0	0
		9	1	Innovating through design	0	0	0	0	1	0
		10	1	Mapping public support for innovation: A c	0	0	0	1	0	0
		11	1	Policies for design and policies for innovat	1	0	0	0	0	0
12	1	Regional innovation policy for small-medi	0	0	0	0	0	0		
13	1	Smart innovation policy: How network pos	0	0	0	0	0	0		
14	1	The 'national system of innovation' in histo	0	0	0	0	0	1		
15	1	The innovation dimension: Designing in a	1	0	0	0	0	0		

Fuente: Realizado usando el software Vantage Point (2016).

### **3.2.10. Resultados encontrados**

En las bases de datos bibliográficas no existe una categoría específica relacionada con diseño, lo que hace que al comparar las revistas o los artículos no haya criterios homogéneos. Por ejemplo, dentro de la categoría «Artes y Humanidades» están las revistas *Design Studies* (Elsevier), *Design Issues* (MIT Press Journal), *The Design Journal* (Bery Publishers). Dentro de la categoría «Artes Visuales y Escénicas» están las revistas *Design and Culture* (Design Studies Forum), *Harvard Design Magazine* (Harvard University), *The International Journal of Design Education*. Dentro de la categoría «Estrategia y administración» se encuentra *International Journal of Design* (National Taiwan University of Science and Technology).

Al buscar con el término clave ‘design policy’ y filtrar manualmente los resultados encontrados, en Web of Science resultaron 2 documentos, en Scopus 3 y en Google Académico 7. Esto se debe a que en el motor de búsqueda (Google Académico) los resultados pueden venir de fuentes desconocidas, lo que hace que publicaciones no indexadas en una Base de Datos Bibliográfica (BDB) tengan cabida como resultados de la exploración.

Los artículos encontrados en las BDB tienen términos clave más relacionados con innovación que con diseño. Los 4 términos clave que predominaron en los 15 artículos analizados son: sistemas de innovación, desarrollo económico, diseño, política de innovación. Los dos primeros no habían hecho parte de ninguna ecuación de búsqueda. La palabra ‘diseño’, por ofrecer resultados muy amplios, se utilizó junto a la palabra ‘política’.

---

### **3.2.11. Conclusiones**

Esta exploración, que estaba basada en temas de políticas de diseño, obtuvo resultados que pueden ser tomados en consideración por investigadores de diferentes disciplinas de diseño. Este análisis bibliométrico puede ser una herramienta útil en la toma de decisiones relacionadas con la búsqueda de información por categorías, el uso de una BDB o un motor de búsqueda, el acceso a información de carácter científico o divulgativo, así como la búsqueda de una fuente apropiada para la publicación de un tema relacionado con el diseño.

El hecho de que no exista una categoría específica en diseño hace que un investigador tenga que hacer una búsqueda muy extensa en diferentes categorías para poder detectar revistas especializadas. Esto no pasa en áreas del conocimiento que tienen una categoría propia y que permiten acotar mejor la búsqueda.

Para realizar una investigación en diseño es importante considerar no solo publicaciones indexadas en BDB, sino recurrir también a motores de búsqueda, donde los resultados serán más numerosos. En temas de innovación sí hay una presencia mayor de artículos disponibles en BDB.

Hay numerosas personas destacadas en el campo de estudio de políticas de diseño, cuyos artículos no están indexados en una BDB. Sus publicaciones se pueden encontrar en Google académico, en las webs de los diferentes centros de promoción de diseño o en plataformas de estudio de la Unión Europea, pero estos artículos no se consideraron en este análisis por no pertenecer a una BDB ni estar incluidas en métricas del Journal citation Report (JCR) o de The SCImago Journal & Country Rank

(SJR). Esta diferencia tan grande de información disponible en documentos publicados en fuentes incluidas en bases de datos bibliográficas y en documentos con un carácter divulgativo publicado en otras fuentes, hace que el material aprovechable sobre el campo de estudio de las políticas de diseño no sea homogéneo, y que en el momento de realizar un análisis bibliométrico se tenga que dejar de lado información relevante que proviene de expertos en el tema.

EL Design Management Institute (DMI) edita dos revistas llamadas *Design Management Review* y *Design Management Journal*. En ellas se han publicado gran cantidad de artículos sobre políticas de diseño cuyos autores han trabajado directamente en la creación e implementación de políticas regionales o nacionales de diseño. Pero el hecho de que estas dos revistas no estén en las métricas del JCR o SJR, hace que no se puedan establecer comparativas o tener indicadores sobre las revistas o sus publicaciones.

Las revistas que publicaron los documentos seleccionados y que están relacionadas con diseño están dentro del ranking cuartil Q2. Las revistas que tienen mejor ranking cuartil e índices SJR y JCR pertenecen a la categoría de «Administración» (management). Estas son *Research Policy* y *Technovation*, ambas editadas por Elsevier. Como ya se mencionó, no hay una categoría específica de «diseño»; no es posible hacer una comparativa entre revistas especializadas en este campo de estudio.

Los artículos seleccionados, que están indexados en una BDB, han sido escritos posterior a 2003, esto muestra que las políticas de diseño son un tema de estudio e investigación actual. Tal como lo expone Raulik-Murphy (2010), la promoción del

---

diseño se ha practicado por muchas décadas alrededor del mundo, pero recientemente ha sido tema de debates para poder tener mayores ventajas competitivas en el mercado global.

El uso de un software especializado como Vantage Point (Search Technology Inc.) ayuda a simplificar el procesamiento de la información obtenida. Además, al generar diferentes tipos de gráficos y matrices que permiten visualizar un campo de estudio, ayudan a obtener respuestas como el qué, cómo, cuándo, por quién, dónde, de un tema determinado. El inconveniente es que cuando se trata de un campo de estudio en donde no todos los documentos relevantes están indexados en bases de datos bibliográficas, no se tiene la posibilidad de analizar todo el material disponible y, por tanto, el análisis bibliométrico no hace aportes significativos en este campo de estudio.

### **3.2.12. Bibliografía artículo**

Calvera, A., Taranto, F., & Veciana, S. (2008). Políticas públicas nacionales para el aprovechamiento estratégico del diseño. Barcelona. Retrieved from [http://adp.cat/web/wp-content/uploads/politicas-publicas\\_apd.pdf](http://adp.cat/web/wp-content/uploads/politicas-publicas_apd.pdf)

Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382–1402. <http://doi.org/10.1002/asi.21525>

Design Management Institute. (n.d.). Design Management Institute DMI. Retrieved from [www.dmi.org](http://www.dmi.org)

- Escorcía, T. A. (2008). El análisis bibliométrico como herramienta para el seguimiento de publicaciones científicas, tesis y trabajos de grado. Pontificia Universidad Javeriana.
- Gonzalez de Dios, J., Moya, M., & Mateos Hernández, M. a. (1997). Indicadores bibliométricos: Características y limitaciones en el análisis de la actividad científica. *Anales Españoles de Pediatría*, 47(3), 235–244.
- Henkel, T., & Vullioud, S. (2014). Efficient PhD: Search, Use and Management of scientific Publications. "Scientific and Technical Information Literacy." Lausanne. Retrieved from <http://scientific-info-school.ch/admin/uploads/file/8-support-sis-web-pdf.pdf>
- Raulik-Murphy, G. (2010). A comparative analysis of strategies for design promotion in different national contexts. The University of Wales. The University of Wales. Retrieved from [http://www.seeplatform.eu/images/A Comparative Analysis of Strategies for Design Promotion in Different National Contexts - ago2010 - FINAL.pdf](http://www.seeplatform.eu/images/A_Comparative_Analysis_of_Strategies_for_Design_Promotion_in_Different_National_Contexts_-_ago2010_-_FINAL.pdf)
- SCImago. (n.d.). SCImago Journal & Country Rank. Retrieved January 1, 2016, from <http://www.scimagojr.com/>
- Search Technology Inc. (2013). Vantage Point.
- Taylor, J. R. (2013). A survey of bibliometric tools and techniques and their applications for technology forecasting. Aberystwyth University. Retrieved from <http://www.jibs.ac.uk/prize/taylorjohn2014.pdf>
- Thomson Reuters. (2016). InCites Journal Citation Reports. Retrieved January 1, 2016, from <https://webofknowledge.com/>

---

### 3.2.13. Bibliografía de los 30 artículos seleccionados

- Bodas, I. M. y von Tunzelmann, N. (2008). Mapping public support for innovation: A comparison of policy alignment in the UK and France. *Research Policy*, 37(9), 1446–1464. doi: 10.1016/j.respol.2008.05.005
- Choi, Y.; Cooper, R.; Lim, S.; Evans, M. (2010). National Support for Design: Developing Propositional Models. *Design Management Review*, 21(4), 60–69. doi:10.1111/j.1948-7169.2010.00096.x
- Cruickshank, L. (2010). The Innovation Dimension: Designing in a Broader Context. *Design Issues*, 26(2), 17–26. doi:10.1162/DESI\_a\_00002
- Cunningham, P. (2008). *National and regional policies for design, creativity and user-driven innovation. Pro Inno Europe Thematic Report. Manchester*. Recuperado de [http://www.seeproject.org/images/National and regional policies for design, creativity and user-driven innovation.pdf](http://www.seeproject.org/images/National_and_regional_policies_for_design,_creativity_and_user-driven_innovation.pdf)
- Freeman, C. (1995). The “National System of Innovation” in historical perspective. *Cambridge Journal of Economics*, 19(1), 5–24. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-6944245129&partnerID=tZOtx3y1>
- Hobday, M.; Boddington, A. y Grantham, A. (2012). Policies for design and policies for innovation: Contrasting perspectives and remaining challenges. *Technovation*, 32(5), 272–281. doi: 10.1016/j.technovation.2011.12.002
- Klein, R., Lankhuizen, M.; Gilsing, V.; Woolthuis, R. K.; Lankhuizen, M. y Gilsing, V. (2005). A system failure framework for innovation policy design. *Technovation*, 25(6), 609–619. doi: 10.1016/j.technovation.2003.11.002
- Maffei, S.; Mortati, M. y Villari, B. (2013). Making/Design Policies Together. In

10th European Academy of Design Conference - Crafting the Future (pp. 1–14). Göteborg. Recuperado de [http://daniellen.se/papers/four/making\\_design\\_policies\\_together.pdf](http://daniellen.se/papers/four/making_design_policies_together.pdf)

Mollenhauer, K. y Korvenmaa, P. (2007). Designing the designer: The responsibilities of education in the national/regional systems of design. In DS 43: Proceedings of E and PDE 2007, the 9th International Conference on Engineering and Product Design Education (pp. 613–618). Newcastle. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84859245297&partnerID=tZOtx3y1>

Monguet, J. M. y Calvera, A. (2007). *Disseny\_Cat.: elements per a una politica de disseny a Catalunya*. Barcelona: ACCIÓ CIDEM COPCA.

Nauwelaers, C. y Wintjes, R. (2003). Chapter 8. Towards a new paradigm for innovation policy? (B. T. Asheim, A. Isaksen, C. Nauwelaers, & F. Todtling, Eds.) *Regional Innovation Policy For Small-Medium Enterprises* (1st ed.). Cheltenham: Edward Elgar Publishing. doi:10.4337/9781781009659.00001

Park, J.; Nam, K.-Y. y Chung, K. (2010). Promoting design nationally: Influential factors. *Design Management Journal*, 5(1), 32–39. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1948-7177.2010.00012.x/epdf>

Patrocínio, G. y Bolton, S. (2011). *Comparative Studies on Emerging Issues of National Design Policies*. 1st Cambridge Academic Design Management Conference. Cambridge. Cambridge.

Raulik-Murphy, G.; Cawood, G.; Larsen, P. y Lewis, A. (2008). A comparative analysis of strategies for design in Finland and Brazil. In *Undisciplined! Design Research Society Conference* (pp. 201/1–201/16). Sheffield: Sheffield

- 
- Hallam University. Recuperado de <http://shura.shu.ac.uk/id/eprint/452>
- Raulik-Murphy, G.; Cawood, G. y Lewis, A. (2010). Design Policy: An Introduction to What Matters. *Design Management Review*, 21(4), 52–59. doi:10.1111/j.1948-7169.2010.00095.x
- Scherfig, C.; Brunander, M. y Melander, C. (2010). From the World's First Design Policy to the World's Best Design Policy. *Design Management Review*, 21(4), 6–14. doi:10.1111/j.1948-7169.2010.00089.x
- Sun, Q. (2011). How Policies matter to design. SEE Design Bulletin. Issue 6., 3–7. Recuperado de [http://usir.salford.ac.uk/16806/1/SEE\\_Bulletin6\\_v\\_7\\_-\\_RE-SEARCH.pdf](http://usir.salford.ac.uk/16806/1/SEE_Bulletin6_v_7_-_RE-SEARCH.pdf)
- Sung, W. O.; Song, M. J.; Park, J. y Chung, K. W. (2007). Changing roles of design promotion organizations in the global context and a new theoretical model for a design promotion system. IASDR 07. Hong Kong. Recuperado de [http://www.sd.polyu.edu.hk/iasdr/proceeding/papers/CHANGING\\_ROLES\\_OF\\_DESIGN\\_PROMOTION\\_ORGANIZATION\\_IN\\_THE\\_GLOBAL\\_CONTEXT.pdf](http://www.sd.polyu.edu.hk/iasdr/proceeding/papers/CHANGING_ROLES_OF_DESIGN_PROMOTION_ORGANIZATION_IN_THE_GLOBAL_CONTEXT.pdf)
- Torres Do Patrocinio, G. H. (2013). The impact of European design policies and their implications on the development of a framework to support future Brazilian design policies. Cranfield University. Recuperado de <https://dspace.lib.cranfield.ac.uk/handle/1826/8565>
- Tunstall, E. D. (2007, September). Mapping the Design Policy Landscape. *SEE Design Bulletin - Issue 5*.
- Tunstall, E. D. y Jones, C. (2010). Beyond the Document: Living Institutions of US National Design Policy. *Design Management Review*, 21(4), 16–22. Retrieved

from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1948-7169.2010.00090.x/full>

Turnstall, E. (Dori) (2011). Formulating National Design Policies: An Exchange of Letters: Dear Design Issues Editorial Board. *Design Issues*, 27(1), 83–88. doi:10.1162/DESI\_c\_00059

van Rijnsoever, F. J.; van den Berg, J.; Koch, J. y Hekkert, M. P. (2014). Smart innovation policy: How network position and project composition affect the diversity of an emerging technology. *Research Policy*, 44(5), 1094–1107. doi: 10.1016/j.respol.2014.12.004

Verganti, R. (2006). Innovating through design. *Harvard Business Review*, 84(12), 1–9. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-33845338731&partnerID=tZOtx3y1>

Whicher, A.; Cawood, G. y Walters, A. (2012). Research and Practice in Design and innovation Policy in Europe. In LEADING THROUGH DESIGN (p. 291). Boston: Design Management Institute. Recuperado de [http://www.researchgate.net/profile/Federico\\_Del\\_Giorgio\\_Solfa2/publication/236005244\\_Leading\\_Innovation\\_through\\_Design\\_Proceedings\\_of\\_the\\_DMI\\_2012\\_International\\_Research\\_Conference/links/00b7d51591eb5874c5000000.pdf#page=317](http://www.researchgate.net/profile/Federico_Del_Giorgio_Solfa2/publication/236005244_Leading_Innovation_through_Design_Proceedings_of_the_DMI_2012_International_Research_Conference/links/00b7d51591eb5874c5000000.pdf#page=317)

Wood, B. M. (2009). *A leading role for design as an economic development enabler*. In DS 58-3: Proceedings of ICED 09, the 17th International Conference on Engineering Design (Vol. 3, pp. 37–48). City of Glasgow. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84859228810&partnerID=tZOtx3y1>

- 
- Wood, B. M. (2011). Design as an economic development enabler. *Design Principles and Practices*, 5(4), 589–606. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84859194460&partnerID=tZOtx3y1>
- Woodham, J. (2011). Formulating national design policies: An exchange of letters: Dear editorial board. *Design Issues*, 27(1), 86–88. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-78751479383&partnerID=tZOtx3y1>
- Woodham, J. M. (2010). Formulating National Design Policies in the United States: Recycling the “Emperor’s New Clothes”? *Design Issues*, 26(2), 27–46. doi:10.1162/DESI\_a\_00003
- Zabala-Iturriagoitia, J. M.; Jiménez-Sáez, F. y Castro-Martínez, E. (2008). Evaluating European Regional Innovation Strategies. *European Planning Studies*, 16(8), 1145–1160. doi:10.1080/09654310802315849

### **3.3. Análisis comparativo de políticas de diseño de regiones o países europeos.**

La categorización de la información encontrada y la comparativa entre seis políticas de diseño europeas seleccionadas, fue publicado como artículo a la revista KEPES:

#### ***3.3.1. Título del artículo***

“Análisis comparativo de políticas de diseño de regiones o países europeos.”

#### ***3.3.2. Autores del artículo***

Carolina Gómez-González, Manuel Lecuona y Maria Cristina Hernandez

#### ***3.3.3. Información sobre la fuente***

Revista KEPES Año 14 No. 15 enero-junio 2017, págs. 105-139 ISSN: 1794-7111(Impreso) ISSN: 2462-8115 (En línea)

DOI: 10.17151/kepes.2017.14.15.5

---

### **3.3.4. Resumen:**

El presente análisis forma parte de la Tesis Doctoral “El Sistema Diseño en la Euro-región del Arco Mediterráneo: Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico”<sup>2</sup>. Su propósito es realizar una comparativa entre diferentes políticas de diseño europeas.

Este estudio comenzó con una revisión bibliográfica sobre la implementación de políticas para diseño estratégico en diferentes países y regiones de Europa, así como el análisis de rankings de crecimiento de competitividad, de competitividad en diseño, de desempeño de innovación, entre otros. Como consecuencia de este análisis se seleccionaron cinco países y una región: Reino Unido, Finlandia, Dinamarca, Noruega, Estonia y Flandes.

Al revisar el material bibliográfico se identificaron estrategias comunes en las diferentes políticas de diseño analizadas. Estas fueron clasificadas en doce categorías, siguiendo metodologías de análisis de contenido cualitativo: Apoyo Gubernamental e Instituciones, sensibilización y educación de empresas en temas de diseño, sensibilización y promoción del diseño, fortalecer la educación de diseñadores, apoyo de centros tecnológicos y universidades, fortalecer la investigación, consultoría a empresas, protección intelectual, asociaciones de profesionales de diseño, branding de

---

<sup>2</sup> Tesis en Investigación del programa de doctorado en diseño, fabricación y gestión de proyectos industriales de la Universitat Politècnica de València, elaborada por Carolina Gómez-González y dirigida por Manuel Lecuona Lopez. La defensa de esta tesis será en 2017.

identidad de país o de región, incluir artesanías en el plan de diseño, internacionalización de servicios de diseño.

Posteriormente, se realizaron matrices de análisis y redes de relaciones o mapas conceptuales para evidenciar y comparar visualmente las estrategias que componen las políticas de diseño de cada país/región. Además, puede establecerse una relación entre los rankings de competitividad, crecimiento de competitividad y desempeño en innovación con los mapas de las estrategias. Los países que están en el Top 15 de los diferentes rankings, son los que tienen una marca cromática mayor por tener más número de estrategias que promuevan el diseño como estrategia.

Este análisis comparativo puede ser utilizado en diferentes tipos de políticas de diseño de cualquier territorio con el fin de realizar una detección inicial de estrategias existentes y saber cuál es la complejidad de una política de diseño específica.

### ***3.3.5. Palabras Clave***

Diseño, Competitividad, Innovación, Políticas de Diseño, Promoción de Diseño, Sistema de Diseño.

### ***3.3.6. Introducción***

Las compañías que invierten en diseño tienden a ser más innovadoras, más rentables y a tener un crecimiento más acelerado que aquellas que no lo hacen, pero las ventajas no solo se pueden demostrar a nivel micro-económico. A nivel macro-económico, hay una correlación muy positiva entre el uso del diseño y la competitividad nacional según el documento "*Design as a driver of user-centred innovation*" (European Commission, 2009, p. 2,26)

---

Europa es internacionalmente reconocida por sus capacidades y liderazgo en diseño, estas cualidades provienen de la suma de una diversidad de culturas. Pero, a pesar de tener un gran potencial, el diseño centrado en el usuario y las innovaciones no-tecnológicas no están suficientemente integradas en las políticas y en el soporte a la innovación (European Commission, 2013, p. 4).

Para obtener el máximo aprovechamiento de los recursos del diseño, muchos países y regiones han implementado políticas de diseño que definen diferentes estrategias, como puede ser el fortalecimiento de la educación de los diseñadores, de grupos de investigación, consultorías para empresas, internacionalización de servicios, etc. Siempre teniendo como apoyo al gobierno e instituciones y en la mayoría de los casos gran participación de la empresa privada.

Las políticas de diseño (Raulik-Murphy, 2010), son estrategias del gobierno para alcanzar el desarrollo de los recursos del diseño y fomentar su uso eficaz en el país. La agencia danesa Mollerup Designlab (citado por Calvera et al., 2008, p. 17) define las políticas de diseño como: “Un conjunto de planes encaminados a llevar a cabo actividades promotoras del conocimiento y el uso efectivo del diseño profesional partiendo del supuesto de que estas actividades provocarán un efecto deseado y contribuirán a los objetivos propuestos”.

Según Raulik-Murphy (2010), la promoción del diseño se ha practicado durante muchas décadas en todo el mundo. Pero recientemente ha sido tema de debates sobre como poder obtener mayores ventajas competitivas en el mercado global, lo cual ha llevado al interés por herramientas que ayuden a mejorar la competitividad, la innovación y el diseño.

Este estudio establece una serie de herramientas metodológicas que permiten realizar comparativas entre políticas de diseño implementadas por diferentes países. Contratar y evaluar información de diferentes políticas, según expone Huggings (2010), permite a las regiones conocer los prerrequisitos necesarios para una inteligencia competitiva. Huggings menciona que cada región tiene una combinación única en cuanto a requerimientos de competitividad, pero debido a la globalización se requiere una interacción mayor y una vinculación entre las diferentes estrategias, que ayude a implementar políticas más fuertes. Sin la implementación de diferentes herramientas comparativas, las regiones no tienen la inteligencia competitiva necesaria para engranar en este proceso de conexión global.

### ***3.3.7. Metodología del estudio.***

Este artículo hace parte de una investigación en curso que tiene un enfoque principalmente cualitativo. La investigación está basada en la teoría fundamentada, que, como explica Sampieri et al. (Sampieri et al., 1998, p. 687) "El planteamiento básico del diseño de la teoría fundamentada es que las proposiciones teóricas surgen de los datos obtenidos en la investigación, más que de los estudios previos. Es el procedimiento el que genera el entendimiento de un fenómeno educativo, psicológico, comunicativo o cualquier otro que sea concreto". La unidad de análisis de esta investigación, son las políticas de diseño, específicamente de las regiones o países seleccionados. Por medio de la revisión de la literatura, con datos que provienen de fuentes secundarias de información, se procede a la codificación de la información. Esto dará origen a la definición de categorías que están presentes en las políticas de diseño analizadas y a los segmentos de información que los conforman.

---

Esta metodología, complementada con herramientas de mapas de conceptos y matrices de análisis, ayuda a establecer y a visualizar las relaciones entre las estrategias que conforman las diferentes políticas.

### **3.3.8. Selección de políticas de diseño de diferentes países**

El primer paso para la selección de los países que harían parte de este estudio fue comenzar observando que países/regiones tenían implementadas políticas de diseño; Raulik-Murphy realizó un estudio que incluía un análisis de 44 países, en el cual se detectó que todos los países analizados tienen algún tipo de educación terciaria en diseño; 27 países tienen definido el apoyo al diseño, 41 países tienen programas de promoción de diseño, y 8 países tienen definidas políticas de diseño a nivel nacional. (Raulik-Murphy, 2010, p. 110; Raulik-Murphy, Cawood, Larsen, & Lewis, 2008, p. 201) (ver figura 3.12).

**Figura 3. 12 Mapa en donde se identifican estrategias de diseño en 44 países**



**Nota:** Mapa en donde se identifican estrategias de diseño en 44 países, incluyendo programas para la promoción del diseño, soporte para empresas locales, educación en diseño y políticas gubernamentales para el diseño. El color verde claro indica los países que tienen implementadas estrategias de pro-

moción de diseño, el color verde oscuro indica los países que tienen estrategias de soporte y promoción de diseño, y el color negro indica los países que tienen políticas, soporte y promoción del diseño.

Fuente: Adaptado de "*A comparative analysis of strategies for design in Finland and Brazil*" por Raulik-Murphy, Cawood, Larsen, Lewis, 2008, *Undisciplined! Design Research Society Conference 2008*, p.201/2. Copyright 2008 por Sheffield Hallam University.

En este mapa de Raulik-Murphy (2010; 2008), se observa que todos los países del continente europeo tienen implementado algún tipo de promoción o apoyo al diseño, por lo que un análisis comparativo puede dar resultados más homogéneos si se circunscribe únicamente a Europa.

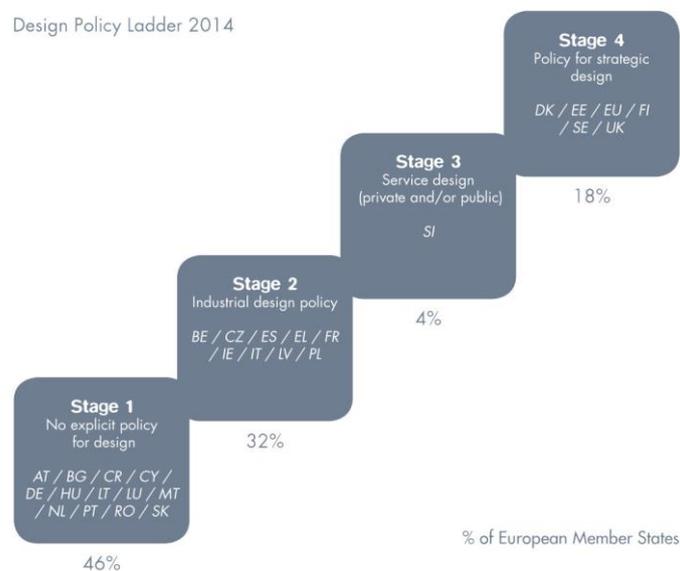
Para la selección de los 6 países o regiones que se incluirán en este estudio, se recurrirá a resultados aportados por el *SEE Platform*, un proyecto de la Unión Europea como parte de la "*European design innovation initiative EDII*", que desarrolló herramientas para mapear el diseño en las políticas de innovación a lo largo de Europa (*Design Policy Monitor*) y el *Global Design Watch*, un estudio publicado por Designium, el Centro para innovación en diseño de la Aalto University en Finlandia (2013).

En el *Design Policy Monitor* (A. Whicher, Swiatek, & Cawood, 2015, p. 19) , los siguientes son los países que tienen implementadas las 4 categorías del estudio (Apoyo al diseño, promoción de diseño, centro de diseño y política de diseño): Bélgica, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Holanda, Reino Unido.

Esta información se cruzará con la *Design Policy Ladder 2014* (A. Whicher, 2014) (*ver figura 3.13*), que es una herramienta para evaluar el nivel de implementación de políticas de diseño en los diferentes países de la Unión Europea, que se deriva de la escalera de diseño (*danish design ladder*), y en la cual el primer peldaño representa

la ausencia de políticas de diseño de una forma explícita, el segundo peldaño representa la implementación de políticas de diseño industrial, el tercer peldaño representa el diseño de servicios de forma privada y/o pública, y el cuarto peldaño representa la implementación de políticas para un diseño estratégico.

**Figura 3. 13 Escalera de Políticas de Diseño (Design Policy Ladder) de países miembros de la Unión Europea.**



**Nota:** Escalera de Políticas de Diseño (*Design Policy Ladder*) de países miembros de la Unión Europea. Fuente: Adaptada de “*Design Policy Monitor 2014. Reviewing Innovation and Design Policies across Europe*” por Whicher, 2014, *SEE Platform Bulletin, Issue 11*, p.5. Copyright 2014 por PDR at Cardiff Metropolitan University.

Los países que están en el cuarto peldaño de la escalera, debido a que tienen implementadas políticas de diseño con fines estratégicos son: Dinamarca, Estonia, Finlandia, Suecia, Reino Unido

Los países que aparecen como resultado en las dos herramientas analizadas del *Design Policy Monitor* (2015) son: Dinamarca, Estonia, Finlandia y Reino Unido. Estos cuatro países se seleccionarán como parte de la investigación de esta tesis.

Además, se incluirá Noruega, un país que no hace parte de la comisión Europea, y por eso no está incluido en el *Design Policy Monitor*. Pero que estaría ubicado en el cuarto peldaño de la escalera de políticas de diseño.

Para finalizar la selección, se buscó una región, para tener diversidad al no analizar únicamente países. La región seleccionada es Flandes; como región federal de Bélgica, Flandes comenzó actividades de promoción del diseño en 1965 y actualmente tienen políticas para potenciar al diseño como elemento estratégico de crecimiento regional, esta es una de las regiones europeas con estrategias de apoyo, promoción y políticas más completas. (Valcke, 2010; A. H. Whicher, Cawood, & Walters, 2012, p. 25; A. Whicher et al., 2015). Además, en el estudio de Whicher (2014, p.4) se expone que Bélgica cuenta con estrategias de soporte, promoción, políticas y centro de diseño.

Con el fin de tener una visión más completa de la competitividad en diseño y creatividad en los diferentes países seleccionados, se tomó como referencia la información del *Global Design Watch* (Immonen et al., 2013, p. 19). En el ranking de crecimiento

---

de competitividad puede observarse como 5 de los 6 países seleccionados están dentro de las primeras 18 posiciones: Dinamarca (5), Finlandia (6), Reino Unido (13), Noruega (14), Bélgica (18)

Estonia, ocupa la posición número 35. Una de las razones de la diferencia de posicionamiento con los otros países analizados, es que las políticas de diseño de Estonia, no han sido planteadas desde el mismo país, sino que estas han sido encargadas por el gobierno danés, desarrolladas por Mollerup Designlab A/S, y han sido implementadas inicialmente por empresas privadas (Mollerup Designlab A/S, 2003, p. 12). Esto le otorga a Estonia una buena posición en la escalera de políticas de diseño, pero como aún no forman parte de las políticas gubernamentales del país, esto puede estar incidiendo a nivel de competitividad.

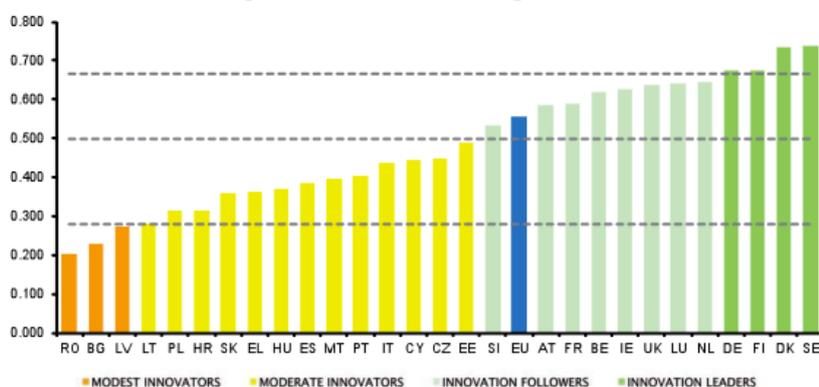
En el ranking de competitividad en diseño de Immonen *et al.* (2013, p.20), los países seleccionados ocupan las siguientes posiciones: Dinamarca (6), Finlandia (7), Bélgica (12), Reino Unido (14), Noruega (17), Estonia (38).

Para terminar el proceso de selección de países a analizar, se tomó como referencia el desempeño de la innovación de los estados miembros de la Unión Europea, del “*Innovation Union Scoreboard 2015*” (Hollanders, Es-Sadki, & Kanerva, 2015, p. 5). En la *figura 3.14* puede observarse como 5 de los 6 países seleccionados están por encima del promedio de la Unión Europea. Finlandia y Dinamarca, están considerados como “líderes en innovación”. Esto quiere decir que su desempeño de la innovación está un 20% por encima del nivel promedio de la UE.

Reino Unido y Bélgica, son “seguidores de innovación”, con resultados en innovación que están en un nivel ligeramente superior a la media de la Unión Europea. (Hollanders et al., 2015, p.4)

El único país que está por debajo del promedio de la UE, es Estonia, clasificado como innovador moderado. En la medición del año anterior hizo parte del grupo de países "seguidores de innovación". (Hollanders et al., 2015, p.10)

**Figura 3. 14** Gráfico de desempeño de innovación de los países miembros de la Unión Europea.



**Nota:** Gráfico de desempeño de innovación de los países miembros de la Unión Europea. El color naranja representa los países con innovación modesta, el color amarillo representa innovación moderada, el color verde claro representa los países seguidores de innovación, la barra de color azul representa la media de países de la UE, y el color verde oscuro representa a los países líderes en innovación. Fuente: "Innovation Union Scoreboard 2015", por Hollanders, Es-Sadki, & Kanerva, 2008, en *the European Innovation Scoreboards project for the European Commission*, p.5. Copyright 2015 por European Union.

Posteriormente a la selección de los seis países/regiones, se procedió a la implementación de herramientas que permiten una comparativa entre ellos. Aunque hay claras diferencias geográficas, culturales, económicas, gubernamentales, todos tienen aspectos similares que hacen posible realizar esta comparativa.

---

### *3.3.9. Herramientas comparativas para el análisis cualitativo*

El primer paso para la construcción de las diferentes herramientas comparativas fue llevar a cabo una revisión de la literatura sobre políticas y promoción del diseño de cada uno de los países/regiones seleccionados, mediante un análisis de las páginas Web de los distintos centros de promoción, el rastreo de las bases de datos bibliográficas Scopus y Web of Science y el motor de búsqueda Google Académico donde se llevó a cabo una búsqueda de documentos publicados sobre las diferentes políticas de diseño que permitieran comparar las estrategias y resultados obtenidos por los diferentes países/regiones. Como parte de esta investigación en el mes de mayo saldrá publicado un artículo sobre un “Análisis bibliométrico de políticas de diseño” (Gómez-González et al., 2017b)

En la tabla 1, se especifica el centro de promoción de diseño de cada país o región, quién es el agente que financia, los principales factores de cada programa de diseño, y cuáles son los documentos revisados para obtener información sobre las estrategias implementadas.

A continuación, se especifica el centro de promoción de diseño de cada país o región, y los principales datos sobre cada política de diseño:

- **Dinamarca:** La última iniciativa de política fue en 2007, con la publicación del Design Denmark por el gobierno danés. Los principales objetivos son generar crecimiento en y gracias a la industria del diseño. Esto acompaña la visión del gobierno de "recuperar la posición de Dinamarca como élite de diseño". Su centro de promoción es el Danish Design Centre DDC (<http://ddc.dk/en/>). Es financiado por gobierno (ministerios de cultura, negocios, educación e investigación) y empresa privada. (Danish Design

Centre DDC, 2014; Immonen et al., 2013; Josiassen & Rosted, 2014; Scherfig et al., 2010)

- **Estonia:** Desde el 2014 el diseño está bajo la administración del Ministerio de Cultura. La propuesta de política de diseño fue preparada por el Ministerio de Dinamarca de economía y negocios. Este está financiado principalmente por Enterprise Estonia, que es una entidad gubernamental para el apoyo de la industria. El Ministerio de Cultura apoya los diseñadores a través de la asociación de diseñadores y el *Estonian Design Centre* (<https://disainikeskus.ee/en>) Entre 2014 y 2020 el desarrollo de las industrias creativas estará apoyado por la Unión Europea. (Mollerup Designlab A/S, 2003; Poslawski & Sipelgas, 2010; See Platform, 2013b; SEE Platform, 2012)
- **Finlandia:** El programa de diseño de Finlandia fue preparado en 2012 bajo la dirección de los ministerios de empleo y economía y el de educación y cultura. Además, contó con el apoyo de representantes del sector público y privado, organizaciones de diseño, universidades y el fondo para la innovación Sitra. Su centro de diseño es el Design Forum Finland (<http://www.designforum.fi/en>). (Ministry of Employment and the Economy & Ministry of Education and Culture, 2014; Raulik-Murphy, 2010; Raulik-Murphy et al., 2008; TEKES, 2007)
- **Flandes:** Flanders ha posicionado el diseño en un contexto de política industrial. En el 2011, seis organizaciones firmaron el *Flanders Design Platform Charter* para comprometerse al uso estratégico del diseño. Su centro de diseño es el Design Vlaanderen (Design Flanders <http://designvlaanderen.be/en>). Este está financiado por el Gobierno de Bélgica. (Design Flanders, 2006; See Platform, 2013a; Valcke, 2010)

- 
- **Noruega:** Los tres principales agentes que intervienen en la estrategia de diseño son el Norwegian Design Council (NDC) ([http://www.norskdesign.no/old\\_en/](http://www.norskdesign.no/old_en/)) que es el responsable de la creación de políticas que promuevan el diseño; Innovation Norway, que se encarga de informar y apoyar económicamente las empresas comprometidas con la innovación; y la fundación privada Norsk Form que trabaja por aumentar la percepción del valor que aportan el diseño y la arquitectura. (Immonen et al., 2013, p.13). (Calvera et al., 2008; Norwegian Design Council, 2007)
  - **Reino Unido:** El último programa es "Design in innovation strategy (2015 to 2019)". Los principales objetivos de esta estrategia son que las empresas puedan innovar mejor, crecer más rápido y alcanzar éxito comercial por medio del uso del diseño en etapas tempranas. Mejorar el desempeño de las empresas de UK repercutirá en los beneficios globales de la economía del país. Su centro de diseño es el Design Council (<http://www.designcouncil.org.uk/>) (Choi et al., 2010; Design Council, 2010, 2013; Sun, 2010)

Al revisar la información y el material bibliográfico referenciado en la tabla 1, se identificaron estrategias que han sido planteadas como parte de la política de diseño de cada país / región. Estas estrategias en las cuales influyen la macroeconomía, lineamientos de gobierno e instituciones, infraestructuras, experiencia en temas de diseño, centros educativos y tecnológicos, incorporación del diseño en la cultura de los consumidores, entre otros aspectos, fueron sistematizadas y clasificadas en categorías, siguiendo la metodología de investigación de teoría fundamentada. Según explica Bardin (Bardin, 2002, p. 28), esta intenta tomar en consideración la totalidad de un texto para pasarlo por el molinillo de la clasificación.

En este diseño de teoría fundamentada, los segmentos de análisis surgieron de la revisión de literatura de la selección de políticas, y estos a su vez fueron agrupados en categorías, las cuales no estaban preconcebidas antes del inicio de esta investigación. Se siguió la metodología de la codificación abierta, en donde, según Sampieri *et al.* (1998, p. 688) “el investigador revisa todos los segmentos del material para analizar y genera por comparación constante categorías iniciales de significado”. Se buscó que estas categorías cumplieran reglas de categorización, que fueran excluyentes entre ellas, que fueran significativas y claras (Ruiz Olabuenaga, 2012, pp.204-208).

Cada categoría se compone de estrategias implementadas por diferentes países/regiones como parte de sus políticas de diseño. Estas estrategias identificadas, en las metodologías de análisis de información estudiadas, se consideran segmentos de información. Una vez se tenían identificadas las categorías y las unidades de análisis, se establecieron relaciones entre categorías o temas.

Estas son las doce categorías identificadas en la bibliografía, que de una u otra forma están presentes en las seis regiones/países seleccionados

1. Apoyo Gubernamental e Instituciones.
2. Sensibilización y educación de empresas en temas de diseño.
3. Sensibilización y promoción del diseño.
4. Fortalecer la educación de diseñadores.
5. Apoyo de Centros tecnológicos y Universidades
6. Fortalecer la investigación.

- 
7. Consultoría a empresas
  8. Protección intelectual.
  9. Asociaciones de profesionales de diseño.
  10. Creación de marca de identidad de país o de región.
  11. Incluir artesanías en el plan de diseño.
  12. Internacionalización de servicios de diseño.

### **3.3.10. Comparativa de estrategias entre las diferentes políticas de diseño**

Para la realización de la investigación cualitativa, se efectuó una adaptación de metodologías de análisis de información, como las *matrices de análisis* y las *matrices de contingencia* (Bardin, 2002; Varguillas, 2006). Se realizó una matriz para cada una de las 12 categorías, en donde cada una de ellas se compone de estrategias implementadas por diferentes países/regiones como parte de sus políticas de diseño. Estas estrategias identificadas, en las metodologías de análisis de información estudiadas, se consideran segmentos de análisis.

Estas matrices sirvieron para comparar y evidenciar qué países cuentan con un mayor número de estrategias y cuáles son las estrategias más implementadas, además de evidenciar cuáles son las categorías que tienen más estrategias dentro de las diferentes políticas.

**Tabla 3. 6 Matriz de análisis de la categoría "APOYO DE GOBIERNO E INSTITUCIONES"**

Estrategias (Unidades de análisis)	Políticas diseño					
	Finlandia	Dinamarca	Noruega	Estonia	Flandes	U.K
Fomentar la incorporación del diseño a las empresas por medio de estímulos. Especialmente Pymes	x	x	x	x	x	x
Incentivos económicos para fortalecimiento de I+D en empresas	x		x		x	x
Ayuda económica a multinacionales para que se establezcan departamentos de I+D en el país.		x				x
Uso de diseño para resolver necesidades del sector público	x	x	x	x	x	x
Incentivos para que Pymes y empresas más grandes realicen proyectos innovadores.	x				x	x

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla3. 7 Matriz de análisis de la categoría "SENSIBILIZACIÓN Y EDUCACIÓN DE EMPRESAS EN TEMAS DE DISEÑO"**

Estrategias (Unidades de análisis)	Políticas diseño					
	Finlandia	Dinamarca	Noruega	Estonia	Flandes	U.K
Ofrecer talleres de formación en diseño para empresas	x	x	x	x	x	x
Creación de herramientas adecuadas para la conexión pymes-diseñadores	x	x		x		x
Libros, manuales y guías para ayudar a la empresa en la incorporación de diseño	x			x	x	x

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 3. 8 Matriz de análisis de la categoría "SENSIBILIZACIÓN Y PROMOCIÓN DEL DISEÑO"**

<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	<b>Políticas diseño</b>					
	<b>Finlandia</b>	<b>Dinamarca</b>	<b>Noruega</b>	<b>Estonia</b>	<b>Flandes</b>	<b>U.K</b>
Publicaciones de boletines que informen sobre diseño	x			x	x	x
Publicaciones periódicas que informen sobre el resultado económico de las empresas con la implementación del diseño		x				x
Publicación de revistas especializadas en diseño		x		x	x	x
Premiaciones de diseño	x	x	x	x	x	x
Exposiciones de proyectos de diseño	x	x	x	x	x	x
Incentivar la participación en ferias especializadas	x	x	x	x	x	x
Establecer una red de centros que tengan espacio para exposiciones, seminarios, entidades profesionales, incubadora de negocios, oficina de servicios, etc.		x				x
Campaña en diferentes medios para promocionar las ventajas del diseño	x	x	x			x
Programas de televisión que promocionen el diseño	x			x		x
Educación básica en diseño a los niños desde el colegio. Los profesores deberán recibir formación en diseño previamente.	x	x		x		x
Creación de "retos de diseño" en colegios, para desarrollar habilidades en creatividad, innovación y diseño	x	x				x
Capacitaciones o páginas Web del centro de promoción de diseño con material educativo para que los profesores usen en los colegios para sensibilizar a los alumnos en diseño		x				x
Creación de Día o Semana Internacional del Diseño	x	x	x	x		x
Promoción en asociaciones de consumidores	x	x		x		
Creación de un centro de promoción	x	x	x	x	x	x

El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:

Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.

Impartir cursos en diseño para estudiantes de ingenierías y comercio.	x			x		x
Museo de diseño y/o galería	x	x	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 3. 9 Matriz de análisis de la categoría "APOYO CENTROS TECNOLÓGICOS Y UNIVERSIDADES"**

Estrategias (Unidades de análisis)	Políticas diseño					
	Finlandia	Dinamarca	Noruega	Estonia	Flandes	U.K
Creación de laboratorios para validación de producto, de prototipados, etc.	x	x	x	x	x	x
Estrechar la relación centros tecnológicos - Industrias	x	x	x		x	x
Creación de programas para promover el acercamiento / cooperación Universidades-Empresas	x	x		x		x
Creación de redes de parques tecnológicos y centros expertise para empresas innovadoras tecnología y diseño.	x		x			
Relaciones entre incubadoras empresas / centros de emprendimiento con Pymes	x		x			x

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 3. 10 Matriz de análisis de la categoría "FORTALECER EDUCACIÓN DE DISEÑADORES".**

Estrategias (Unidades de análisis)	Políticas diseño					
	Finlandia	Dinamarca	Noruega	Estonia	Flandes	U.K
Impartir asignaturas multidisciplinares sobre temas importantes para las empresas (marketing, económicas, producción, etc.)	x	x	x	x	x	x
Incluir liderazgo en negocios / emprendimiento en planes de estudio	x	x		x		x
Becas y convenios para educación en el exterior.	x	x	x	x	x	x
Facilitar educación continuada de diseñadores	x	x	x	x	x	x
Fomentar la relación Universidad-Empresa	x	x	x	x	x	x
Fomentar la relación entre centros educativos	x	x	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla3. 11 Matriz de análisis de la categoría "CONSULTORÍA A EMPRESAS"**

Estrategias (Unidades de análisis)	Políticas diseño					
	Finlandia	Dinamarca	Noruega	Estonia	Flandes	U.K
Consultoría a empresas para mejorar su implementación de diseño	x	x	x	x	x	x
Consultoría a diseñadores que necesiten apoyo como empresarios	x		x	x	x	x
Asesorar a las empresas en la incorporación de un Design Manager	x	x	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia

**Tabla3. 12 Matriz de análisis de la categoría "PROTECCIÓN INTELECTUAL"**

Estrategias (Unidades de análisis)	Políticas diseño					
	Finlandia	Dinamarca	Noruega	Estonia	Flandes	U.K
Ofrecer formación en protección intelectual desde carreras de grado		x				x
Agencia que proporcione asesoría a las pymes sobre propiedad intelectual gratuitamente además de conferencias y jornadas.	x	x	x		x	x
Apoyar las patentes generadas desde la academia, para que puedan ser explotadas en colaboración con la Industria					x	x
Desarrollar herramientas con interfaz de uso "amigables" para que las pymes se relacionen con información de protección intelectual.		x	x		x	x
Asesoría para que diseñadores puedan patentar sus diseños	x	x	x			x

Fuente: Elaboración propia

**Tabla3. 13 Matriz de análisis de la categoría "ASOCIACIONES DE PROFESIONALES DEL DISEÑO"**

Estrategias (Unidades de análisis)	Políticas diseño					
	Finlandia	Dinamarca	Noruega	Estonia	Flandes	U.K
Promover la agrupación de profesionales de diferentes áreas del diseño	x	x	x	x		x
Fortalecer las industrias creativas por medio de la creación de distritos en los que se agrupen pequeños negocios	x	x	x	x		x

Participación de asociaciones de diseñadores en diferentes proyectos y organización de redes de investigación en centros educativos.		x				
--	--	---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

**Tabla3. 14** Matriz de análisis de la categoría "CREACIÓN DE MARCA DE IDENTIDAD DE PAIS O REGIÓN"

Estrategias (Unidades de análisis)	Políticas diseño					
	Finlandia	Dinamarca	Noruega	Estonia	Flandes	U.K
Posibilidad de hacer branding con la marca del país o región.	x	x	x			x

Fuente: Elaboración propia

**Tabla3. 15** Matriz de análisis de la categoría "INCLUIR ARTESANIAS EN EL PLAN DE DISEÑO"

Estrategias (Unidades de análisis)	Políticas diseño					
	Finlandia	Dinamarca	Noruega	Estonia	Flandes	U.K
Certificación de productos que evidencien una "herencia cultural" del país.	x	x	x		x	x
Preparación de artesanos en diferentes campos profesionales (materiales, producción, empresa)	x	x	x	x	x	x
Financiar becas para que los artesanos puedan tener formación internacional		x				x
Favorecer la exportación de artesanías	x	x	x		x	x
Formación técnica en artesanías.	x	x	x	x	x	x
Potenciar "artesanía moderna" con apoyo de áreas de diseño	x	x	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3. 16. Matriz de análisis de la categoría "INTERNACIONALIZACIÓN DE SERVICIOS DE DISEÑO"**

Estrategias (Unidades de análisis)	Políticas diseño					
	Finlandia	Dinamarca	Noruega	Estonia	Flandes	U.K
Asesoría y apoyo de la internacionalización de servicios	x	x	x	x	x	x
Prestar asesoría en temas de exportación	x	x	x		x	x
Exposición de la obra de diseñadores en otros países			x		x	x

*Fuente: Elaboración propia*

Con las categorías y estrategias identificadas para la primera etapa del análisis (elaboración de matrices), se procedió a una segunda fase que consistió en organizar las estrategias que componen cada categoría en una *red de relaciones o mapa conceptual* (ver figura 3.15).

Las redes o mapas según Varguillas (2006, p.77), representan gráficamente posibles estructuras o sistemas de relaciones, sobre todo entre las categorías. Y es en ellas donde se hacen explícitas las interpretaciones.

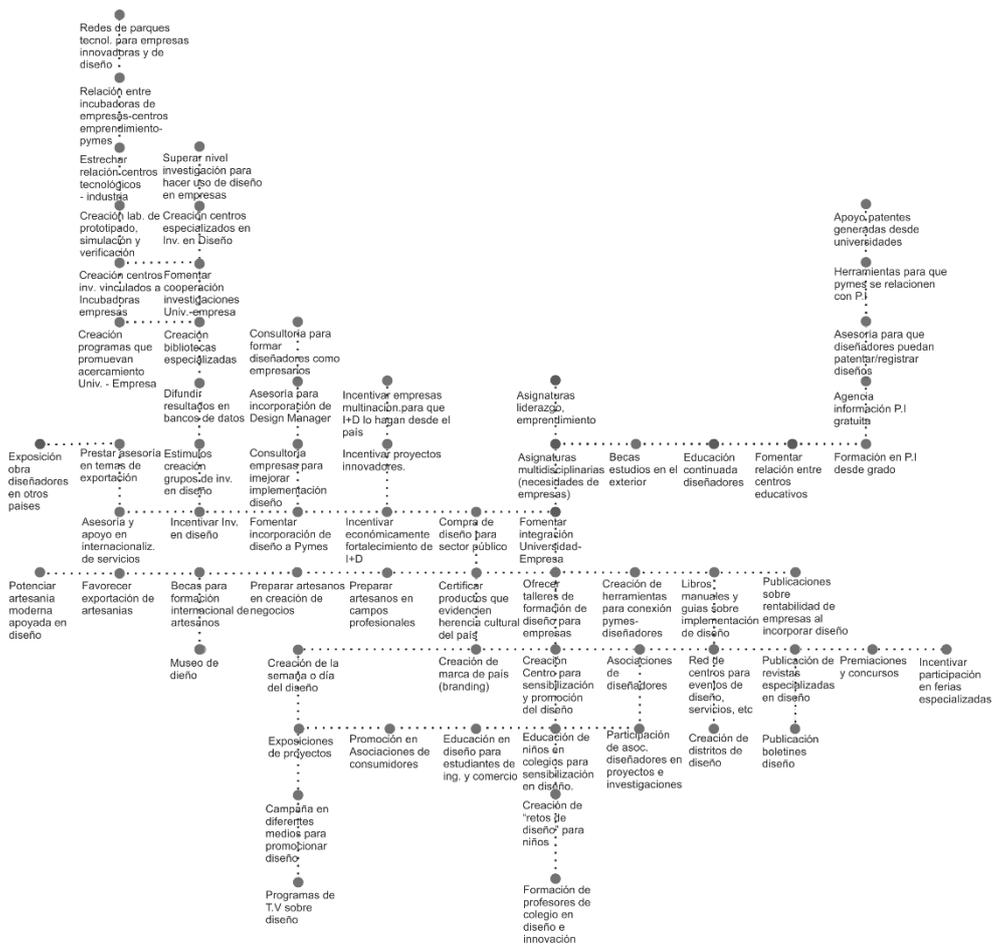
El mapa conceptual (González García, Ibañez Moya, Casalí Sarasíbar, López Rodríguez, & Novak, 2000, p. 87) puede ser considerado como una representación visual de la jerarquía y las relaciones entre conceptos encontrados en la bibliografía, además sirve de mediador traduciendo material jerárquico a texto lineal y viceversa.

---

Se realizó una red de relaciones o mapa conceptual con todas las estrategias de las doce categorías, que habían sido identificadas en las matrices (ver figura 3.15), de esta forma, se representan de forma gráfica los principales aspectos que serán objeto de estudio en esta investigación cualitativa, así como las posibles relaciones existentes entre ellos, tal como explican Miles y Huberman (1994) citados en Rodríguez Gómez, Gil Flores, & García Jimenez (Rodríguez Gómez et al., 1999, p. 87).

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:  
 Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

**Figura 3. 15 Red o mapa conceptual de todas las estrategias identificadas en las 12 categorías.**

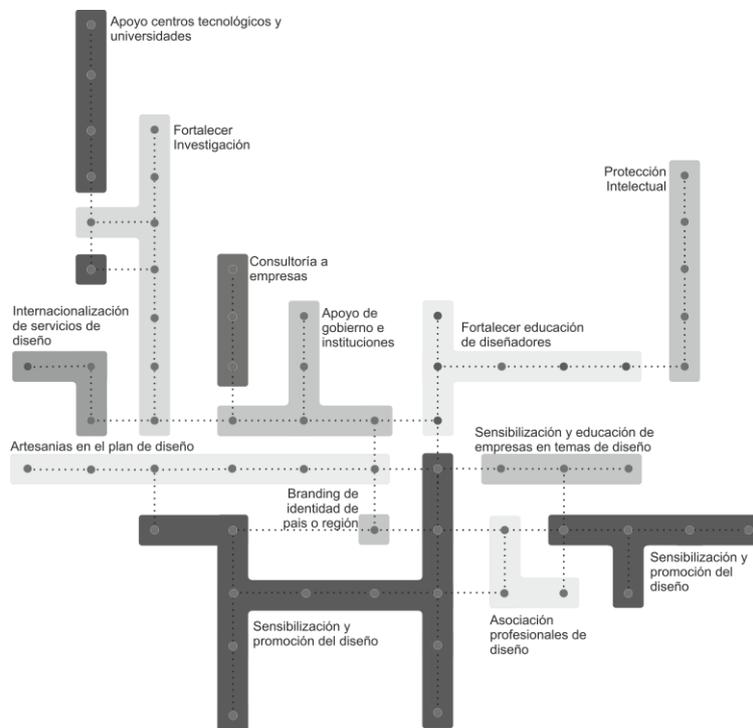


Nota: Red o mapa conceptual de todas las estrategias identificadas en las 12 categorías. Cada estrategia está asociada a un punto, la relación entre conceptos se representa por medio de una línea punteada. .I = Propiedad Intelectual, Univ. = Universidades, Inv.= Investigación, Ing.=Ingeniería

Fuente: Elaboración propia.

Para enfatizar la imagen gráfica de la relación entre estrategias, se marcaron áreas cromáticas agrupando las diferentes categorías. Este mapeado permite evidenciar gráficamente cuales son las categorías que cuentan con un mayor número de estrategias (ver figura 3.16).

**Figura 3. 16** Mapa conceptual con todas las estrategias identificadas agrupadas por áreas cromáticas según la categoría a la que pertenecen.



**Nota:** Mapa conceptual con todas las estrategias identificadas agrupadas por áreas cromáticas según la categoría a la que pertenecen. Cada estrategia está representada por un punto. Se suprimió el texto que describe cada estrategia (ver figura 4) para poder analizar el mapa de una forma más conceptual.

Fuente: Elaboración propia.

Para la conexión del mapa con datos del entorno se realizó una red o mapa conceptual para cada uno de los países/regiones, donde únicamente aparece señalada la estrategia si ha sido identificada en la política de diseño. Esto permitió indicar conceptos implementados y la relación entre ellos (Ver figuras 3.17 a 3.22).

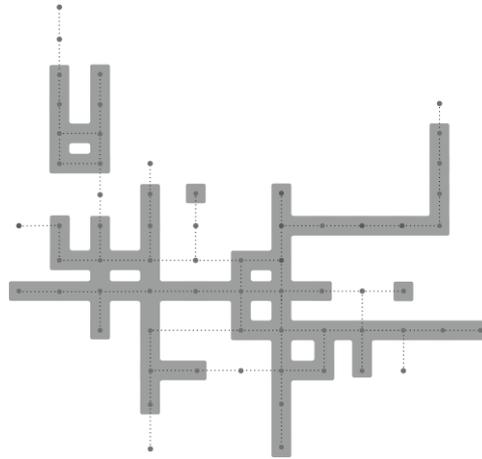
Si el área cromática (que resulta de señalar las estrategias implementadas) tiene una extensión mayor quiere decir que ese país/región cuenta con una política de diseño más completa. A mayor porcentaje cromático, mayor número de estrategias implementadas.

Esta es una herramienta derivada de la metodología de redes de relaciones o mapas conceptuales que permite realizar una comparativa a nivel general de estrategias implementadas por diferentes países/regiones.

Como argumenta Vasilachis de Gialdino et al. (2006, p. 77) el mapa conceptual permite reconocer el "territorio" teórico, pero al relacionarlo con los datos de realidad, se puede advertir la falta de conceptos, que los existentes se pueden enriquecer encontrando otras dimensiones o propiedades o que faltan relaciones importantes, etc.

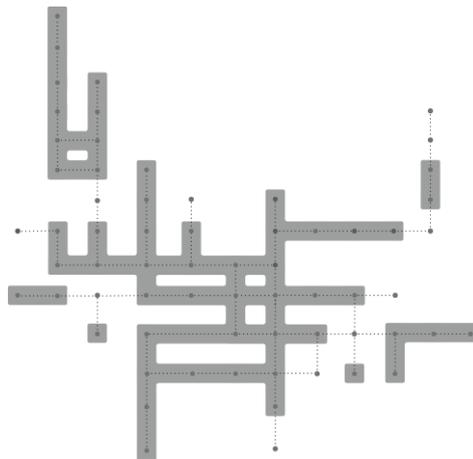
---

**Figura 3. 17** Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Dinamarca.



*Nota:* Mapa conceptual que representa con puntos todas las estrategias identificadas en las diferentes políticas analizadas. Las estrategias detectadas en la política de diseño de DINAMARCA, están marcadas de color gris. (ver figura 3.15 con textos descriptivos). Fuente: Elaboración propia.

**Figura 3. 18** Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Finlandia



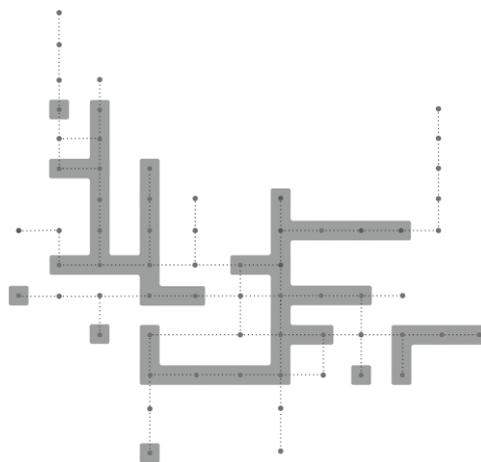
*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:*

*Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

---

**Nota:** Mapa conceptual que representa con puntos todas las estrategias identificadas en las diferentes políticas analizadas. Las estrategias detectadas en la política de diseño de FINLANDIA, están marcadas de color gris. . (ver figura 3.15 con textos descriptivos). Fuente: Elaboración propia.

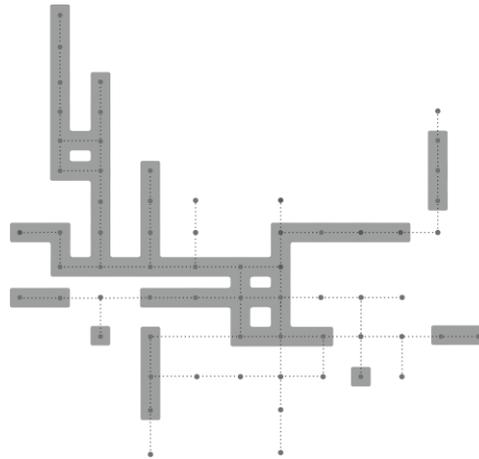
**Figura 3. 19 Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Estonia**



**Nota:** Mapa conceptual que representa con puntos todas las estrategias identificadas en las diferentes políticas analizadas. Las estrategias detectadas en la política de diseño de ESTONIA, están marcadas de color gris. . (ver figura 3.15 con textos descriptivos). Fuente: Elaboración propia.

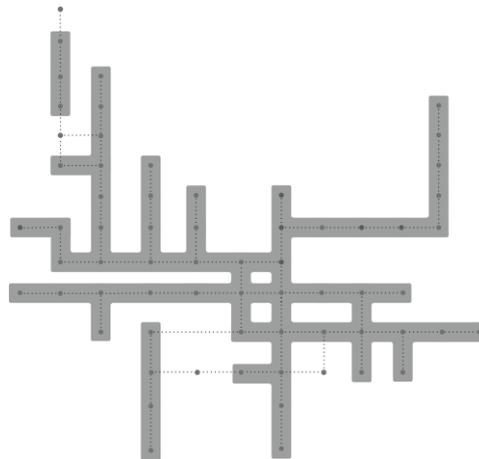
---

**Figura 3. 20** Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Noruega



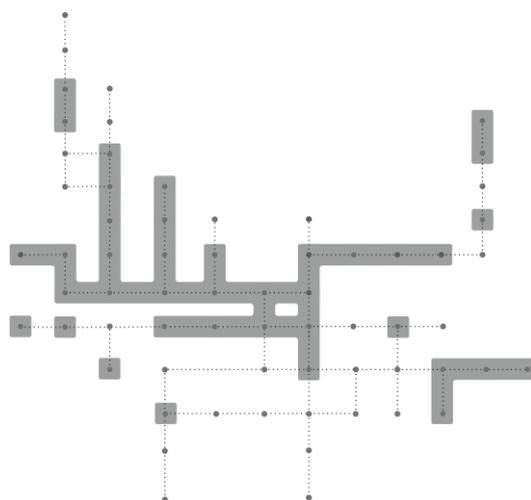
*Nota:* Mapa conceptual que representa con puntos todas las estrategias identificadas en las diferentes políticas analizadas. Las estrategias detectadas en la política de diseño de NORUEGA, están marcadas de color gris. . (ver figura 3.15 con textos descriptivos). Fuente: Elaboración propia.

**Figura 3. 21** Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Reino Unido



*Nota:* Mapa conceptual que representa con puntos todas las estrategias identificadas en las diferentes políticas analizadas. Las estrategias detectadas en la política de diseño de REINO UNIDO, están marcadas de color gris. . (ver figura 3.15 con textos descriptivos). Fuente: Elaboración propia.

**Figura 3. 22 Mapa conceptual que representa con puntos las estrategias detectadas en la política de diseño de Flandes**



*Nota:* Mapa conceptual que representa con puntos todas las estrategias identificadas en las diferentes políticas analizadas. Las estrategias detectadas en la política de diseño de FLANDES, están marcadas de color gris. Se suprimió el texto que describe cada estrategia (ver figura 3.15) para poder analizar el mapa de una forma más conceptual. Fuente: Elaboración propia.

### **3.3.11. Conclusiones**

Al realizar el análisis bibliográfico de las políticas de diseño y de los estudios comparativos disponibles hasta el primer semestre de 2016, se evidencian elementos que establecen las diferentes políticas además de los aspectos de diferenciación o simili-

---

tud entre ellas. Estos elementos serán definidos como categorías para facilitar el análisis de contenido. En este análisis se identificaron 12 categorías: Apoyo Gubernamental e Instituciones, sensibilización y educación de empresas en temas de diseño, sensibilización y promoción del diseño, fortalecer la educación de diseñadores, apoyo de centros tecnológicos y universidades, fortalecer la investigación, consultoría a empresas, protección intelectual, asociaciones de profesionales de diseño, *branding* de identidad de país o de región, artesanías en el plan de diseño y, la internacionalización de servicios de diseño.

Cada categoría se compone de estrategias, que se compararon por medio de diferentes herramientas metodológicas, como matrices de análisis y creación de redes o mapas conceptuales.

Al analizar los diferentes mapas conceptuales, se evidencia la combinación de estrategias que acomete cada país para cumplir objetivos similares y se puede observar también áreas en donde habría posibilidades de desarrollar nuevas estrategias para cada país en relación con lo que otros han hecho.

Reino Unido es el país que acomete el mayor número de las estrategias analizadas, seguido de Finlandia. La experiencia de los años ayuda a tener sistemas de diseño más completos. El apoyo gubernamental y de instituciones públicas es fundamental para poder tener solidez en estos programas.

Todas las políticas de diseño analizadas tienen entre sus principales objetivos la incorporación del diseño a las Pymes, cada una lo plantea con técnicas distintas, pero el denominador común son las ayudas mediante incentivos económicos.

El área cromática de mayor proporción es la de la categoría de Promoción del diseño y sensibilización de los consumidores. Esto se debe a la necesidad que tienen los gobiernos nacionales y regionales de explicar y dar a conocer a la ciudadanía, empresas y entidades gubernamentales los beneficios que ofrece la implementación del diseño, y el aprovechamiento de todo su potencial. (Raulik-Murphy, 2010, p. 12) .

La promoción del diseño es una actividad que se lleva a cabo en la mayoría de economías competitivas. En algunos países es liderada por políticas gubernamentales, en otros, se lleva a cabo por el sector diseño ante la ausencia de estrategias gubernamentales y en algunos ante la ausencia de políticas y de un sector profesional de diseño organizado, se llevan a cabo a nivel privado por diseñadores. (Raulik-Murphy, 2010, p. 18)

En los mapas comparativos, se ha observado que las políticas de diseño de Reino Unido y Finlandia son las que tienen más actividades relacionadas con la promoción del diseño. Esto se debe a que poseen un alto nivel de madurez en el aprovechamiento del diseño.

Los países que ya han resuelto la etapa inicial de incorporación del diseño en las pequeñas y medianas empresas, ofrecen incentivos para fortalecer las áreas de I+D. Incluso Reino Unido ofrece estímulos a empresas extranjeras que deseen establecerse en el país y realizar actividades de Investigación.

Los programas de diseño que han sido implementados recientemente tienen planes como la creación de laboratorios, bibliotecas, centros tecnológicos, mejorar la calidad de la educación del diseño diversificando las asignaturas para que se adapten más a necesidades de la empresa; mientras que los programas de diseño con muchos

---

años de experiencia, tienen estrategias más relacionadas con la conexión en redes de laboratorios y parques tecnológicos, el fortalecimiento de la investigación en diseño, la creación de distritos de diseño, etc.

De los países/regiones analizadas, los 3 que tienen un mayor número de estrategias implementadas son Reino Unido, Finlandia y Dinamarca. Según el análisis inicial Finlandia y Dinamarca son líderes de innovación

Este análisis comparativo puede ser utilizado en diferentes tipos de políticas de diseño de cualquier territorio con el fin de realizar una detección inicial de estrategias existentes y saber cuál es la complejidad de una política de diseño específica.

### **3.3.12. Bibliografía.**

Bardin, L. (2002). *Análisis de Contenido*. (Ediciones AKAL, Ed.) (3ª). Madrid.

Calvera, A., Taranto, F., & Veciana, S. (2008). *Políticas públicas nacionales para el aprovechamiento estratégico del diseño*. Barcelona. Recuperado de [http://adp.cat/web/wp-content/uploads/politicas-publicas\\_apd.pdf](http://adp.cat/web/wp-content/uploads/politicas-publicas_apd.pdf)

European Commission. (2009). *Design as a driver of user-centred innovation* (No. SEC(2009)501 final). *Commission Staff Working Document*. Brussels.

European Commission. (2013). *Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation* (No. SWD(2013) 380 final). Brussels. Recuperado de <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/13203/attachments/1/translations/en/renditions/native>

Gómez-González, C., Lecuona López, M., & Hernandez, M. C. (2017). Análisis de bibliografía sobre políticas de diseño. *IconoFacto*.

González García, F., Ibañez Moya, F. C., Casalí Sarasíbar, J., López Rodríguez, J. J., & Novak, J. D. (2000). *Una aportación a la mejora de la calidad de la docencia universitaria: Los mapas conceptuales*. Pamplona: Universidad Pública de Navarra.

Hollanders, H., Es-Sadki, N., & Kanerva, M. (2015). *Innovation Union Scoreboard 2015*. Belgium.

Immonen, H., Järvinen, J., & Nieminen, E. (2013). *Global Design Watch 2010-Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions*. Aalto University.

Innovate UK. (2015). *Design in innovation strategy 2015-2019*. Swindon.

Mollerup Designlab A/S. (2003). *Establishing the basis for the elaboration of the Estonian design policy measures*. Denmark. Recuperado de <http://hdl.handle.net/1959.3/58871>

Raulik-Murphy, G. (2010). *A comparative analysis of strategies for design promotion in different national contexts*. The University of Wales. The University of Wales. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/images/A Comparative Analysis of Strategies for Design Promotion in Different National Contexts - ago2010 - FINAL.pdf](http://www.seeplatform.eu/images/A_Comparative_Analysis_of_Strategies_for_Design_Promotion_in_Different_National_Contexts_-_ago2010_-_FINAL.pdf)

Raulik-Murphy, G., Cawood, G., Larsen, P., & Lewis, A. (2008). A comparative analysis of strategies for design in Finland and Brazil. In *Undisciplined! Design Research Society Conference* (p. 201/1-201/16). Sheffield: Sheffield Hallam University. Recuperado de <http://shura.shu.ac.uk/id/eprint/452>

Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J., & García Jimenez, E. (1999). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Malaga.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (1998). *Metodología de la investigación*. (N. Islas López & M. Rocha Martines, Eds.) (Cuarta, Vol. 1). México D.F: Mcgraw-hill México.

- 
- Valcke, J. (2010). Design Policy in Flanders, Belgium. *Design Management Review*, 21(4), 38–43. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1948-7169.2010.00093.x/pdf>
- Varguillas, C. (2006). El uso de atlas. ti y la creatividad del investigador en el análisis cualitativo de contenido UPEL. Instituto Pedagógico Rural El Mácaro. *Laurus Revista de Educación*, 73–87. Recuperado de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/Met\\_Inves\\_Avan/Materiales/Varguillas.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Materiales/Varguillas.pdf)
- Vasilachis de Gialdino, I., Almeigeiras, A. R., Chernobilsky, L. B., Gímenez Béliveau, Verónica Mallimaci, F., Mendizabal, N., & Neiman, G. (2006). *Estrategias de Investigación Cualitativa* (1ª). Barcelona: Gedisa.
- Whicher, A. (2014). *Design Policy Monitor 2014. Reviewing Innovation and Design Policies across Europe. SEE Platform Bulletin. Issue 11*. Cardiff. Recuperado de [https://www.academia.edu/10085387/Design\\_Policy\\_Monitor\\_2014](https://www.academia.edu/10085387/Design_Policy_Monitor_2014)
- Whicher, A. H., Cawood, G., & Walters, A. T. (2012). Examining Design and Innovation Policies in Europe. In WIRAD (Ed.), *Proceedings of 2nd WIRAD Symposium for Emerging Art & Design Researchers* (pp. 23–28). Cardiff. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/docs/SEE\\_bulletin\\_7\\_-\\_June\\_2012.pdf](http://www.seeplatform.eu/docs/SEE_bulletin_7_-_June_2012.pdf)
- Whicher, A., Swiatek, P., & Cawood, G. (2015). *Design Policy Monitor 2015*. Cardiff. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/docs/SEE\\_DPM\\_2015\\_Jan.pdf](http://www.seeplatform.eu/docs/SEE_DPM_2015_Jan.pdf)

### **3.4. "Concordancia de las políticas de diseño con el marco de medición de la innovación del Manual de Oslo"**

La relación que hay entre las políticas de diseño y el Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo, puede ser demostrado por medio del uso de diferentes herramientas. Esto permite evidenciar los vínculos que se establecen entre agentes de un sistema en una política de innovación. Además, ante la carencia de herramientas para evaluar políticas de diseño, pueden ser válidas metodologías de análisis de innovación como el marco de medición propuesto por el Manual de Oslo. Esta parte de la investigación dio origen a un artículo enviado a la revista 180° de Chile.

#### ***3.4.1. Título del artículo***

"Concordancia de las políticas de diseño con el marco de medición de la innovación del Manual de Oslo"

"Correspondence of design policies with the innovation measurement framework of the Oslo Manual"

#### ***3.4.2. Autores***

Carolina Gómez-González, Manuel Lecuona y Maria Cristina Hernández

#### ***3.4.3. Información sobre la fuente***

Revista 180°

ISSN 0718-2309 / eISSN 0718-669X

---

#### ***3.4.4. Resumen***

El presente análisis forma parte de la Tesis Doctoral “El Sistema Diseño en la Euro-rregión del Arco Mediterráneo: Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico”<sup>3</sup>. Su propósito es relacionar el marco de la medición de la innovación del Manual de Oslo (OECD, 2005) con las políticas de diseño.

La importancia de este análisis radica en que, aunque entre los académicos y profesionales, el diseño ha sido reconocido como motor de desarrollo económico tanto a nivel micro como macro, no es reconocido por los creadores de políticas; lo que conlleva a que las políticas de innovación sean una línea académica establecida, mientras que las políticas de diseño sean un campo académico emergente.

Para este artículo se analizaron seis políticas de diseño de regiones o países europeos, en las cuales se identificaron estrategias en las que influyen lineamientos de gobierno e instituciones, infraestructuras, promoción de diseño, sistemas educativos, etc. Estas fueron clasificadas en doce categorías, siguiendo metodologías de análisis de contenido cualitativo.

Se realizó una matriz DAFO para cada categoría, lo que permitió relacionar cada una de ellas con el agente del marco del Manual de Oslo con quién tiene la mayor interacción. Para visualizar esta concordancia, se realizó un gráfico de dicho marco para cada uno de los seis países/regiones analizados en donde se señala cromáticamente

---

<sup>3</sup> Tesis en Investigación del programa de doctorado en diseño, fabricación y gestión de proyectos industriales de la Universitat Politècnica de València, elaborada por Carolina Gómez-González y tutorizada por Manuel Lecuona Lopez. La defensa de esta tesis será en 2017.

el número de celdas equivalente al número de estrategias implementadas por categoría.

Esta relación gráfica permitió evidenciar que los vínculos existentes entre los agentes del sistema, son los mismos vínculos que hay entre categorías, por lo tanto, las estrategias de las diferentes categorías hacen que se fortalezcan los vínculos y lazos entre los diferentes agentes de un sistema de innovación país/región. Esta metodología puede ser adaptada para analizar la política de diseño de cualquier región.

#### ***3.4.5. Palabras clave:***

Manual de Oslo, Políticas de Diseño, Políticas de Innovación, Sistema diseño, Promoción de diseño.

#### ***3.4.6. Abstract***

The present analysis is part of the Doctoral Thesis entitled "El Sistema Diseño en la Eurorregión del Arco Mediterráneo: Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico". Its purpose is to establish a correspondence of design policies with the innovation measurement framework of the Oslo Manual (OECD, 2005).

The importance of this analysis lies in the fact that, although among academics and professionals design has been recognized as an engine of economic development at both micro and macro levels, it is not recognized by policymakers; which implies that innovation policies are an established academic field while design policies remain as an emerging one.

This study includes the analysis of six design policies from European countries or regions, which led to the identification of different strategies that are influenced by

---

infrastructure and institutional framework, design promotion, education systems, etc. Those strategies were categorized into twelve groups using methodologies of qualitative content analysis.

Afterwards, a SWOT analysis developed for each of the twelve categories allowed to establish a relation between them and the stakeholders of the Oslo Manual's framework. To visualize this concordance, the authors adapted the Innovation measurement framework to each of the six-analyzed countries or regions, where the number of strategies adopted in every policy was represented by color marked cells.

This graphical correlation showed that the existing links between the stakeholders of the system are the same links that exist between categories; therefore, the strategies of the different categories reinforce the links and ties between the different stakeholders of a system of Innovation country / region. This methodology can be adapted to analyze the design policy of any region.

#### ***3.4.7. Palabras clave:***

Oslo Manual, Design Policies, Innovation Policies, Design System, Design Promotion.

#### ***3.4.8. Introducción***

El diseño es una herramienta que puede ayudar a reducir desequilibrios sociales al influir directamente en la dinamización de la economía. Las empresas cuando incorporan el diseño en sus estrategias tienen más capacidad para competir en diferentes mercados. Pero para lograr esto, todos los agentes involucrados en la innovación (según el Manual de Oslo, 2.006: numeral 100), como son las instituciones gubernamentales, educativas, centros de investigación, las empresas del sector, etc. deben

tener un conocimiento sobre el significado del diseño y los beneficios que trae consigo cuando lo implementan en sus diferentes prácticas, y como con una apropiada gestión, se pueden lograr conexiones con mayor fluidez entre estos agentes para conseguir objetivos comunes como el vínculo entre la innovación y el progreso económico.

Los hallazgos en investigaciones sobre microeconomía en diseño son concluyentes, según se expone en el documento de trabajo "Design as a Driver of User-Centred Innovation" (European Commission, 2009, p. 26): El uso del diseño tiene un impacto positivo en el desempeño de una empresa y se puede demostrar por medio de rentabilidad, cuota de mercado, empleos generados, exportaciones, etc. A nivel macroeconómico, hay una fuerte correlación positiva entre la competitividad nacional y la existencia de programas o políticas nacionales de diseño, que son estrategias gubernamentales para alcanzar un desarrollo de los recursos del diseño y fomentar su uso eficaz en el país (Raulik-Murphy, 2010).

A menudo, según plantea Hobday (Hobday et al., 2012, p. 273), estas estrategias se centran en mejorar la educación de los diseñadores, fortalecer la investigación y apoyar las instituciones nacionales que buscan la promoción de diferentes profesiones del diseño.

Woodham (2010, p. 28) expone que muchos países han tenido agendas nacionales de diseño a lo largo de los siglos, estos se ven caracterizados, por ejemplo, en el poder del diseño y la arquitectura del Imperio Romano, el Imperio Británico o la Italia Fascista. En las décadas posteriores a la segunda guerra mundial hubo una proliferación de centros nacionales de promoción de diseño, como es el caso de Inglaterra, Canadá, Alemania y Corea del Sur. Woodham plantea que durante la primera

---

década del siglo XXI, ha habido una proliferación de políticas de diseño que se ha extendido por todo el mundo. Según Raulik-Murphy (2.010), la promoción del diseño se ha practicado por muchas décadas alrededor del mundo. Pero recientemente ha sido tema de debates para poder tener mayores ventajas competitivas en el mercado global, lo cual ha llevado a un interés en herramientas que ayuden a mejorar la competitividad, la innovación y el diseño.

Este estudio, que forma parte de la Tesis Doctoral “El Sistema Diseño en la Eurorregión del Arco Mediterráneo: Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico”, establece una serie de herramientas metodológicas que permiten realizar un análisis del contexto como factor de medición al relacionarlos agentes presentes en las diferentes políticas de diseño, con el marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo (numeral 105).

El Manual de Oslo fue desarrollado conjuntamente por Eurostat y la OEDE, y tiene como propósito establecer directrices para la recogida y la interpretación de los datos sobre innovación para entender su relación con el desarrollo económico. Estos datos facilitan información para la formulación de políticas y permiten la comparación a nivel internacional (OECD, 2005 numeral 20).

#### ***3.4.9. Relación entre el diseño y las publicaciones sobre innovación.***

La definición de diseño propuesta por la Comisión Europea en su documento de trabajo (2009) y la de innovación propuesta por el OEDC en el Manual de Oslo (2005) son generalmente aceptadas en círculos de políticas aunque el diseño no esté incluido en esta gran definición dada por el OECD (Hobday et al., 2012, p. 274; A. H. Whicher et al., 2012, p. 23).

Según expone el documento de trabajo de la Comisión Europea (2009, p. 9) hay pocos indicadores de diseño en estadísticas oficiales. En el "Manual de Frascati" el diseño es una actividad que está parcialmente incluida en la definición de I+D al ser considerado parte de la investigación y parte del desarrollo. En el "Manual de Oslo", el diseño es tratado como una innovación de marketing o como otras formas de innovación. Hay actividades del diseño que no se incluyen en ninguno de los 2 manuales, aunque estas hagan una contribución directa a la innovación.

Es usual que en estudios académicos sobre innovación no figure para nada el diseño (Cruickshank, 2010, p. 18; Hobday et al., 2012, p. 274). Por ejemplo, en las 650 páginas del "Oxford Handbook of Innovation" no se incluye ninguna referencia al diseño. Sin embargo, James Utterback (Utterback et al., 2006) citado por Cruickshank (2010, p. 18), argumenta que el diseño de producto se considera cada vez más una fuerza dentro de la innovación que hace 20 años. Este perfil más alto del diseño dentro de los estudios de innovación se refleja en las últimas modificaciones del Manual de Oslo, en donde se agregó la categoría de marketing para poder facilitar la inclusión de las actividades de diseño como un indicador de innovación.

El diseño, según expone Whicher et al. (2012, p. 23), cada vez comienza a aparecer de forma más usual en las políticas de innovación, pero su presencia frecuentemente se limita a los productos, y no a una definición más global que incluye servicios y procesos. Hobday (2012, p. 272) expone que el diseño está ganando visibilidad; ya que en muchos países de Europa se están implementando políticas de diseño de forma independiente, o como parte de políticas más integrales de innovación. Pero a pesar de esto, los gobiernos deben involucrarse más fuertemente en diferentes áreas de diseño, según Swann (2010, p. 45), quién argumenta que actualmente las tres que

---

reciben mayor apoyo son: Creación de activos en diseño a nivel nacional (centro de promoción de diseño, museos, festivales de diseño, etc.), diseño para sistemas complejos y estándares para el diseño y fortalecimiento de la profesión de diseño. Hay otras áreas que también reciben apoyo, pero en menor medida: Gasto público en diseño, fortalecimiento de propiedad intelectual, exención de impuestos y la educación sobre el diseño.

Entre los académicos y profesionales, el diseño ha sido reconocido como motor de desarrollo económico tanto a nivel micro, como macro, sin embargo, no es reconocido por los creadores de políticas (A. H. Whicher et al., 2012, p. 23). Esto coincide con Hobday (2012, p. 272) quien argumenta que los analistas de innovación y los creadores de políticas, tradicionalmente han prestado poca atención a las políticas de diseño, ya sean constituidas independientemente o que hagan parte de políticas de innovación más amplias y a la evaluación crítica de estas. Las políticas de diseño han estado ausentes o pobremente representadas incluso en una perspectiva de dirección de empresas e innovación. Lo que está claro según Utterback, es que la relación entre el diseño y la innovación no es directa y no está bien establecida. Según argumenta Cruickshank (2010, p. 25) las relaciones entre innovación y diseño, son emergentes y caóticas y aunque los agentes de conocimiento se solapan hay un diálogo limitado entre estos.

#### ***3.4.10. Valoración de políticas de diseño por medio de herramientas para medir innovación.***

El Manual de Oslo considera que “El vínculo entre la innovación y el progreso económico es del máximo interés. Es por medio de la innovación que se crea y se difunde un nuevo conocimiento, lo que aumenta el potencial de la economía...” (2005, p. 42 numeral 99). Un argumento similar se plantea desde la perspectiva del diseño

en el documento de trabajo "*Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation*" (European Commission, 2013, p. 4), en donde se expone que un uso más sistemático del diseño como una herramienta centrada en el usuario y la innovación impulsada por el mercado en todos los sectores de la economía, adicional a la I+D, mejoraría la competitividad Europea. Los análisis de la contribución del diseño a la economía muestran que las empresas que invierten estratégicamente en el diseño tienden a ser más rentables y a tener un crecimiento más acelerado.

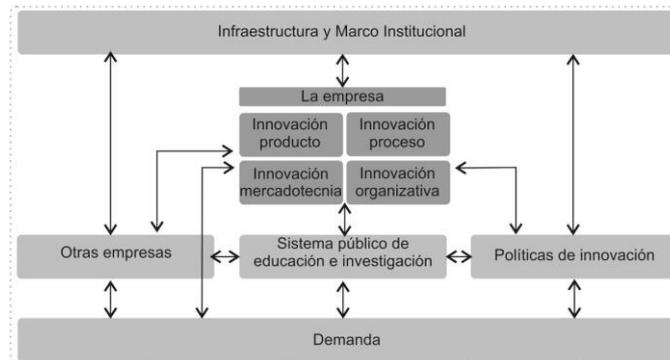
Partiendo de estos puntos en común entre diseño e innovación, y teniendo en cuenta los siguientes factores:

- El vínculo existente entre innovación y diseño.
- Que ambos son esenciales en el desarrollo a nivel micro y macro económico.
- Que el objetivo de las políticas de innovación es aumentar la capacidad de una región y las competencias de las PYME para innovar (Nauwelaers & Wintjes, 2003, p. 198). Y que, a su vez, este también podría ser el principal objetivo de las políticas de diseño.
- Y que las políticas de innovación son una línea académica establecida, mientras que las políticas de diseño son un campo académico emergente (A. H. Whicher et al., 2012, p. 23).

Se podrían adaptar herramientas para la medición de la innovación como el marco de la medición de la innovación desde la perspectiva empresa del Manual de Oslo (OECD, 2005, p. 43 Numeral 100), como herramientas de medición de políticas de diseño. Ver figura 1.

Este marco determina los principales elementos constitutivos del medio en el cual opera la empresa, como el sistema educativo, sistema de formación técnica especializada, sistema universitario, la base científica e investigación, elementos comunes del conocimiento catalogado, las políticas de innovación, el marco legislativo y macroeconómico, la infraestructura de comunicaciones, instituciones financieras, la accesibilidad al mercado y la estructura industrial y entorno competitivo (OECD, 2005, p. 43 Numeral 105).

**Figura 3 23Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo.**



Fuente: tomado de: OECD, 2005, p. 43

El Manual de Oslo expone sobre su marco de medición que las teorías que constituyen la base en la que este se sustenta, “Ponen de relieve entre otras cosas, los motores de la innovación, la importancia no solo de los productos y los procesos sino también de los métodos de comercialización y organización, el papel de los vínculos y la difusión, así como la concepción e innovación de un sistema”(2005, p. 42 Numeral 98). “El marco usado en este Manual representa así una integración de las concepciones de las diversas teorías de la innovación basadas en la empresa, con los planteamientos sistémicos de la innovación...” Numeral 100 (2005, p. 43)

Para este estudio se utilizará el marco de la medición del Manual de Oslo, para establecer relaciones entre agentes participantes en las políticas de diseño desde el contexto. Se realiza un planteamiento de sectores genérico, ya que, por los alcances de esta tesis doctoral, no se tiene la posibilidad de identificar todos los agentes específicos de los diferentes sectores principales de cada país o región para cada una de las políticas analizadas.

#### ***3.4.11. Selección de políticas de diseño de diferentes países***

El primer paso para este análisis fue seleccionar 6 políticas de diseño de regiones o países europeos. Esta selección se realizó siguiendo varias herramientas que se describen en la Tesis Doctoral "El Sistema Diseño en la Eurorregión del Arco Mediterráneo: Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico" y en el artículo "Análisis comparativo de políticas de diseño en Europa: clasificación y visualización de estrategias" (Gómez-González, Lecuona López, y Hernandez 2017) que se encuentra actualmente en proceso editorial.

Las políticas de diseño seleccionadas pertenecen a los siguientes países o regiones:

- Reino Unido
- Dinamarca
- Noruega
- Finlandia
- Estonia
- Flandes

---

Al revisar la información y el material bibliográfico, se identificaron estrategias que hacen parte de las seis políticas de diseño analizadas. Estas estrategias en las cuales influyen la macroeconomía, lineamientos de gobierno e instituciones, infraestructuras, experiencia en temas de diseño, centros educativos y tecnológicos, incorporación del diseño en la cultura de los consumidores, entre otros aspectos, fueron sistematizadas y clasificadas en categorías, siguiendo metodologías de análisis de contenido cualitativo (Bardin, 2002; Cáceres, 2008).

Estas son las doce categorías que clasifican las estrategias identificadas en las diferentes políticas de diseño:

1. Apoyo de Gobierno e Instituciones.
2. Sensibilización y educación de empresas en temas de diseño.
3. Sensibilización y promoción del diseño.
4. Fortalecer la educación de diseñadores.
5. Apoyo de Centros tecnológicos y Universidades
6. Fortalecer la investigación.
7. Consultoría a empresas
8. Protección intelectual.
9. Asociaciones de profesionales de diseño.
10. Creación de marca de país o de región.
11. Incluir artesanías en el plan de diseño.
12. Internacionalización de servicios de diseño.

Para poder comprender mejor cada categoría, y posteriormente poder relacionarla con los agentes que componen el marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo, se realizó un análisis DAFO (también conocido como DOFA, o SWOT en inglés). Este es un enfoque que permite identificar inhibidores y potencializadores del desempeño de una organización, analizando entornos internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) (Stolovitch et al., 2006, p. 1089).

Este análisis se llevó a cabo para cada una de las doce categorías identificadas (ver figura 3.24 y figura 3.25). Cada uno de los factores de la matriz DAFO, se relacionó al agente del marco para la medición de la innovación con quién tiene la mayor interacción. Después se determinó cual es el agente que más se repite en los factores o características internas (fortalezas y amenazas).

Para todas las matrices:

<A>: Infraestructura y marco institucional

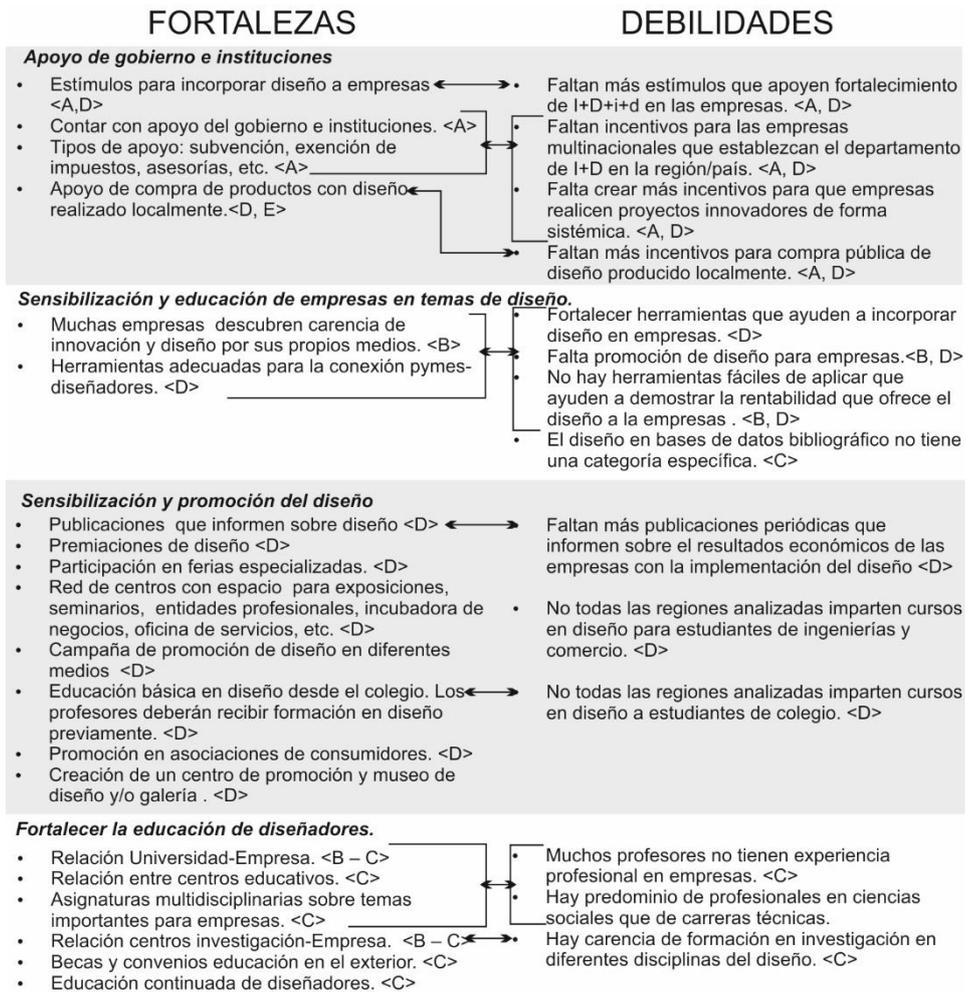
<B>: Empresa y otras empresas

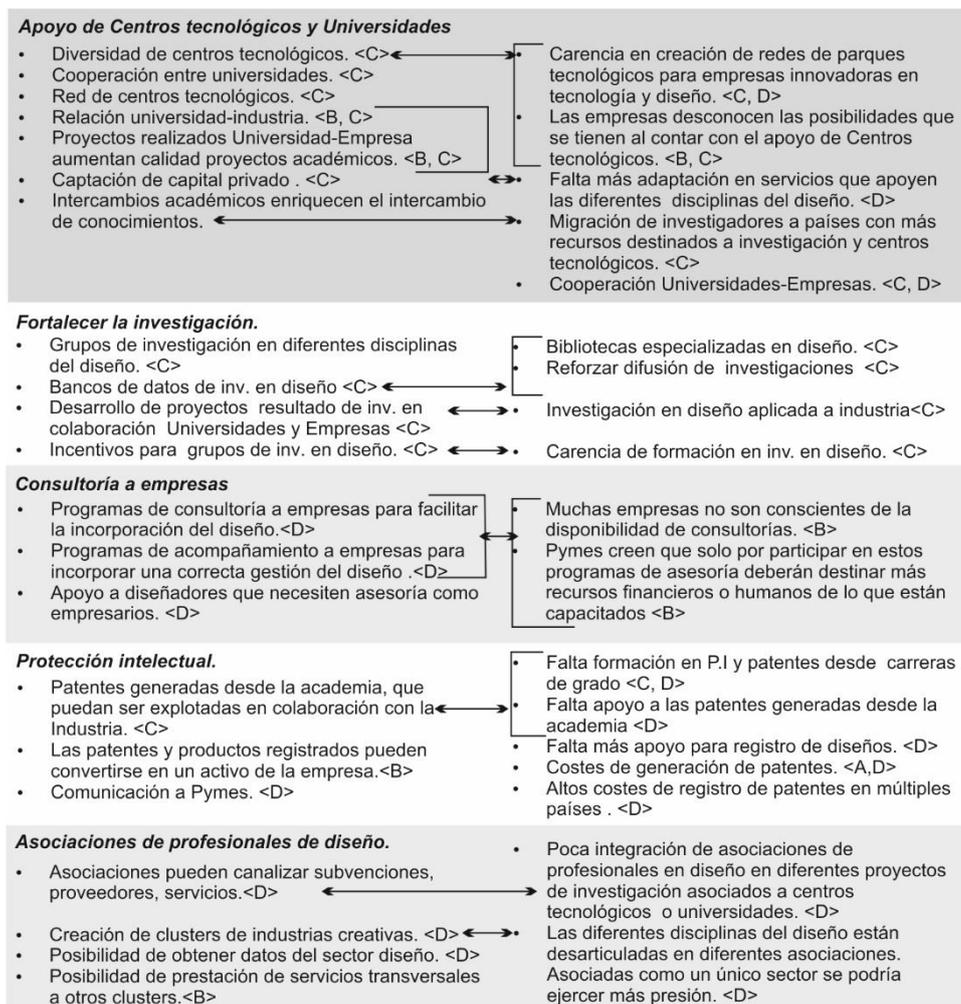
<C>: Sistema público de educación e investigación

<D>: Políticas de innovación

<E>: Demanda

**Figura 3. 24 Factores internos del análisis DAFO: Fortalezas y Debilidades para cada una de las 12 categorías de información.**





**Creación de marca de país o de región.**

- Creación de marca de país/región para fortalecer la imagen del diseño producido localmente. <D>
  - Impacto positivo en turismo e industria. <D>
  - Tener herramientas para posicionar el país a nivel internacional. <D, E>
  - Una marca de país se entiende a nivel transversal. Puede ser utilizada por diferentes sectores de la economía como estrategia de comunicación eventos de promoción de diseño. <D>
  - Apoyo nuevas empresas de diseño. <A, D>
- La marca de país/región se puede ver afectada por posicionamientos políticos <A>

**Incluir artesanías en el plan de diseño.**

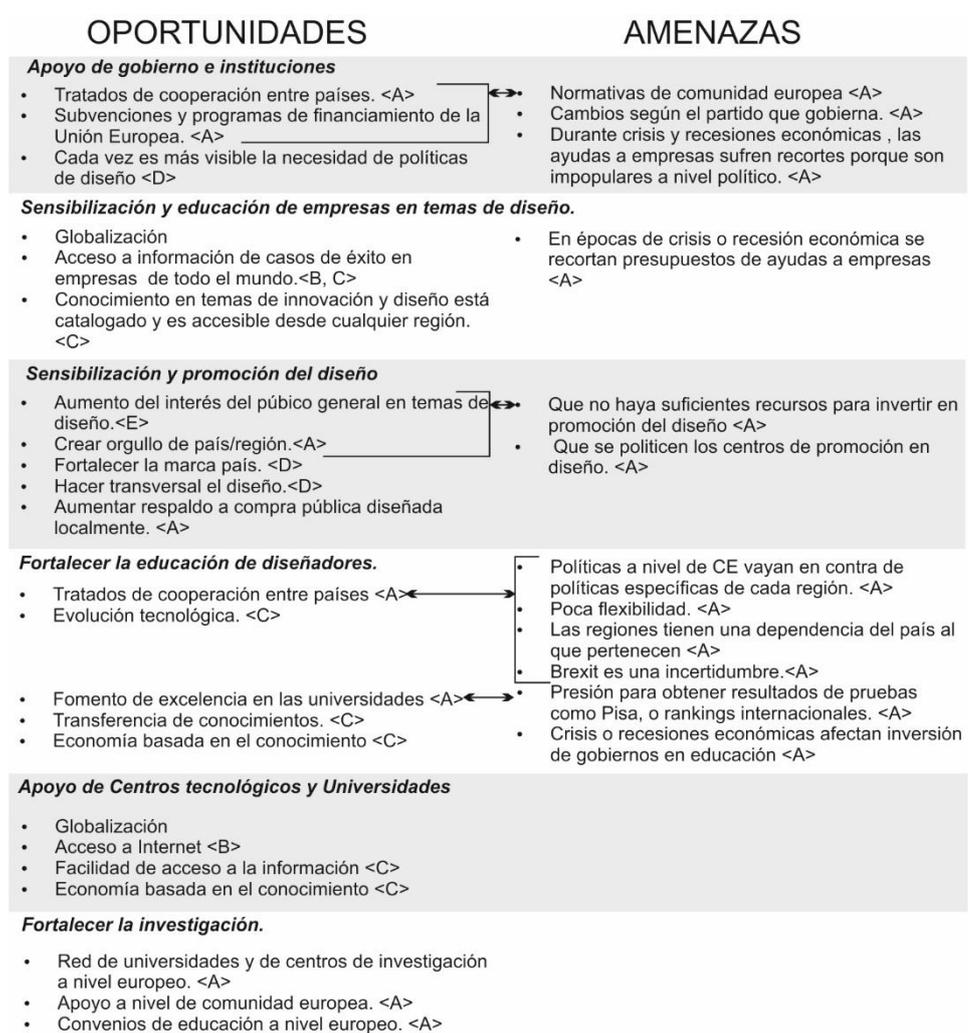
- Certificación de productos que evidencien una "herencia cultural" del país. <D>
  - Potenciar "artesanía moderna" <D>
  - Favorecer exportación de artesanías <D>
  - Preparación de artesanos en diferentes campos profesionales <C>
- Por el precio alto que tienen se espera que tengan atributos y valor agregado muy alto. <E>
- Segmentos de mercado pequeños. <E>
  - Artesanías en muchos casos son elitistas. <E>
  - Pocos países tienen programas de financiación de becas internacionales para artesanos. <D>

**Internacionalización de servicios de diseño.**

- Asesoría y apoyo de la internacionalización de servicios. <A>
  - Prestar asesoría en temas de exportación. <A>
- Solo algunas regiones/paises analizados apoyan la exposición de la obra de diseñadores en otros países. <D>

Fuente: Elaboración Propia.

**Figura 3. 25 Factores externos del análisis DAFO: Oportunidades y Amenazas para cada una de las 12 categorías de información.**



<p><b>Consultoría a empresas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Red de Clústeres. &lt;A&gt;</li> <li>• Cámara de comercio activa y bien integrada dentro del tejido industrial. &lt;A&gt;</li> <li>• Apoyo al tejido industrial desde centros tecnológicos, de investigación o universidades. &lt;C&gt;</li> <li>• Participación de empresas grandes hace que los diferentes planes de apoyo tengan más reconocimiento, y que pueda haber un efecto llamado. &lt;B, D&gt;</li> <li>• Cooperación entre diferentes países miembros de la Unión Europea. &lt;A&gt;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agentes del sistema diseño/innovación poco articulados. &lt;A&gt;</li> <li>• Falta de subvenciones para apoyar el desarrollo de las empresas. &lt;A&gt;</li> </ul>
<p><b>Protección intelectual.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de Open Access permiten fortalecer redes de innovación. &lt;D&gt;</li> </ul>	
<p><b>Asociaciones de profesionales de diseño.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Globalización</li> </ul>	
<p><b>Creación de marca de país o de región.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilidad del clúster diseño, este puede aumentar clientes nacionales e internacionales. &lt;D&gt;</li> <li>• Captación de inversión extranjera. &lt;A&gt;</li> </ul>	
<p><b>Incluir artesanías en el plan de diseño.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolución tecnológica &lt;A, C&gt;</li> <li>• Moda hacia productos locales, ecológicos, hechos a mano. &lt;E&gt;</li> <li>• La democratización de los viajes. &lt;E&gt;</li> <li>• El conocimiento de diferentes culturas que supone la globalización &lt;E&gt;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Politización de la marca de región/país. &lt;A&gt;</li> <li>• Falta de entendimiento por parte de las empresas y que no haya suficiente unidad. &lt;B&gt;</li> <li>• Falta de apoyo de empresas grandes. &lt;B&gt;</li> <li>• Producción industrial &lt;B&gt;</li> <li>• Tendencias de moda &lt;E&gt;</li> <li>• La mayoría de los productos artesanales son sustituibles con productos mas accesibles. &lt;E&gt;</li> <li>• Aumento del coste de materia prima como cartón, pieles, madera. &lt;B&gt;</li> <li>• Aumento del coste de mano de obra. &lt;B&gt;</li> <li>• Artesanías de tradición centenaria pueden ser replicadas en otros países con técnicas de producción en serie a bajo coste. &lt;B&gt;</li> </ul>
<p><b>Internacionalización de servicios de diseño.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión extranjera &lt;A&gt;</li> <li>• Fortalecimiento de la marca país &lt;A&gt;</li> <li>• Apertura de nuevos mercados. &lt;D&gt;</li> <li>• Aprovechamiento de tratados de comercio. &lt;A&gt;</li> <li>• Aprovechamiento de las sinergias creadas por medio de la Unión Europea. &lt;A&gt;</li> <li>• Se pueden crear "burbujas" de contratación, que dificulte a las pymes acceder a buenos profesionales de diferentes disciplinas del diseño por los altos costos. &lt;B&gt;</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 1 se ve cada categoría relacionada con el agente del marco para la medición de la innovación que más incide en ella.

**Tabla 3. 17 Relación entre las categorías y los agentes del marco para la medición de la innovación.**

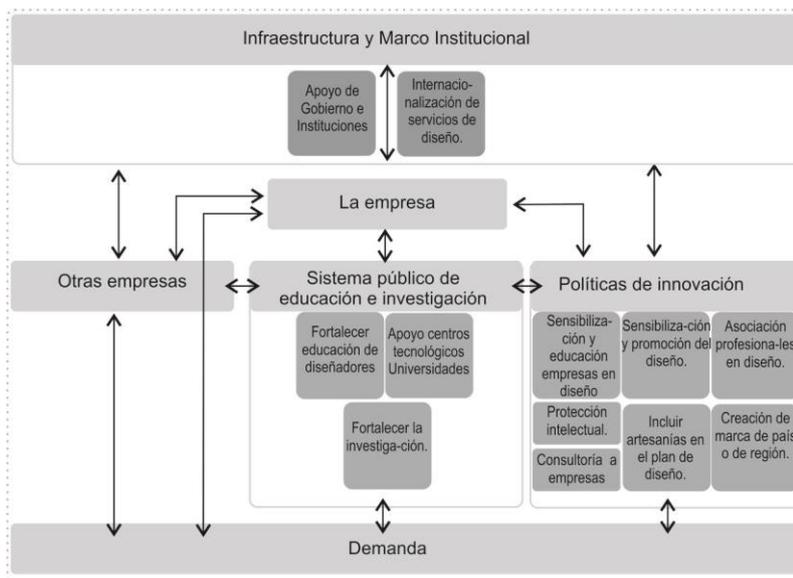
Categoría Nº	Descripción de el acategoría	Agente del marco para la medición de la innovación que más incide en la categoría
1	Apoyo de Gobierno e Instituciones.	Infraestructura y Marco Institucional
2	Sensibilización y educación de empresas en temas de diseño.	Políticas de Innovación
3	Sensibilización y promoción del diseño.	Políticas de Innovación
4	Fortalecer la educación de diseñadores.	Sistema público de educación e investigación
5	Apoyo de Centros tecnológicos y Universidades	Sistema público de educación e investigación
6	Fortalecer la investigación.	Sistema público de educación e investigación
7	Consultoría a empresas	Políticas de Innovación

8	Protección intelectual.	Políticas de Innovación
9	Asociaciones de profesionales de diseño.	Políticas de Innovación
10	Creación de marca de país o de región.	Políticas de Innovación
11	Incluir artesanías en el plan de diseño.	Políticas de Innovación
12	Internacionalización de servicios de diseño.	Infraestructura y Marco Institucional

Fuente: Elaboración propia

Esta relación se ve de forma gráfica en la figura 3.26:

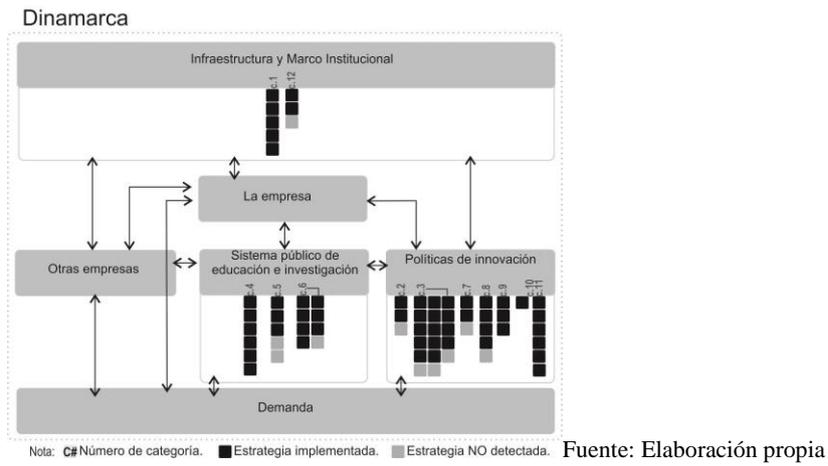
**Figura 3. 26 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas.**



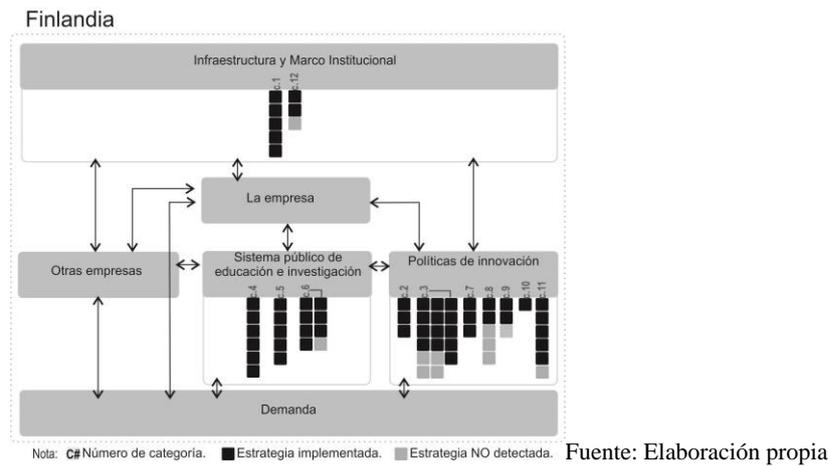
Fuente: Elaboración propia.

El gráfico del marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías, se realizó específicamente para cada uno de los 6 países/regiones analizados. A cada categoría se le adjudicó un campo de celdas equivalentes al número de estrategias identificadas en cada categoría, y se señaló el número de celdas equivalente al número de estrategias implementadas por categoría.

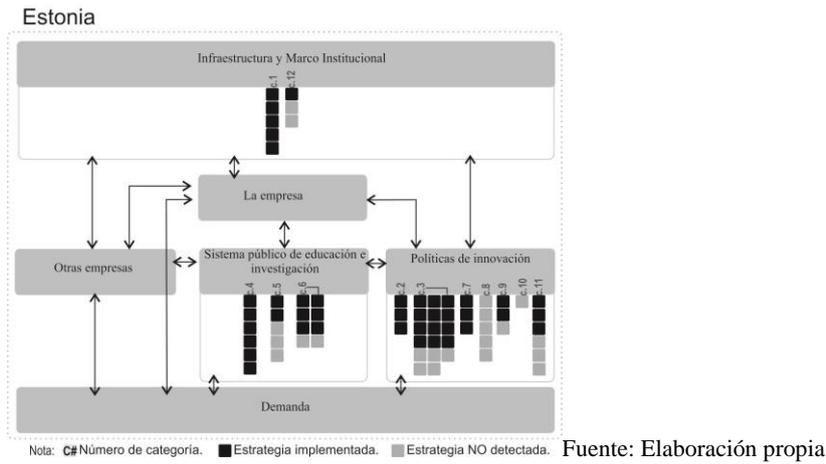
**Figura 3. 27 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Dinamarca.**



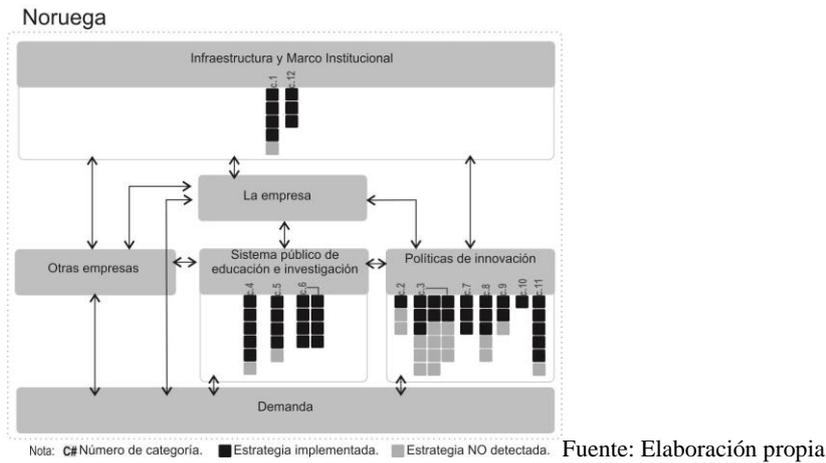
**Figura 3. 28 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Finlandia.**



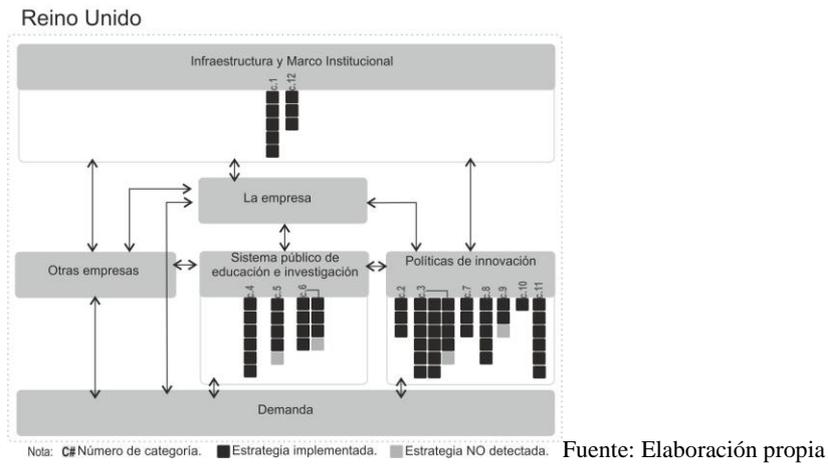
**Figura 3. 29** Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Estonia.



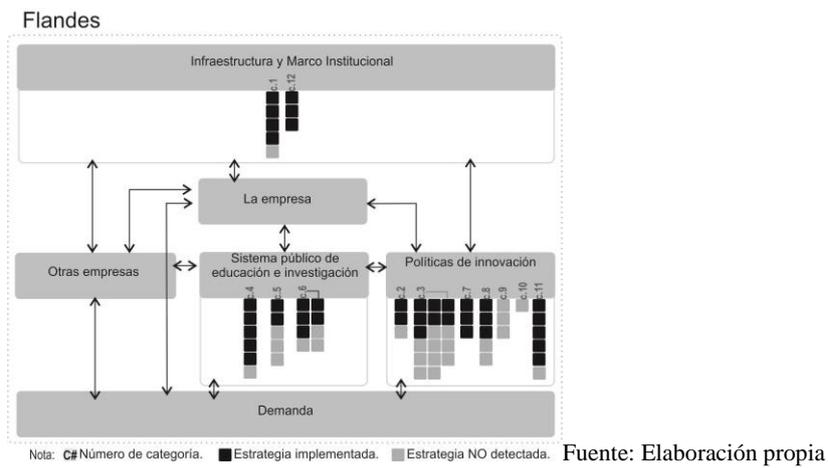
**Figura 3. 30** Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Noruega.



**Figura 3. 31 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Reino Unido.**



**Figura 3. 32 Marco para la medición de la innovación relacionado con las 12 categorías identificadas y el número de estrategias implementada por categoría en la política de diseño de Flandes.**



### **3.4.12. Conclusiones**

Una política de diseño puede ser analizada por medio de la categorización de la información, siguiendo metodologías de investigación cualitativa. En este estudio se encontraron doce categorías, que a su vez se componen de estrategias. Las siguientes son las categorías identificadas: apoyo de gobierno e instituciones, sensibilización y educación de empresas en temas de diseño, sensibilización y promoción del diseño, fortalecer la educación de diseñadores, apoyo de centros tecnológicos y universidades, fortalecer la investigación, consultoría a empresas, protección intelectual, asociaciones de profesionales de diseño, marca de país o de región, artesanías en el plan de diseño, internacionalización de servicios de diseño.

Para cada una de las mencionadas categorías se realizó una matriz de análisis DAFO. En cuanto el contexto interno, las fortalezas que más destacan son el poder contar con el apoyo de gobierno, instituciones y grandes empresas; el fortalecimiento de departamentos de diseño y de I+D; la cooperación entre diferentes agentes del sistema como industrias, universidades, centros tecnológicos; el fortalecimiento de la investigación en diseño que pueda rentabilizarse por medio de la industria, una demanda bien informada a nivel de consumidores y de agencias encargadas de compra pública innovadora y con diseño realizado localmente. Las debilidades más destacadas son la falta de estímulos o incentivos que promuevan determinadas políticas, la falta de comunicación de los beneficios que aporta a una empresa y a un tejido industrial la implementación del diseño.

En cuanto a los factores externos, como oportunidades destacan la cooperación entre países, la globalización, el fácil acceso a la información y la tendencia a una econo-

---

mía del conocimiento, el fomento de excelencia en universidades, la evolución tecnológica. Como amenazas destacan la rigidez que pueden llegar a tener algunas políticas comunitarias, los cambios de políticas según el partido que gobierne, crisis económicas, falta de articulación entre agentes del sistema.

El análisis DOFA permitió relacionar cada categoría con el agente del marco para la medición de la innovación desde la perspectiva empresa del Manual de Oslo que más incide en ella. La relación entre las categorías y sus correspondientes estrategias con el Marco para la medición de la innovación, permitió hacer una lectura de los diferentes vínculos entre agentes propuestos por el Manual de Oslo.

Esta concordancia, cuando se plantea gráficamente, permite evidenciar que los vínculos existentes entre los agentes del sistema, son los mismos vínculos que hay entre categorías, por lo tanto, las estrategias de las diferentes categorías hacen que se fortalezcan los vínculos y lazos entre los diferentes agentes de un sistema de innovación país/región.

El Manual de Oslo (numeral 50) señala que las actividades innovadoras de una empresa dependerán de la variedad y estructura de sus vínculos con diferentes agentes del sistema. Hemos constatado que para la visualización de estos vínculos y la medición del nivel de innovación de una empresa o de una región en un contexto macro, se debe comenzar por la identificación de estrategias que permiten la relación y/o comunicación entre agentes. Hemos constatado que una empresa o región innovadoras contarán con un amplio listado de vínculos/estrategias, como es el caso de Finlandia o Reino Unido, que cuentan con gráficos con mayor área cromática por el gran número de estrategias implementadas en sus políticas.

Este análisis se ha realizado para 6 regiones/países, pero podría ser utilizado en cualquier tipo de política de diseño de cualquier territorio. Estas herramientas comparativas también pueden ser utilizadas para realizar una detección inicial de estrategias existentes y saber cuál es la complejidad de una política de diseño específica.

### **3.4.13. Bibliografía**

Bardin, Laurence. 2002. *Análisis de Contenido*. Edited by Ediciones AKAL. 3a. Madrid.

Cáceres, Pablo. 2008. "Análisis Cualitativo de Contenido: Una Alternativa Metodológica Alcanzable." *Psicoperspectivas. Individuo Y Sociedad* 2 (1). Valparaíso: 53–82. <http://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/viewFile/3/3>.

Cruickshank, Leon. 2010. "The Innovation Dimension: Designing in a Broader Context." *Design Issues* 26 (2): 17–26. doi:10.1162/DESI\_a\_00002.

European Commission. 2009. "Design as a Driver of User-Centred Innovation." SEC(2009)501 final. Commission Staff Working Document. Brussels. doi:SEC(2009)501 final.

———. 2013. "Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation." SWD(2013) 380 final. Brussels. <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/13203/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

Gómez-González, Carolina, Manuel Lecuona López, and Maria Cristina Hernandez. 2017. "Análisis Comparativo de Políticas de Diseño En Europa: Clasificación Y Visualización de Estrategias." KEPES. <en proceso editorial>

---

Hobday, Mike, Anne Boddington, and Andrew Grantham. 2012. "Policies for Design and Policies for Innovation: Contrasting Perspectives and Remaining Challenges." *Technovation* 32 (5). Elsevier: 272–81. doi:10.1016/j.technovation.2011.12.002.

Nauwelaers, Claire, and René Wintjes. 2003. Chapter 8. Towards a New Paradigm for Innovation Policy? Edited by Bjorn T. Asheim, Arne Isaksen, Claire Nauwelaers, and Franz Todtling. *Regional Innovation Policy For Small-Medium Enterprises*. 1sted. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. doi:10.4337/9781781009659.00001.

OECD. 2005. "Manual de Oslo: Guía Para La Recogida E Interpretación de Datos Sobre Innovación." Luxemburgo: Tragsa. doi:10.1787/9789264065659-es.

Raulik-Murphy, Gisele. 2010. "A Comparative Analysis of Strategies for Design Promotion in Different National Contexts." The University of Wales. The University of Wales. [http://www.seeplatform.eu/images/A Comparative Analysis of Strategies for Design Promotion in Different National Contexts - ago2010 - FINAL.pdf](http://www.seeplatform.eu/images/A_Comparative_Analysis_of_Strategies_for_Design_Promotion_in_Different_National_Contexts_-_ago2010_-_FINAL.pdf).

Ruiz Olabuenaga, Jose Ignacio. 2012. *Metodología de La Investigación Cualitativa (Volumen 15)*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Stolovitch, Harold D, Erica J Keeps, and James A Pershing. 2006. *Handbook of Human Performance Technology: Principles, Practices, and Potential*. Edited by James A. Pershing. 3a. San Francisco: Pfeiffer. [https://www.researchgate.net/profile/Doug\\_Leigh/publication/227988134\\_SWOT\\_Analysis/links/004635266a79b4fae6000000.pdf#page=1135](https://www.researchgate.net/profile/Doug_Leigh/publication/227988134_SWOT_Analysis/links/004635266a79b4fae6000000.pdf#page=1135).

Swann, G.M.Peter. 2010. "The Economic Rationale for a National Design Policy." Department for Business, Innovation and Skills, Occasional Paper, no. 2. London. [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/32096/10-1112-bis-occasional-paper-02.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32096/10-1112-bis-occasional-paper-02.pdf).

Utterback, James M, Bengt-Arne Vedin, Eduardo Alvarez, Sten Ekman, Susan Walsh Sanderson, Bruce Tether, and Roberto Verganti. 2006. *Design-Inspired Innovation*. World Scientific.

Whicher, Anna H, Gavin Cawood, and Andrew T Walters. 2012. "Examining Design and Innovation Policies in Europe." In *Proceedings of 2nd WIRAD Symposium for Emerging Art & Design Researchers*, edited by WIRAD, 23–28. Cardiff. [http://www.seeplatform.eu/docs/SEE bulletin 7 - June 2012.pdf](http://www.seeplatform.eu/docs/SEE_bulletin_7_-_June_2012.pdf).

Woodham, Jonathan M. 2010. "Formulating National Design Policies in the United States: Recycling the 'Emperor's New Clothes'?" *Design Issues* 26 (2): 27–46. doi:10.1162/DESI\_a\_00003.

---

### **3.5. Análisis de cadena de valor**

La Cadena de Valor es una herramienta creada por Michael Porter que sirve para diagnosticar la ventaja competitiva y los medios para mejorarla. (2010, p. 55)

Las actividades de valor se dividen en dos grandes grupos, primarias y de apoyo. Las actividades de apoyo respaldan a las primarias y viceversa. Esta herramienta puede ser utilizada para analizar un sistema o contexto en vez de una empresa.

Las actividades primarias seleccionadas para el análisis de las políticas de diseño analizadas son: Logística hacia el sistema, operaciones, innovación/diseño, promoción de diseño, logística desde el sistema, finalidad del sistema.

Las actividades de soporte analizadas son: Infraestructura, recursos humanos, aprovisionamiento, tecnologías.

Los datos de entrada para la realización de esta cadena de valor se obtuvieron de la codificación de la información de las políticas de diseño. Su relevancia como herramienta en esta tesis, radica en la posibilidad de medir la fisonomía y el peso específico que tienen los diferentes factores dentro del sistema diseño, además de identificar el papel estratégico del diseño dentro del sistema.

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:*

*Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

**Figura 3. 33 Cadena de valor de las políticas de diseño.**



Fuente: Elaboración propia

---

### 3.6. Definición del concepto de Mega-región

Para entender por qué se seleccionó la Euroregión del Arco Mediterráneo como sujeto de estudio de esta tesis, es importante comenzar definiendo el concepto de Mega regiones:

Las mega-regiones son redes de centros metropolitanos y sus áreas circundantes que sirven como unidades funcionales de actividad económica. Las mega-regiones también consisten en áreas vinculadas a motores económicos gracias a ambientes naturales, servicios y personas, infraestructura compartida, fondos de inversión, fuerza laboral e identidad social y cultural. Las fronteras de una mega-región no son fijas; estas son tan dinámicas como lo son las relaciones funcionales que la conforman. (Ross et al., 2012, p. 15; Tremosa i Balcells, 2008, p. 23)

Florida (Ross et al., 2012, p. xix) expone la evolución del concepto de mega-región: En 1957, el economista geógrafo Jean Gottmann usó por primera vez el término megalópolis, para describir un nuevo tipo de unidad económica, que partía de múltiples áreas metropolitanas que se componen de ciudades centrales y suburbios adyacentes. Gottman identificó varias mega regiones alrededor del mundo.

En 1993, Kenichi Ohmae, argumentó que las naciones no eran las unidades centrales de la economía global, y que estaban siendo reemplazadas por una nueva zona económica natural: Las economías regionales.

Más recientemente, geógrafos, estrategas, economistas y otros científicos sociales, han actualizado los conceptos de Gottman y Ohmae. Florida explica que, junto a Tim Gulden, usó imágenes de satélite del mundo durante la noche, para identificar regiones con continuidad lumínica (la iluminación durante la noche indica consumo de

energía, lo que corresponde a actividad económica). Esta información se calibró con información de economía regional y nacional, generando estimados de productividad económica por cada mega-región. A esta unidad de medida se le conoce como LRP (*light-based regional product*).

**Figura 3. 34 Distribución mundial de actividad económica según indicador LRP.**



Fuente: Adaptado de "The Rise of the Mega-Region" por R. Florida, T. Gulden, C. Mellander, 2007, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 1, p.25. Copyright 2007.

Gulden argumenta, que una mega-región debe tener las siguientes características: Debe tener al menos una gran ciudad y su área metropolitana, debe tener un LRP de más de \$100 billones. Las 40 mega-regiones más importantes del mundo agrupan cerca del 18% de la población mundial, pero generan dos terceras partes de la producción económica, y 86% de las innovaciones patentadas.

Siguiendo estas definiciones, hay cuarenta mega-regiones en el mundo.(Florida & Ayres, 2008; Florida, Gulden, & Mellander, 2007).

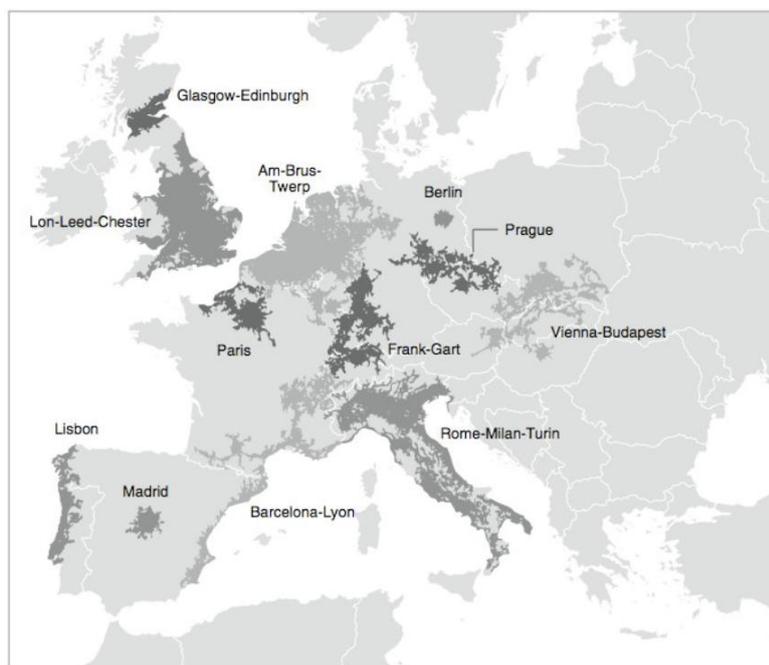
**Tabla 3.18 Ranking de las 15 principales mega regiones del mundo, basado en el indicador LRP.**

Name	Population (Millions)	Pop. Rank	LRP 2000 (\$Billions)	LRP Rank	Patents (2001)	Pat. Rank	Authors (2001)	Auth. Rank
Greater Tokyo	55.1	4	2500	1	91280	1	11	16
Bos-Wash	54.3	5	2200	2	21307	3	293	1
Chi-Pitts	46.0	9	1600	3	17686	4	67	5
Am-Brus-Twerp	59.3	3	1500	4	6985	9	29	11
Osaka-Nagoya	36.0	14	1400	5	15897	5	9	20
Lon-Leed-Chester	50.1	6	1200	6	3315	14	89	3
Rom-Mil-Tur	48.3	7	1000	7	4000	33	12	14
Char-lanta	22.4	18	730	8	4188	11	49	7
So-Cal	21.4	22	710	9	6902	10	74	4
Frank-Gart	23.1	17	630	10	3199	15	39	8
Barce-Lyon	25.0	16	610	11	1896	23	10	17
Tor-Buff-Chester	22.1	19	530	12	3402	12	56	6
Seoul-San	46.1	8	500	13	21833	2	0	40
Nor-Cal	12.8	28	470	14	11567	6	108	2
So-Flo	15.1	25	430	15	2693	19	8	22

Fuente: “The Rise of the Mega-Region” por R.Florida, T.Gulden, C.Mellander, 2007, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 1, p.31. Copyright 2007

Basándose en la información de la tabla anterior (Florida et al., 2007), Boira Maiques (2010a, p. 107) expone que una de las mega-regiones identificadas es el Eje Mediterráneo o Corredor Mediterráneo. Con Barcelona y Lyon al norte y con prolongaciones que van hasta Alicante por el sur, esta mega-región ocupa la posición veintiseisava en la clasificación mundial, y la onceava siguiendo el criterio del LRP, la posición 23 en patentes y 17 en localización de autores o científicos. Boira Maiques argumenta que en los gráficos de Florida no se muestra la fluida e intensa relación interregional que data de décadas atrás.

**Figura 3. 35 Mega regiones Europeas.**



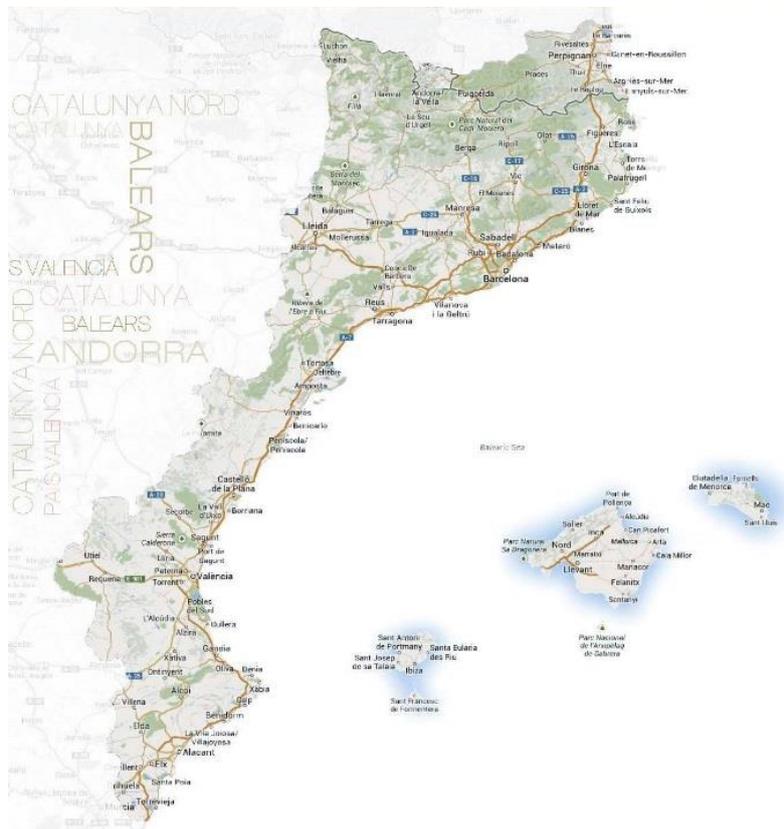
**Fuente:** "The Rise of the Mega-Region" por R.Florida, T.Gulden, C.Mellander, 2007, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 1, p.28. Copyright 2007.

### **3.7. Definición de la Eurorregión del Arco Mediterráneo EURAM.**

La definición sobre la mega región europea (Eurorregión) del Arco Mediterráneo EURAM, se tomará del *Institut Villalonga d'Economia i Empresa (IVEE)*, quien es uno de los principales impulsores de esta Eurorregión:

El EURAM es un eje con similitudes económicas y sociales, formada principalmente por los territorios de Cataluña, Valencia, las Islas Baleares, Andorra y la región francesa de del Llenguadoc – Rosselló, ver imagen 3.36. Es una iniciativa promocionada por el *Institut Villalonga d’Economia i Empresa*, con sedes en Valencia y en Barcelona; y que cuenta también con el soporte de instituciones públicas y empresariales de todas estas regiones.

**Figura 3. 36 Mapa del EURAM.**



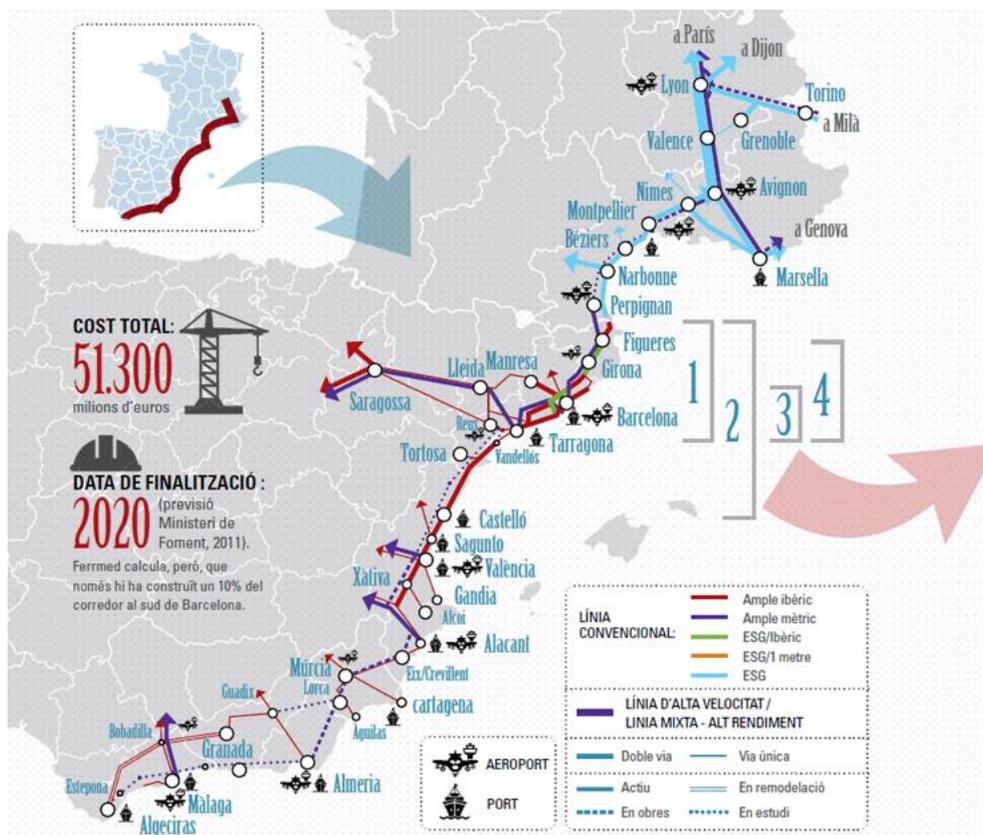
Fuente: L'Euram en Xifres. Fuente: Institut Villalonga d’Economia i Empresa (2016)

El reto que busca asumirse con el EURAM, es poder enfrentarse al nuevo mapa continental europeo y a una nueva etapa productiva mundial, en donde predominan regiones de alrededor de 10 millones de habitantes, con un intercambio mutuo intenso, interdependencia estructural y una tradición que incluye elementos de orden histórico o cultural. (Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa, 2016)

El Corredor del Mediterráneo, según expone Tremosa (2015, p. 15) es uno de los 10 grandes ejes centrales de la Red Transeuropea de Transporte, que está diseñado por la Unión Europea, y que lo conforman un conjunto de infraestructuras ferroviarias, viarias, portuarias, aeroportuarias y logísticas, junto con los servicios que se prestan a viajeros y mercaderías. El Corredor del Mediterráneo se extiende desde Algeciras hasta Aviñón, y es la columna vertebral de la Eurorregión del Arco Mediterráneo EURAM, ver imagen 3.37.

El Corredor del Mediterráneo va a ser aprobado en noviembre de 2013 en la plenaria del Parlamento Europeo, dentro del marco del nuevo reglamento TEN-T (Trans European Network of Transport) que define las nuevas redes ferroviarias prioritarias de transporte europeo del siglo XXI (Tremosa i Balcells, 2015, p. 14).

Figura 3. 37 Corredor Mediterráneo.



Fuente “ El Corredor Mediterreni” , Món Empresarial (Tremosa i Balcells, 2015)

La població total del EURAM equivale al 30% de la població de Espanya (datos de 2013). En la tabla 3.19 puede verse como está distribuida su población.

**Tabla 3. 19 Población del EURAM en miles de personas.**

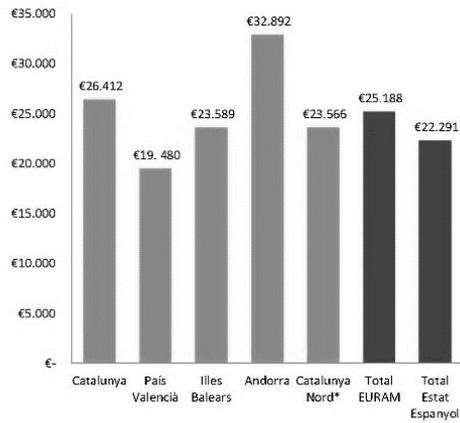
<b>LA POBLACIÓ DE L'EURAM</b> <i>(en milers de persones)</i>	
<b>Catalunya</b>	7.553.650
<b>País Valencià</b>	5.113.815
<b>Illes Balears</b>	1.111.674
<b>Andorra</b>	76.246
<b>Catalunya Nord</b>	459.798
<b>EURAM</b>	<b>14.315.183</b>
<b>Total Estat Espanyol</b>	<b>47.129.783</b>

Fonts: IDESCAT, IVE, Ibestat, INSSEE i Departament d'estadística d'Andorra  
Dades de 2013

Fuente: L'Euram en Xifres. (Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa, 2016)

En el área de influencia del EURAM se genera el 40% del PIB de España (Tremosa i Balcells, 2015). En la figura 3.38 puede observarse el valor del PIB por habitante en cada región, en el conjunto del EURAM y en España. Y en la imagen 3.39 la evolución y comparación del PIB entre el EURAM y España.

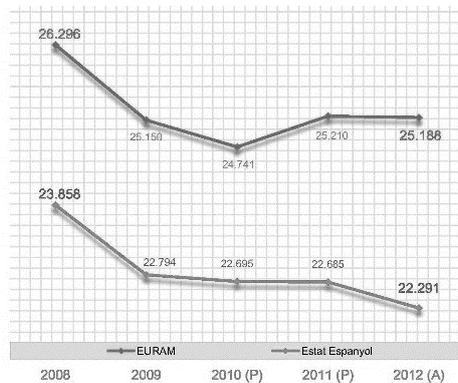
**Figura 3. 38 Valor del PIB por habitante en cada región, en el conjunto del EURAM y en España.**



Fonts: IDESCAT, IVE, Ibestat, INE, INSSEE i Departament d'estadística d'Andorra  
 \*Referent a tot el Llenguadoc-Rosselló (falten dades específiques pels Pirineus Orientals)  
 Dades de 2012

Fuente: L'Euram en Xifres. (Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa, 2016)

**Figura 3. 39 Evolución y comparación del PIB entre el EURAM y España.**

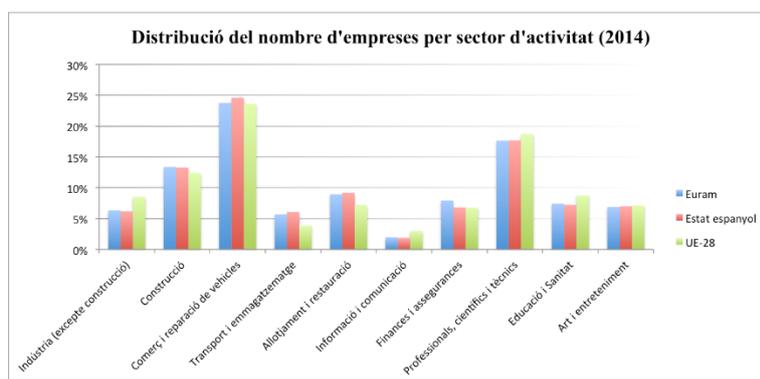


Fonts: IDESCAT, IVE, Ibestat, INE, INSSEE i Departament d'estadística d'Andorra  
 (P) Estimació Provisional  
 (A) Estimació Avanç

Fuente: L'Euram en Xifres. (Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa, 2016)

Según el IVEE, en cuanto a la actividad industrial, el EURAM concentra 1.062.759 de empresas (datos del 2014), que representa un 6,1% de las empresas europeas y un 31% de España. Estas se encuentran en el sector de comercio y reparación de vehículos (270.308 empresas) y de profesionales, científicos y técnicos (200.640), ver figura 4.40. España en los mismos sectores tiene 845.516 y 607.647 empresas y la Unión Europea tiene 4.115.492 y 3.258.702 respectivamente. (Observatori de L'Euroregió de l'Arc Mediterrani, 2017)

**Figura 3. 40 Distribución del número de empresas por sector de actividad.**



Fuente: “L'Euram concentra un 6,1% del teixit empresarial europeu “ (Observatori de L'Euroregió de l'Arc Mediterrani, 2017)

Si se tienen en cuenta los diferentes territorios del EURAM, Cataluña concentra la mayor parte del tejido empresarial, un 55% que equivale a 584.938 empresas, seguido de la Comunidad Valenciana con 340.657 (32%), Islas Baleares con 99.143 (9.3%), Languedoc – Rosselló con 30.681 (2.89%) y Andorra con 7.370 (0.7%). (Observatori de L'Euroregió de l'Arc Mediterrani, 2017)

En cuanto a exportaciones, el EURAM exporta el 36,28% de las exportaciones totales de España. En la tabla 3.20 y la imagen 3.41 pueden verse los valores de exportaciones en cada región, en el conjunto del EURAM y en España.

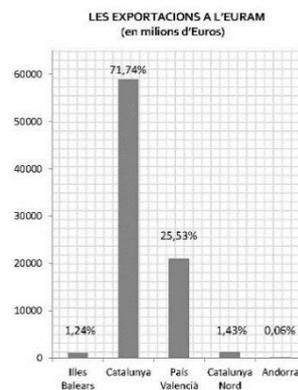
**Tabla 3. 20 Exportaciones en cada región, el conjunto del EURAM y en España.**

	EXPORTACIONS (en milions d'Euros)	Percentatges	
Catalunya	58.853,25	71,74%	Respecte el total de l'EURAM
País Valencià	20.941,20	25,53%	
Illes Balears	1016,22	1,24%	
Catalunya Nord	1.172,00	1,43%	
Andorra	53,15	0,06%	
EURAM	82.035,82	36,28%	Respecte
Estat Espanyol	226.114,59	100,00%	l'Estat Espanyol

Fonts: Datacomex, Cambra de Comerç de Perpinyà, Cambra de Comerç d'Andorra (2012)

Fuente: L'Euram en Xifres. (Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa, 2016)

**Figura 3. 41 Exportaciones en cada región, el conjunto del EURAM y en España**



Fuente: L'Euram en Xifres. (Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa, 2016)

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:  
Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

---

Para concluir esta breve definición del EURAM, se exponen los principales indicadores del EURAM desde el punto de vista económico, empresarial, industrial, comercial, de financiamiento, territorio y tecnología, tomados de "Apunts d'economia per a l'Euroregió" (Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga, 2017a).

Tabla 3. 21 Principales indicadores del EURAM (Parte I)

	Euram	Estat espanyol (EE)	% Euram/EE	UE	% Euram/UE
<b>Economia</b>					
<b>PIB (milions €)</b>	<b>333.655</b>	<b>1.041.160</b>	<b>32,0%</b>	<b>13.959.739</b>	<b>2,4%</b>
<b>Població (en milers)</b>	<b>14.006</b>	<b>46.464</b>	<b>30,1%</b>	<b>508.125</b>	<b>2,8%</b>
<b>PIB per càpita (€)</b>	<b>23.822</b>	<b>22.408</b>	<b>106,3%</b>	<b>27.473</b>	<b>86,7%</b>
<b>Inversió estrangera bruta (en milions d'€)</b>	<b>5.300</b>	<b>21.724</b>	<b>24,4%</b>		
<b>Aturats per sectors econòmics (milers de persones)</b>	<b>1.292,9</b>	<b>4.779,5</b>	<b>27,1%</b>		
Agricultura	16,2	222,6	7,3%		
Indústria	55,9	174,4	32,1%		
Construcció	61,6	207,6	29,7%		
Serveis	387,6	1.377,5	28,1%		
Aturats que busquen 1a feina o de llarga durada	771,6	2.797,4	27,6%		
<b>Indústria</b>					
<b>Xifra de negocis per indústria (en milions d'€)</b>	<b>188.730</b>	<b>571.929</b>	<b>33,0%</b>		
Indústries extractives i del petroli	41.034	164.407	25,0%		
Alimentació, begudes i tabac	34.741	106.044	32,8%		
Indústria tèxtil, confecció, cuir i calçat	8.595	14.068	61,1%		
Indústria de la fusta i del suro, paper i arts gràfiques	8.760	23.101	37,9%		
Indústria química	26.720	51.903	51,5%		
Cautxú i matèries plàstiques	7.182	18.418	39,0%		
Productes minerals no metàl·lics diversos	6.889	14.947	46,1%		
Metal·lúrgia i fabricació de productes metàl·lics	13.804	58.445	23,6%		
Material i equip elèctric, electrònic i òptic	5.780	17.640	32,8%		
Maquinària i equip mecànic	5.592	18.209	30,7%		
Material de transport	24.113	68.860	35,0%		
Indústries manufactureres diverses	5.519	15.881	34,8%		
<b>Empresa</b>					
<b>Empreses actives</b>	<b>1.136.658</b>	<b>3.417.758</b>	<b>33,3%</b>	<b>17.739.723</b>	<b>6,4%</b>
<b>Empreses per sector d'activitat</b>					
Indústria	73.927	216.605	34,1%	1.613.843	4,6%
Construcció	155.448	466.118	33,3%	2.124.389	7,3%
Venta a l'engròs i detall, reparació de vehicles	270.323	843.340	32,1%	4.494.460	6,0%
Transport i emmagatzematge	69.479	217.189	32,0%	768.252	9,0%
Allotjament i restauració	101.179	318.827	31,7%	1.316.015	7,7%
Informació i comunicació	21.453	62.627	34,3%	463.129	4,6%
Serveis financers, asseguradores i immobiliari	87.576	220.704	39,7%	1.184.161	7,4%
Activitats professionals, científiques, tècniques i administratives	199.893	606.405	33,0%	3.313.064	6,0%
Educació, activitats de serveis socials i de salut humana	82.761	238.179	34,7%	1.273.321	6,5%
Arts, entreteniment i altres activitats de serveis	74.576	227.764	32,7%	1.189.088	6,3%

Darreres dades disponibles

Font: INE, Eurostat, AENA, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía y Competitividad, Departament d'Estadística d'Andorra

Fuente: "Apunts d'economia per a l'Euroregió" (Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga, 2017a)

El "Sistema Diseño" en la Euroregión del Arco Mediterráneo:

Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.

Tabla 3. 22 Principales indicadores del EURAM (Parte II)

	Euram	Estat espanyol (EE)	% Euram/EE	UE	% Euram/UE
<b>Comerç</b>					
<b>Nombre d'empreses</b>					
Reparacions vehicles a motor	20.835	71.710	29,1%		
Comerç majorista	79.680	230.704	34,5%		
Comerç minorista	162.628	537.815	30,2%		
<b>Total comerç</b>	<b>263.143</b>	<b>840.229</b>	<b>31,3%</b>		
Total comerç / Total empreses	23,2%	24,6%			
<b>Nombre de treballadors del sector</b>					
Reparacions vehicles a motor	77.215	263.055	29,4%	3.740.253	2,1%
Comerç majorista	362.954	997.411	36,4%	10.314.351	3,5%
Comerç minorista	496.964	1.602.044	31,0%	18.564.940	2,7%
<b>Total treballadors sector comerç</b>	<b>937.133</b>	<b>2.862.510</b>	<b>32,7%</b>	<b>32.619.544</b>	<b>2,9%</b>
<b>Finançament</b>					
Despesa en sanitat (€/càpita)	1.299,45	1.425,7	91,1%		
Despesa en educació (€/càpita)	862,50	912,6	94,5%		
Despesa en protecció social (€/càpita) (pensions, atur, dependència, serveis socials...)	3.765,07	4.010,40	93,9%		
<b>Territori</b>					
<b>Aeroports</b>					
Passatgers (milions de persones)	87,2	195,9	44,5%		
Operacions (milers d'operacions)	744,3	1.832,7	40,6%		
Mercaderies (milions de Kg)	132,9	685,2	19,4%		
<b>Ports</b>					
Mercaderies carregades (milers de tones)	62.142	158.472	39,2%		
Mercaderies descarregades (milers de tones)	81.554	244.695	33,3%		
Passatgers embarcats (milers)	2.845	10.459	27,2%		
Passatgers desembarcats (milers)	2.840	10.448	27,2%		
<b>Ferrocarril</b>					
Km de via	3.195	15.922	20,1%	215.734	1,5%
km de via per cada 100 km2	4,92	3,2		4,99	
km de via elèctrica	2.624	9.624	27,3%	115.508	2,3%
km de via elèctrica per cada 100 km2	4,04	1,9		2,67	
<b>Tecnologia i informació</b>					
Ús comerç electrònic < 12 mesos (% individus)	46	42		53	
Treballadors sectors alta tecnologia	201.000	656.000	30,6%	9.445.670	2,1%
Treballadors sectors alta tecnologia / Total ocupats (%)	2,9	3,7		3,5	

Darreres dades disponibles

Font: INE, Eurostat, AENA, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía y Competitividad, Departament d'Estadística d'Andorra

Fuente: "Apunts d'economia per a l'Euroregió" (Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga, 2017a)

---

### **3.8. Mapa cartográfico basado en información recopilada sobre el EURAM.**

Un cartograma (Raymond, 2010, p. 59) “es una técnica que emplea diagramas utilizados por los cartógrafos o elaboradores de mapas para exponer datos geográficos complejos de un modo simple, ilustrativo”.

En esta tesis, se realizó una adaptación de esta herramienta para poder analizar la Euroregión EURAM. Los cinco títulos o grupos de información para la realización de este mapa cartográfico son:

- Dato o factor: Qué es lo que está sucediendo. Define la tendencia.
- Causas del factor: Qué factores externos han conducido a la formación de la tendencia.
- Impacto: Ejemplos pertinentes de cómo se está manifestando la tendencia, en todos los sectores o industrias posibles.
- Consecuencias: Cómo está afectando esta tendencia a la mayoría tardía.
- Futuro/perspectiva: Futuras repercusiones.

Estos cinco títulos o grupos se analizaron para cada uno de los agentes del marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo (OECD, 2005 numeral 100):

Infraestructura (Infraestructura y marco institucional), tejido industrial (empresa), Innovación y diseño (políticas de innovación), formación e investigación pública (sistema público de educación e investigación).

El origen de los datos son fuentes secundarias de información, como libros, artículos indexados y divulgativos, noticias de actualidad sobre el Corredor Mediterráneo, entre otros (ver tabla 3.23.)

**Tabla 3. 23 Fuentes bibliográficas utilizadas para la creación del mapa cartográfico.**

Fuente N°	Título de la publicación	Autor, año publicación
1	“El comerç exterior a l'Euram”	(Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga, 2008a)
2	“La innovació a l'Euram: un repte cap als objectius europeus”	(Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga, 2006)
3	“El teixit empresarial de l' Euram : un milió de pimes al voltant de clústers industrials”	(Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga, 2008b)
4	“Germà Bel: Trens, aeroports i decadència”. (programa de TV)	(Barberà, 2012)
5	“El (re)torn de la Indústria” (documental)	(Ginestà, 2012)
6	“Recerca i innovació a L'Euram: Observatori estadístic de l'Euroregió de l'Arc Mediterrani”..	(Castro-Martínez et al., 2006)

7	“Economia i Territori: L’Euroregió de l’Arc Mediterrani `EURAM`”	(Casas i Onteniente, 2009b)
8	“La discreta mort del corredor mediterrani”	(Tena, 2012)
9	“El drama del corredor mediterrani és no haver tingut cap padrí polític”	(Macias i Arau, 2012)
10	“Plan de Investigación e Innovación de Cataluña 2010-2013”	(Generalitat de Catalunya, 2010)
11	“Euroregió de l’Arc Mediterrani: Quinze anys de cooperació econòmica i empresarial.”	(Institut d’economia i empresa Ignasi Villalonga, 2003)
12	“Llibre blanc empreses de l’Euram”.	(Amat, 2006)
13	“Catalunya, país emergent”	(Tremosa i Balcells, 2008)
14	“Euram 2010. La via europea”.	(Boira Maiques, 2002)
15	“Trans-European transport network review: European Union accepts proposal from Spanish Government on Trans-European Transport Networks”	(Ministerio de Presidencia, 2011)
16	“Corredor Mediterrani: una victòria europea de Catalunya”	(Tremosa i Balcells, 2015)

17	Annual Report of the Coordinator	(Secchi, 2012)
18	“La Commonwealth catalano-valenciana. La formació de l'eix mediterrani al segle XX”	(Boira Maiques, 2010b)
19	“L'Eix Mediterrani: entre les dinàmiques locals i la perspectiva megaregional”	(Boira Maiques, 2010a)
20	IESE Cities in Motion Index	(Berrone, Ricart, Carraso, & Ricart, 2016)
21	“Els eixos industrials de L'arc mediterrani”	(Català Oltra, 2015)
22	“Comarques Centrals Valencianes: El punt d'equilibri del País Valencià”	(Alcaraz & Hernández, 2016)
23	“Les connexions de Catalunya amb l'exterior: una mirada prospectiva a les infraestructures de transport”	(Turro Calvet, 2012)
24	“Economia i competitivitat a l'Arc Mediterrani”.	(Casas i Onteniente, 2009a)
25	“L'Euram concentra un 6,1% del teixit empresarial europeu”	(Observatori de L'Euroregió de l'Arc Mediterrani, 2017)
26	“Al País Valencià es parla hui de bombolla de l'emprenedoria”	(March, 2016)

27	“Necessitem urgentment un pacte polític per a la ciència i la innovació”.	(Jordan, 2017)
28	“La última ola de frío refuerza el papel del corredor mediterráneo”.	(Sierra, 2017)

Fuente: Elaboración propia

Para la elaboración del mapa cartográfico, se empezaron ubicando los datos de la izquierda hacia la derecha para cada uno de los agentes del Manual de Oslo, cada uno de los datos tiene el número de la fuente bibliográfica del cual fue extraído. (ver figura 3.42)

Posteriormente se generaron asociaciones entre los grupos de información. Para facilitar su visualización se presenta el mismo mapa dos veces, el segundo (ver figura 3.43) incluye flechas que indican las relaciones entre conceptos.

El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:

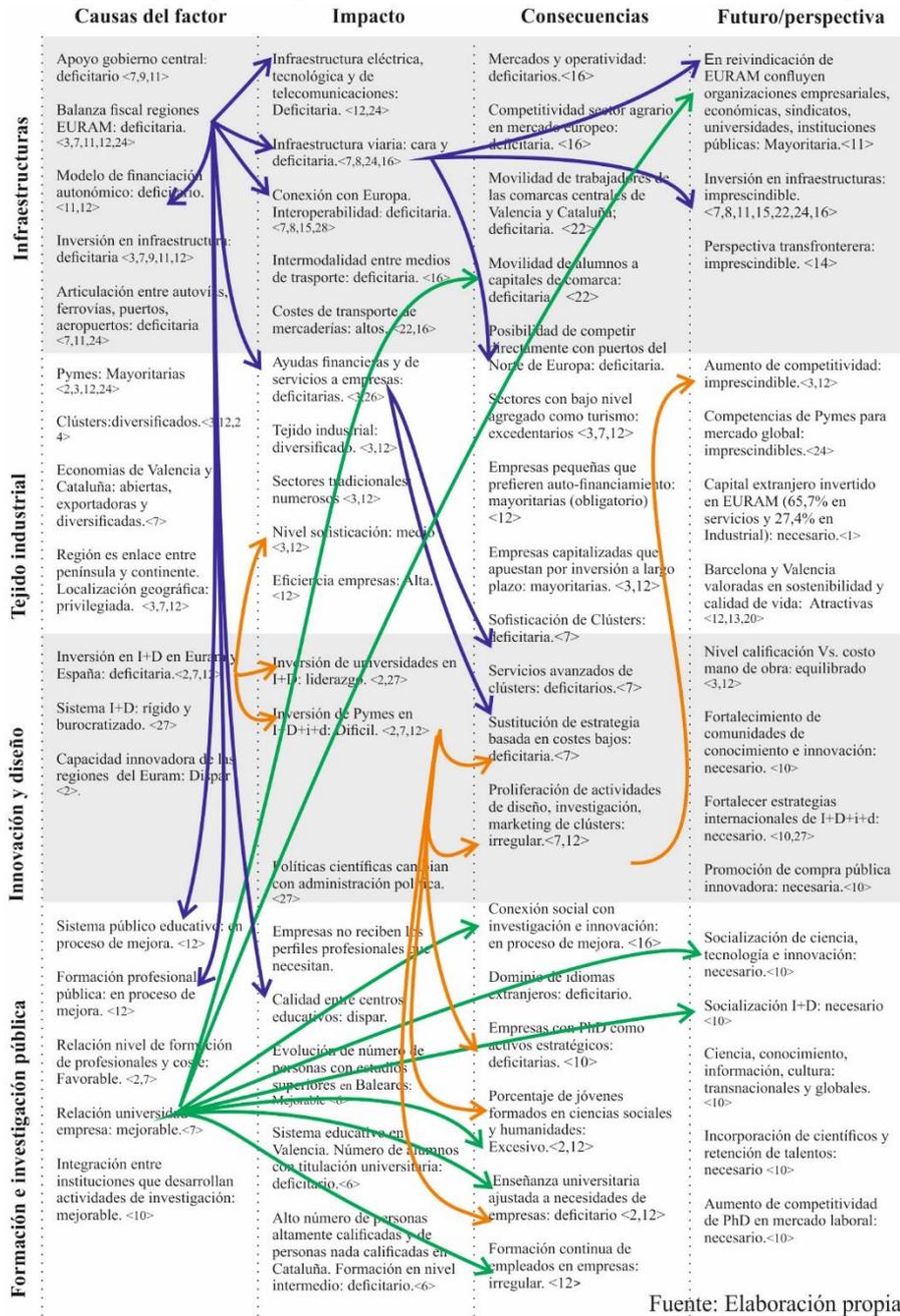
Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.

Figura 3. 42 Mapa cartográfico con información sobre el EURAM

	Causas del factor	Impacto	Consecuencias	Futuro/perspectiva
Infraestructuras	Apoyo gobierno central: deficitario <7,9,11>	Infraestructura eléctrica, tecnológica y de telecomunicaciones: Deficitaria. <12,24>	Mercados y operatividad: deficitarios.<16>	En reivindicación de EURAM confluyen organizaciones empresariales, económicas, sindicatos, universidades, instituciones públicas: Mayoritaria.<11>
	Balanza fiscal regiones EURAM: deficitaria. <3,7,11,12,24>	Infraestructura viaria: cara y deficitaria.<7,8,24,16>	Competitividad sector agrario en mercado europeo: deficitaria. <16>	
	Modelo de financiación autonómico: deficitario. <11,12>	Conexión con Europa. Interoperabilidad: deficitaria. <7,8,15,28>	Movilidad de trabajadores de las comarcas centrales de Valencia y Cataluña: deficitaria. <22>	Inversión en infraestructuras: imprescindible. <7,8,11,15,22,24,16>
	Inversión en infraestructura: deficitaria <3,7,9,11,12>	Intermodalidad entre medios de transporte: deficitaria. <16>	Movilidad de alumnos a capitales de comarca: deficitaria. <22>	Perspectiva transfronterera: imprescindible. <14>
	Articulación entre autovías, ferrovías, puertos, aeropuertos: deficitaria <7,11,24>	Costes de transporte de mercaderías: altos. <22,16>	Posibilidad de competir directamente con puertos del Norte de Europa: deficitaria.	
	Pymes: Mayoritarias <3,12,24>	Ayudas financieras y de servicios a empresas: deficitarias. <3,26>	Sectores con bajo nivel agregado como turismo: excedentarios <3,7,12>	Aumento de competitividad: imprescindible.<3,12>
	Clústers:diversificados.<3,12,24>	Tejido industrial: diversificado. <3,12>	Empresas pequeñas que prefieren auto-financiamento: mayoritarias (obligatorio) <12>	Competencias de Pymes para mercado global: imprescindibles.<24>
Tejido industrial	Economías de Valencia y Cataluña: abiertas, exportadoras y diversificadas.<7>	Sectores tradicionales: numerosos <3,12>	Empresas capitalizadas que apuestan por inversión a largo plazo: mayoritarias. <3,12>	Capital extranjero invertido en EURAM (65,7% en servicios y 27,4% en Industrial): necesario.<1>
	Región es enlace entre península y continente. Localización geográfica: privilegiada. <3,7,12>	Nivel sofisticación: medio. <3,12>	Sofisticación de Clústers: deficitaria.<7>	Barcelona y Valencia valoradas en sostenibilidad y calidad de vida: Atractivas <12,13,20>
		Eficiencia empresas: Alta. <12>	Sustitución de estrategia basada en costes bajos: deficitaria.<7>	Fortalecimiento de comunidades de conocimiento e innovación: necesario. <10>
Innovación y diseño	Inversión en I+D en Euram y España: deficitaria.<2,7,12>	Inversión de universidades en I+D: liderazgo. <2,27>	Servicios avanzados de clústers: deficitarios.<7>	Nivel calificación Vs. costo mano de obra: equilibrado <3,12>
	Sistema I+D: rígido y burocratizado. <27>	Inversión de Pymes en I+D+i+d: Difícil. <2,7,12>	Proliferación de actividades de diseño, investigación, marketing de clústers: irregular.<7,12>	Fortalecer estrategias internacionales de I+D+i+d: necesario. <10,27>
	Capacidad innovadora de las regiones del Euram: Dispar <2>	Políticas científicas cambian con administración política. <27>	Conexión social con investigación e innovación: en proceso de mejora. <16>	Promoción de compra pública innovadora: necesaria.<10>
			Domínio de idiomas extranjeros: deficitario.	Socialización de ciencia, tecnología e innovación: necesario.<10>
Formación e investigación pública	Sistema público educativo: en proceso de mejora. <12>	Empresas no reciben los perfiles profesionales que necesitan.	Empresas con PhD como activos estratégicos: deficitarias. <10>	Socialización I+D: necesario <10>
	Formación profesional pública: en proceso de mejora. <12>	Calidad entre centros educativos: dispar.	Porcentaje de jóvenes formados en ciencias sociales y humanidades: Excesivo.<2,12>	Ciencia, conocimiento, información, cultura: transnacionales y globales. <10>
	Relación nivel de formación de profesionales y coste: Favorable. <2,7>	Evolución de número de personas con estudios superiores en Baleares: Mejorable <6>	Enseñanza universitaria ajustada a necesidades de empresas: deficitario <2,12>	Incorporación de científicos y retención de talentos: necesario <10>
	Relación universidad-empresa: mejorable.<7>	Sistema educativo en Valencia. Número de alumnos con titulación universitaria: deficitario.<6>	Formación continua de empleados en empresas: irregular. <12>	Aumento de competitividad de PhD en mercado laboral: necesario.<10>
	Integración entre instituciones que desarrollan actividades de investigación: mejorable. <10>	Alto número de personas altamente calificadas y de personas nada calificadas en Cataluña. Formación en nivel intermedio: deficitario.<6>		

Fuente: Elaboración propia

**Figura 3. 43 Mapa cartográfico con información sobre el EURAM con flechas que relacionan**



Fuente: Elaboración propia

### **3.9. Perspectiva del futuro de la región EURAM.**

La Euroregión del Arco Mediterráneo, según expone Boira Maiques (2002, p. 131), debe ser un gran espacio regional configurado, donde los ejes principales sean las relaciones fluidas Valencia-Barcelona-Palma y con prolongaciones en primera instancia al Oeste hacia Aragón, y hacia zonas septentrionales, de Andorra a Montpellier. Boira argumenta que, a diferencia de otros planteamientos, este nuevo territorio, cercano, activo y geopolítico no se basa exclusivamente en una conformación territorial clásica (formación nacional), sino en formulaciones territoriales funcionales que ya han sido ensayadas en Europa.

Casas i Onteniente (2009a, p. 150), argumenta que en este nuevo contexto, tal y como está enfocada la economía, el eje Barcelona-Valencia y su área de influencia inmediata (en especial las Islas Baleares y el Rosselló) presentan condiciones que permiten pensar en el desarrollo de una gran región de base económica dentro de Europa y en el contexto mundial, sin tener papeles periféricos ni subordinados.

Las similitudes y la notable integración entre los territorios del EURAM, según argumenta Casas i Onteniente (2009b, p. 188) permiten afirmar que es improbable la aplicación de medidas eficientes que no contemplen la globalidad de la región. La ejecución de planes solo en una parte del territorio reduciría la potencialidad del conjunto del área; la eficiencia de este modelo depende de políticas conjuntas desde este enfoque.

La creación de una cooperación de escala superior entre las regiones que componen el Arco Mediterráneo, según Boira Maiques (2010a, p. 107), de ninguna manera anularía el papel de los gobiernos regionales, autonómicos ni locales. Al contrario, si se

---

toma como ejemplo el caso de Estados Unidos, se revela la importancia que tienen los gobiernos locales en su rol de planeación, desarrollo y mantenimiento de la infraestructura de la nación dentro de las prioridades y el funcionamiento de estados federales.

Según expone Boira Maiques (2010a, p. 107), el Eje Mediterráneo se configura como un nuevo nivel que habrá que considerar en el momento de hacer la planificación, pero no para conformar una nueva estructura de poder, sino un marco de una nueva forma de gobierno y como un ámbito idóneo para la planificación de infraestructuras a escalas española y europea. El Eje Mediterráneo debería ser la materialización de los principios de una mega región eficiente, que permita la cooperación interadministrativa e interregional, la base territorial para proyectar y planificar determinadas infraestructuras, el conjunto geográfico para proteger un entorno natural lleno de recursos (el litoral, en este caso), el espacio adecuado para desarrollar una política de flujos y movilidad, el ámbito para desarrollar acciones relacionadas con un tejido económico similar o interconectado.

El Arco Mediterráneo tiene y tendrá un nivel global en el cual las sociedades valenciana y catalana podrán participar juntas del nuevo escenario mundial (2010a, p. 93). Las dinámicas económicas de la relación catalana-valenciana según Boira (2010b, p. 143) no se han visto afectadas por el anti catalanismo. De hecho, según plantea Turró Calvet (2012), en el caso de una independencia de Cataluña, el interés de España, Francia y Cataluña, debería ser el de mantener fronteras abiertas para evitar la desarticulación del Corredor Mediterráneo. Cataluña debe ser consciente de la potencia que tiene esta mega-región, y según expone Tremosa (2008, p. 53) tejer las complicidades necesarias para favorecer su conexión con Europa.

# Capítulo 4

## Resultado de la investigación

### 4.1. Caracterización de sistemas de diseño de regiones del EURAM.

Para caracterizar los sistemas de diseño de las regiones Euram, se realizó un estudio cualitativo de caso múltiple incrustado. Simons (2009, p. 42) expone que “el estudio de caso es una investigación exhaustiva y desde múltiples perspectivas de la complejidad y unicidad de un determinado proyecto, política, institución programa o sistema en un contexto real”.

En este caso en el que se analizan las regiones del EURAM, se selecciona el caso múltiple, ósea un caso individual para cada una de las tres comunidades autónomas españolas analizadas (Baleares, Valencia, Cataluña), siguiendo el argumento de Yin (2013): Cuando se tiene la oportunidad, es mejor seleccionar casos múltiples que casos individuales. Los casos individuales son susceptibles porque se tienen “todos los huevos en el mismo cesto”. Cuando se tienen más de dos casos, se tiene la posibilidad directa de contrastar información entre ellos. Simons (2009, p. 54) argumenta

---

que si se realiza un estudio de caso colectivo, se pueden seleccionar casos de diferentes zonas geográficas para investigar diferencias regionales o institucionales en el modo en que los temas se experimentan en cada caso.

Se selecciona el caso incrustado (*embedded*), ya que, según plantea Yin (2013), un mismo caso puede tener unidades de análisis en más de un nivel, o sea, cuando se tienen diferentes subunidades para analizar. Este es el caso de esta tesis, en donde se tienen 3 regiones que serán la unidad de análisis principal, y estas a su vez se conforman por categorías y segmentos de información objetos de análisis.

La fuente principal de información son las páginas Web de los agentes que participan en cada sistema y los documentos sobre cada región del EURAM. Esto se justifica por medio del argumento de Simons (2009, p. 97): en los documentos escritos se pueden buscar pistas que ayuden a comprender la cultura y valores de las políticas subyacentes. El análisis de documentos suele ser un útil precursor de la entrevista y la observación para indicar los temas que vale la pena analizar en el caso. Según expone Stake (2010, p. 66):

“Casi todos los estudios requieren, de una forma u otra, examinar periódicos, informes anuales, correspondencia, actas de reuniones y cosas parecidas. La recogida de datos mediante el estudio de documentos sigue el mismo esquema de razonamiento que la observación o la entrevista. Hay que tener la mente organizada, aunque abierta a pistas inesperadas.”

Otra fuente de información importante de cada caso es la consulta a expertos pertenecientes a diferentes agentes identificados en cada región.

De esta herramienta de la investigación cualitativa, se espera como resultados, según plantea (Stake, 2010, p. 46) “descripciones abiertas, comprensión mediante la experiencia y realidades múltiples.”

#### ***4.1.1. Resultado método de caso: Comunidad Valenciana***

Información sobre la Comunidad Valenciana (ICEX, 2016a)

- Capital: Valencia
- Población total: 4.939.550. Fuente: INE, 2014.
- Población extranjera: 863.891 . Fuente: INE, 2013.
- PIB: € 99.345,06 mill. Fuente: INE, 2014.
- PIB per cápita: € 20.073 Fuente: INE, 2014.
- Exportaciones: € 24.853 mill. Fuente: MINECO, 2014.
- Importaciones: € 21.258 mill. Fuente: MINECO, 2014.
- IED (Stock inmovilizado material): € 6.084 mill. Fuente: MINECO, 2013.

También se analizó el Índice Europeo de Competitividad Regional RCI 2016 (European Commission, 2017), este mide “la capacidad de una región para ofrecer un entorno atractivo y sostenible para que las empresas y los residentes vivan y trabajen.”

En la tabla 4.1 se evidencian los aspectos evaluados en el RCI de la Comunidad Valenciana. La última columna de la tabla incluye una comparativa con las 15 regiones europeas que tienen el mismo PBI per cápita. Estas son: Lincolnshire, Franche-Comté, Limousin, Lorraine, Galicia, Merseyside, Picardie, Notio Aigaio, Principado

de Asturias, Canarias, Languedoc-Roussillon, Jihovýchod, Shropshire and Staffordshire, Lancashire and Prov. Hainaut.

**Tabla 4. 1 Índice Europeo de Competitividad Regional 2016. Datos de la Comunidad Valenciana**

<b>ISLAS BALEARES</b>	Puntuación 0-100	Clasificación	Análisis comparativo
Índice Competit. Regional 2016	32,3	200/263	*
PIB per cápita EU=28=100	96	112/263	
Etapas de desarrollo 1-5	4		
<b>ASPECTOS BÁSICOS</b>	54,2	167/263	*
Instituciones	42,8	169/263	*
Estabilidad macroeconómica	48,5	24/28	*
Infraestructura	13,5	201/263	*
Sanidad	87,7	39/263	
Educación básica	69,3	12,28	
<b>ASPECTOS EFICIENCIA</b>	41,1	222/263	*
Educación superior y continuada	44,5	240/263	*
Mercado laboral eficiente	44,8	207/263	*
Tamaño de mercado	18,5	189/263	*
<b>ASPECTOS INNOVACIÓN</b>	35,9	178/263	
Capacidad tecnológica	64,1	151/263	
Sofisticación de negocio	30,6	164/263	
Innovación	15,8	233/263	

Nota:	
Fortaleza con respecto a las 15 regiones con PIB per cápita más similar	
Ni fortaleza ni debilidad con respecto a las 15 regiones con PIB per cápita más similar	
Debilidad con respecto a las 15 regiones con PIB per cápita más similar	
Indica fortaleza o debilidad cercana al rango esperado	*

Fuente: Adaptado de las "scorecards" del Índice Europeo de Competitividad Regional RCI 2016. (European Commission, 2017)

## **ANÁLISIS DEL SISTEMA DISEÑO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA**

La comunidad Valenciana cuenta con varias instituciones que buscan promover el I+D+i a nivel empresarial y a nivel urbano. El nuevo gobierno de la Generalitat, que llega al poder después de más de 20 años de hegemonía del Partido Popular, considera que Valencia ha estado sumida en un letargo de innovación por varios años. Para remediar esto, se pretende comenzar de cero con una nueva institución financiada por la Generalitat Valenciana, el AVI (Agencia Valenciana de Innovación), que debe acoplar esfuerzos con el IVACE (Instituto Valenciano de competitividad empresarial) y el IVF (Instituto Valenciano de Finanzas). Según una entrevista del Diario.Es (Maroto, 2017) a Andrés García Reche “Este organismo (el AVI), que se ubicará en Alicante, deberá acabar, entre otras cosas, con la dispersión de políticas públicas en investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) para intentar que el sistema productivo económico gire hacia la generación de valor añadido”.

Esta institución iniciará sus actividades en el 2017 y coincidiría en funciones con las del malogrado IMPIVA (actualmente IVACE) e incluso con el INNDEA que es un instituto financiado por el Ajuntament de València con el objetivo de apoyar e incentivar en la ciudad el desarrollo mediante la innovación en sus diversas vertientes (InnDEA, 2017a)

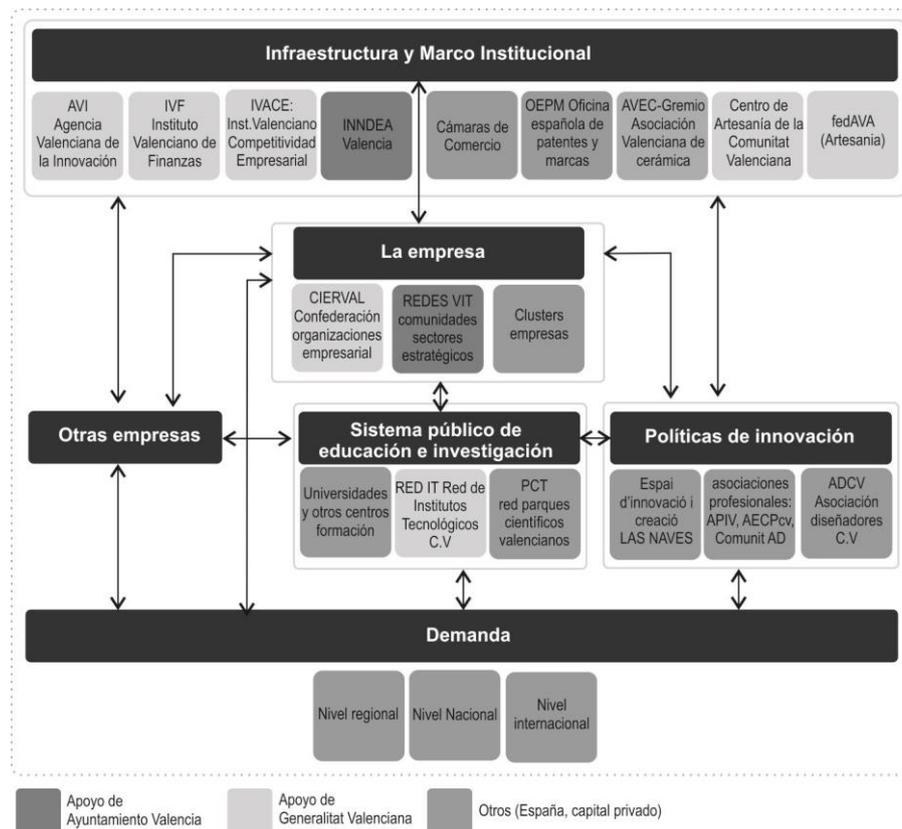
En la Comunidad Valenciana hay numerosas instituciones, muchas de ellas comparten objetivos estratégicos. Esto puede deberse a un exceso de burocracia que ha llevado a la creación de muchas instituciones, pero esto no ha sido proporcional a los resultados de éxito en innovación, investigación y competitividad, por ejemplo.

---

Algo importante, es la ausencia del diseño en los planes y objetivos estratégicos. Se habla de I+D+i, pero no de I+D+i+d. De hecho, en el pacto por la innovación de Valencia del 2013 (Ajuntament de València & InnDEA, 2016), no aparece la palabra “diseño” ni una sola vez. Las acciones enfocadas a la promoción del diseño, se realizan desde universidades, como la UPV o la Jaume I por ejemplo, y desde la ADCV, que es la asociación de diseñadores de la comunidad valenciana

En la figura 4.1, se evidencian los agentes que fueron detectados en este caso de estudio. Estos fueron incorporados en el gráfico del Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo para visualizar el sistema innovación y diseño en la Comunidad Valenciana de una forma global.

**Figura 4. 1 Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo relacionados con los agentes del sistema diseño identificados en la Comunidad Valenciana**



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se retomarán las normas de categorización de información realizada para las políticas de diseño, para ayudar a estructurar el método caso de la comunidad valenciana.

---

Se irán enumerando una a una las doce categorías como los diferentes segmentos de información que componen a cada una de estas, acompañado de una descripción actual de cómo se lleva a cabo en la comunidad valenciana

### **CATEGORÍA 1: Apoyo gobierno e instituciones**

Se evidencia un interés del gobierno valenciano por reforzar el tejido industrial, se busca aumentar la competitividad por medio de la innovación en las empresas, pero no hay evidencias de que el diseño forme parte de estos planes.

Hay muchas instituciones gubernamentales creadas para cumplir con este objetivo, pero no existe una articulación entre las mismas.

A nivel de gobierno central no hay una influencia clara en políticas que estimulen la innovación o el diseño.

Unidades de análisis:

- **Fomentar la incorporación del diseño en las empresas por medio de estímulos. Especialmente Pymes:** No hay evidencia de que existan estímulos para la incorporación del diseño en las empresas.
- **Incentivos económicos para el fortalecimiento de I+D en empresas:** No hay una evidencia clara de subvenciones que ayuden a fortalecer los departamentos de I+D+i+d en las empresas, aunque hay iniciativas que pueden contribuir con este objetivo; el AVI, por ejemplo, lanzará “un programa de doctorados industriales para financiar la realización de tesis doctorales en el seno de las empresas. La iniciativa forma parte de paquete de incentivos que

Andrés García Reche trasladará al comité de la AVI para conseguir una conexión "más eficaz" entre la universidad y la empresa". (Moret, 2017)

- **Incentivos para que Pymes y empresas más grandes realicen proyectos innovadores:** Hay estímulos para favorecer el desarrollo de proyectos de I+D+i, muchos de ellos son a nivel estatal.

“Entre los instrumentos con los que cuenta la administración para el impulso de la innovación empresarial se encuentran los incentivos fiscales y las bonificaciones. Los incentivos fiscales están basados en deducciones en el impuesto de sociedades por la realización de proyectos de investigación y desarrollo y/o innovación tecnológica. Las bonificaciones se aplican a la cuota empresarial de la seguridad social del personal investigador” (Generalitat Valenciana, 2015b, p. 5)

Las deducciones fiscales por incorporación de la I+D+i “pueden ser aplicadas por cualquier sujeto pasivo del Impuesto sobre Sociedades que realice actividades innovadoras, independientemente de su tamaño, facturación y sector de actividad; tienen como objetivo premiar el esfuerzo que realizan las empresas en el desarrollo de actividades innovadoras, permitiendo minorar la cuota íntegra del Impuesto sobre Sociedades hasta en un 100%, incrementando así su competitividad e incentivando la mejora continua de sus productos y procesos. El potencial de Deducción Fiscal de este incentivo puede ascender hasta un 59% del gasto incurrido en proyectos de I+D, y de un 12% en proyectos calificados como IT” (F.Iniciativas. Financiación en I+D+i, 2017)

- 
- **Ayuda económica a multinacionales para que establezcan departamentos de I+D en el país:** A nivel España, en el 2017 hay una convocatoria de ayudas del “Programa de Inversiones de empresas extranjeras en actividades de I+D” que favorece a la Comunidad Valenciana. Esta “pretende fomentar el desarrollo de nuevas actividades de I+D por parte de empresas de capital extranjero que se encuentren ya implantadas o con previsión de instalarse en España. A los efectos de esta convocatoria se entenderá como empresa de capital extranjero aquella que tenga una participación en su capital de Inversión Extranjera Directa (IED) mayor o igual del 10%.

La cuantía de las ayudas podrá ascender a un máximo global de 200.000€ por beneficiario durante cualquier período de tres ejercicios fiscales consecutivos y será un porcentaje de la inversión realizada (Marco Comunitario sobre Ayudas Estatales de I+D+i (2014/C 198/01).

Las actividades objeto de ayuda deberán realizarse antes de 31 de diciembre de 2017 en una o varias de las Comunidades Autónomas siguientes: Extremadura, Andalucía, Canarias, Castilla la Mancha, Murcia, Galicia y Comunidad Valenciana.” (ICEX, 2017)

A nivel de Comunidad Valenciana, no se encontraron iniciativas.

- **Uso de diseño para resolver necesidades del sector público:** No se evidencian referencias específicas de que se busque excelencia en diseño, sino que se habla únicamente de productos innovadores.

Actualmente algunos proyectos de compra pública se realizan mediante un jurado compuesto por miembros de asociaciones como APIV, ADCV y ComunitAD. Quienes están solicitando al gobierno autonómico que haya algún tipo de retribución por la prestación de este servicio. Algo que está en proceso de valoración en este momento. (Garsán, 2016)

Principalmente hay dos instituciones que tienen dentro de sus objetivos estratégicos el promover una compra pública innovadora, el InnDEA y la futura AVI.

InnDEA define este objetivo estratégico de la siguiente forma:

“InnDEA Valencia está impulsando una línea de acción para que el Ayuntamiento de Valencia potencie la Compra Pública Innovadora (CPI), financiada en un 80% por el Ministerio de Economía con fondos FEDER. La CPI permite a las administraciones públicas detectar primero las necesidades de las ciudades y posteriormente comenzar un proceso de investigación de la idea y/o solución innovadora, estimulando así la I+D+i y creando ocupación, para que al final la administración pública compre el bien o servicio que se ha creado durante el proceso. “La Compra Pública Innovadora busca fomentar la innovación a través de la contratación pública, que las administraciones públicas adquieran bienes y servicios novedosos que se introducen por primera vez en el mercado”, subraya el concejal de Innovación y vicepresidente de InnDEA València, Jordi Peris.” (InnDEA, 2016)

---

El AVI, por su parte, define el siguiente plan de acción en dos artículos escritos en los diarios digitales Valencia Plaza y El Diario.es que le realizó una entrevista a Andrés García presidente del AVI.

“Uno de los programas estrella de la AVI será la compra pública innovadora, que busca estimular la innovación empresarial mediante la contratación pública. Para ello, se propondrá al Consell la creación de un comité de compra pública innovadora para generar una "importante demanda "de innovación de forma coordinada con otros organismos.” (Moret, 2017)

“Andrés García: La agencia diseñará programas que compren productos altamente innovadores y que mejoren la eficiencia de la administración. La Generalitat gana, y las empresas, también: acometen proyectos a los que antes no se atrevían por no tener la demanda garantizada. Para coordinar esa compra se necesita una agencia horizontal como esta.” (Maroto, 2017)

## **CATEGORÍA 2: Sensibilización y educación de empresas en temas de diseño.**

A nivel institucional se habla de estímulos y promoción I+D+i, pero no se incluye diseño. No hay unas políticas públicas específicas para este tema.

El hecho de que no haya un centro de promoción en diseño dificulta el planteamiento y la ejecución de estrategias específicas para promover temas de diseño.

Del cumplimiento de este objetivo estratégico se encarga la asociación ADCV. En el reporte “Diseño en Común” expresan que, como asociación, quiere fomentar el diseño como “común denominador entre diseñadores, empresas e instituciones para potenciar y hacer más visible la contribución del diseño a la economía, la cultura, la imagen y el prestigio de la Comunidad Valenciana” (ADCV, 2013, p. 2) . Con este

fin realizan diferentes acciones para sensibilizar y promocionar el diseño como exposiciones, conferencias, etc.

Unidades de análisis:

- **Ofrecer talleres de formación en diseño para empresas:** No se encontró evidencia de talleres de formación en diseño para empresas, aunque la ADCV organiza conferencias para informar a sus asociados sobre diferentes temas de interés, como por ejemplo registro de propiedad intelectual
- **Creación de herramientas adecuadas para la conexión pymes-diseñadores:** Aunque no hay desarrolladas herramientas claras que hagan parte de unas políticas para conectar a profesionales de diseño y empresas, el ADCV tienen algunas acciones que pueden promover esta conexión, como la “Feria de Proveedores ADCV, bienal donde la empresa o institución asociada puede exponer sus productos o servicios a los diseñadores y al público en general. La ADCV se encargará de promover y difundir el evento tanto en medios tradicionales como digitales” y la “Participación en jornadas de networking para fomentar y crear vínculos de interés entre empresas, diseñadores e instituciones. La empresa o institución asociada tiene la oportunidad de participar en jornadas de networking organizadas por la ADCV donde se crean ocasiones de intercambio de conocimiento y se fomentan colaboraciones y contactos”. (ADCV, 2013, p. 8)
- **Libros, manuales y guías para ayudar a la empresa en la incorporación de diseño:** El agente que participa en este objetivo estratégico es la ADCV, quien entrega ejemplares de sus publicaciones a las empresas o instituciones

---

asociadas. “La biblioteca ADCV, está compuesta de publicaciones vigentes como “Casos de éxito”, el documental “Cuarto Creciente. 25 años de diseño en la Comunidad Valenciana” o los Bianuarios ADCV, entre otros.” (ADCV, 2013, p. 6)

### **CATEGORÍA 3: Sensibilización y promoción del diseño**

La mayoría de acciones están impulsadas por la ADCV, quien ha asumido como objetivo impulsar el diseño en diferentes ámbitos en la Comunidad Valenciana. Al no haber un centro de promoción de diseño, se perciben acciones desarticuladas.

Unidades de análisis:

- **Publicaciones de boletines que informen sobre diseño:** Las publicaciones relacionadas con diseño hacen parte de la “biblioteca ADCV”.
- **Publicaciones periódicas que informen sobre el resultado económico de las empresas con la implementación del diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico
- **Publicación de revistas especializadas en diseño:** La revista DissenyCV de una forma independiente, realiza la función de promoción de actividades relacionadas con las diferentes disciplinas del diseño en la Comunidad Valenciana, además de un apartado de formación y otro dedicado a empresas.

“DissenyCV (Disseny Comunitat Valenciana) es una revista digital creada por Eina Cultural, firma integrada por Paco Ballester (periodista y guionista de TV, editor de contenidos) y Tomás Gorria (periodista, diseñador editorial y responsable de diseño web) con el propósito de promocionar y difundir el

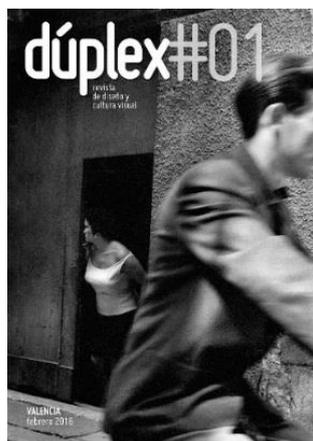
diseño, en sus distintos ámbitos, realizado por profesionales y empresas radicados en la Comunidad Valenciana. DissenyCV cuenta también con las colaboraciones, en forma de entrevistas, del diseñador y articulista Álex Serrano” (Disseny CV, 2017c)

Los siguientes son los colaboradores de esta revista: Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana (ADCV), Colegio Oficial de Diseñadores de Interior de la Comunidad Valenciana (CDICV), Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia (EASD), Escuela Superior Arte y Tecnología (ESAT), Las Naves (Centro de Creación Contemporánea, RED Reunión Empresas de Diseño Español.

“Del mismo equipo responsable de la revista digital DissenyCV y con la colaboración de La Imprenta CG, nace Dúplex, una nueva revista con contenidos específicos sobre el mundo del diseño y la cultura visual. Estructurada en secciones referentes a distintas áreas del diseño (diseño de producto, diseño de interior, diseño web, diseño gráfico y editorial), Dúplex se extiende también hacia áreas limítrofes de interés objetivo para los lectores de DissenyCV como son la arquitectura, la fotografía o la ilustración.” (Disseny CV, 2016)

---

Figura 4. 2 Portada de la primera edición de la revista Dúplex.



Fuente: Tomado de (Dissey CV, 2016)

- **Premios de diseño:** Los “Premio ADCV”, que reconocen “la excelencia del diseño premiando los mejores trabajos de una publicación que recoge lo mejor del diseño valenciano. Un jurado externo a la asociación y a la Comunidad Valenciana realiza una selección piezas que aparecen en un catálogo como muestra del mejor diseño producido en nuestra región.” (ADCV, n.d.)
- **Exposiciones de proyectos de diseño:** La Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana (ADCV) organiza la Valencia Disseny Week (VDW); en el marco de esta semana, “se invita a participar a todos los agentes del sector diseño (empresas productoras, estudios de diseño, escuelas, colectivos...) a que realicen sus propias acciones. Exposiciones, premios, showrooms, presentaciones, inauguraciones, conferencias, charlas, talleres, etc.” (ADCV, 2016)

Las ferias son una de las principales formas de exposición para los proyectos de las diferentes disciplinas del diseño, tal como se evidencia en el reporte

“Valencia Industrias creativas y culturales”: “La celebración conjunta de las ferias de la cerámica, el mueble, la decoración, la iluminación y la madera (Nos Vemos en Valencia) permite concentrar en un único espacio a más de 1.400 firmas en 160.000 m<sup>2</sup>. Cerca de 120.000 visitantes (un 15% extranjero) acuden a este gran evento para conocer las nuevas propuestas y diseños del mercado. Además, tienen la oportunidad de asistir a cerca de 150 exposiciones y más de 70 conferencias que se llevan a cabo en la ciudad (Foro de Arquitectura y Diseño, Exposición XL/XS, Congreso de Rehabilitación en Edificación...).” (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas & InnDEA, 2014, p. 8)

Un ejemplo de exposición llevada a cabo en 2017 en Castellón es “Súmate”. Esta está organizada por la delegación de Castellón del Colegio de Diseñadores de Interior de la Comunidad Valenciana (CDICV), esta exposición “pretende mostrar el trabajo, profesionalidad y talento de los tres pilares fundamentales que sustentan al CDICV: los Diseñadores de Interior colegiados, las Empresas Asociadas al Diseño (EAD) y los estudiantes de las diferentes Escuelas de Arte y Diseño de la Comunidad Valenciana” (Disseny CV, 2017a)

- **Incentivar la participación en ferias especializadas:** A parte de las ferias mencionadas en el numeral anterior, los jóvenes diseñadores, tienen la oportunidad de exponer en el Salón NUDE, que hace parte de la Feria Hábitat Valencia.

Sus organizadores lo definen de la siguiente manera: “Nude quiere ser cauce de salida y foro de encuentro de los jóvenes diseñadores acercándolos a la

---

industria, quiere ser la puerta de entrada de los nuevos creadores a la industria del mueble; es por este motivo que está abierto tanto a diseñadores, como a estudiantes y escuelas de diseño. Por otra parte, nuestro objetivo es fomentar la cultura del diseño dotando a la Feria de un espacio propio y “especial” donde se conjugue arte, cultura y jóvenes valores.”

“En cada edición de Nude un comité de expertos es el encargado de elegir, entre las solicitudes presentadas, los trabajos y los diseñadores que formarán parte de la muestra. El comité está compuesto por reconocidos profesionales que representan distintas sensibilidades relacionadas con el mundo del hábitat, esto es: diseñadores, arquitectos, interioristas, productores, distribuidores, así como teóricos del diseño y medios de comunicación especializados en esta disciplina.” (Nude, 2017)

**Figura 4. 3 Afiche promocional de NUDE 2017**



Fuente: tomado de (Nude, 2017)

Algunos estudiantes de la ETSID (Escuela técnica superior de ingeniería del diseño) de la UPV tienen la oportunidad de exponer en SaloneSatellite del Salone del Mobile de Milán.

- **Establecer una red de centros que tengan espacio para exposiciones, seminarios, entidades profesionales, incubadora de negocios, oficina de servicios, etc.:** Aunque no está establecido en red, LAS NAVES en Valencia, dispone de "diferentes herramientas para desarrollar sus funciones:

- Proyectos de innovación.

- Redes de innovación (Connecta Mobilitat, Connecta Energia, Connecta Agroalimentació, Connecta Salut y Connecta Cultura). Estas redes pretenden conectar de forma continua a los principales agentes de innovación de los 5 sectores estratégicos para impulsar la creación de comunidades de referencia que aprovechan las sinergias de trabajo conjunto.

- Col·lab. El nuevo espacio colaborativo de Las Naves acelera proyectos emprendedores que tengan como finalidad última una solución innovadora a retos de ciudad.

- Políticas de ciudad. La entidad acompaña las políticas públicas impulsadas directamente por la administración municipal con mayor potencial de innovación, especialmente la estrategia de Ciudad Inteligente.

---

-El Espai Mutant. Es más que un teatro. Un punto de encuentro, un lugar para mostrar al mundo cómo otra ciudad innovadora es posible.” (InnDEA, 2017b)

- **Campaña en diferentes medios para promocionar las ventajas del diseño:** Los principales medios para promocionar el diseño en Valencia son digitales y físicos (exposiciones, ferias)
- **Programas de televisión que promocionen el diseño:** No se encuentra evidencia
- **Educación básica en diseño a los niños desde el colegio. Los profesores deberán recibir formación en diseño previamente:** No se encuentra evidencia.
- **Creación de "retos de diseño" en colegios, para desarrollar habilidades en creatividad, innovación y diseño:** No se encuentra evidencia.
- **Capacitaciones o páginas Web del centro de promoción de diseño con material educativo para que los profesores usen en los colegios para sensibilizar a los alumnos en diseño:** No se encuentra evidencia.
- **Creación de Día o Semana Internacional del Diseño:** “La Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana (ADCV) organiza la Valencia Disseny Week (VDW), un proyecto que cuenta con siete ediciones realizadas y que agrupa las actividades relacionadas con el diseño y la creatividad”.

Objetivos de la VDW:

- Promocionar el diseño valenciano, además de acoger el diseño nacional e internacional.
- Sensibilizar, acercar y difundir la cultura del diseño a la sociedad.
- Transmitir al tejido empresarial que el diseño es una herramienta eficaz para la mejora industrial y sostenibilidad económica.” (ADCV, 2016)

- **Promoción en asociaciones de consumidores:** No se encuentra evidencia.
- **Creación de un centro de promoción del diseño:** No existe un centro de promoción del diseño, lo más parecido en funciones es “La Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana (ADCV), con sede en Las Naves, está formada por profesionales y estudiantes relacionados con el diseño gráfico y de producto. Es pionera en el desarrollo de proyectos de apoyo al diseño, colaborando con Institutos Tecnológicos y con clústeres empresariales, e impulsando eventos como el Congreso Internacional de Tipografía, Documental Cuarto Creciente. 25 años de diseño en la Comunidad Valenciana, Premios ADCV y la Valencia Fashion Week.” (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas & InnDEA, 2014, p. 21)
- **Impartir cursos en diseño para estudiantes de ingenierías y comercio:** No se encuentra evidencia

- 
- **Museo de diseño y/o galería:** El principal espacio de apoyo al diseño, y donde además se encuentra el centro de operaciones de la ADCV, se llama Las Naves. Este es “un espacio de 5.000 m<sup>2</sup> destinados a apoyar a la creatividad y creación contemporánea emergente en Valencia. Facilita los procesos creativos de los jóvenes artistas y genera un punto de encuentro que deriva en creaciones colectivas y multidisciplinares. Se compone de diversos espacios destinados a la fotografía, serigrafía, ensayos, diseño gráfico, edición de vídeo, proyecciones, salas polivalentes y salas de exposición.”. (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas & InnDEA, 2014, p. 21)

#### **CATEGORÍA 4: Fortalecer la educación de los diseñadores**

Las tres principales universidades con oferta formativa en diferentes disciplinas del diseño en la provincia de Valencia son: la Universitat Politècnica de València UPV, la Universidad Cardenal Herrera (CEU) y la Escuela de Arte y Superior de Diseño EASD (quién además tiene sedes en las provincias de Alicante y Castellón)

En Castellón destaca la Universidad Jaume I.

La tabla 4.2, muestra la oferta formativa en interiorismo y diseño de producto en función de número de alumnos matriculados.

**Tabla 4. 2 Oferta formativa en materia de interiorismo y diseño de producto.**

	Matriculados curso 2012 /13	Graduados curso 2011/12
Universitat Politècnica de València (UPV)		
Ingeniería Técnica Diseño Industrial	127	78
Grado Ingeniería Diseño Industrial y Desarrollo de Producto	633	35
Universidad Cardenal Herrera (CEU)		
Ingeniería Técnica Diseño Industrial	32	23
Grado Ingeniería Diseño Industrial	58	-
Escuela de Arte y Superior de Diseño (EASD)		
Grado de Diseño de Producto	56	-
Grado de Diseño de Interiores	71	-
Grado de Diseño Gráfico	96	-
Estudios Superiores de Diseño de Producto	207	27
Estudios Superiores de Diseño de Interiores	251	40
Estudios Superiores de Diseño Gráfico	96	53

Fuente: Ayuntamiento de Valencia y elaboración propia.

Tomado de: Valencia: industrias creativas y culturales. (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas & InnDEA, 2014, p. 9)

Unidades de análisis:

- **Impartir asignaturas multidisciplinares sobre temas importantes para las empresas (marketing, económicas, producción, etc.):** Este objetivo estratégico depende de cada universidad y no hace parte de ninguna política de diseño.
- **Incluir liderazgo en negocios / emprendimiento en planes de estudio:** Este objetivo estratégico depende de cada universidad y no hace parte de ninguna política de diseño.
- **Becas y convenios para educación en el exterior:** A nivel de Comunidad Europea está el programa Erasmus +.

---

“Erasmus+ es el programa europeo en los ámbitos de la educación, la formación, la juventud y el deporte para el periodo 2014-2020. Es un programa único que trata de impulsar las perspectivas laborales y el desarrollo personal, además de ayudar a nuestros sistemas de educación, formación y juventud a proporcionar una enseñanza y un aprendizaje que doten a las personas de las capacidades necesarias para el mercado laboral y la sociedad actual y futura”. (Ministerio de Educación Cultura y Deporte, n.d.)

- **Facilitar educación continuada de diseñadores:** Las diferentes universidades ofrecen un amplio abanico de programas de especialización, masters y doctorados.

A nivel de cursos de formación, en la web del ADCV hay un apartado que reúne numerosas alternativas de diferentes disciplinas del diseño (<http://adcv.com/category/cursos/>)

- **Fomentar la relación Universidad-Empresa:** A nivel de la Generalitat Valenciana hay proyectos para integrar centros tecnológicos y universidades a las empresas, algunos de ellos estarán canalizados a través del nuevo instituto AVI.

Hay algunos proyectos específicos para fortalecer la relación universidad empresas, como el planteado por la Universidad Jaume I:

“Intercrea es un proyecto que trata de poner en contacto, desde la Universitat Jaume I (UJI), diferentes personas y entidades vinculados de alguna forma con el diseño y la innovación, para que INTERactúen y propiciar sinergias CREATivas. En este proyecto intervienen, por una parte, los alumnos del

Grado de Diseño de la UJI, proponiendo diferentes conceptos de productos, por otra parte empresas productoras reconocidas, que aportan su *feedback* y la realización de los prototipos, haciendo que estos tengan un acabado totalmente profesional, proveedores varios que aportan materiales, profesionales del diseño, que coordinan, propiciando la interacción entre las partes, espacios y prensa, que permiten dar visibilidad al proyecto, y la universidad y diferentes entidades públicas que apoyan y promueven el que todo se lleve a cabo.” Este año los proyectos serán expuestos tanto en el Fuorisalone durante la Feria del Mueble de Milán, en abril, como en el Salón Nude de la Feria Habitat Valencia en septiembre, entre otros. (Disseny CV, 2017b)

En la UPV está el de Paral-lel con tres ediciones y que se expone en NUDE, Milán SaloneSatellite y Milán Ventura Lambrate con la colaboración de empresas como: Emuca, Finsa, Valresa, ThyssenKrup, Compac y Martin Impresores

- **Fomentar la relación entre centros educativos:** No se encontró evidencia de relación entre centros educativos especializados en diseño.

## **CATEGORÍA 5: Apoyo de centros tecnológicos y universidades**

“Durante los primeros años de la década del 2000, el Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2004-2007 se propuso como uno de sus objetivos la promoción de la innovación mediante la creación de una nueva estructura ligada fundamentalmente a las universidades, los Parques Científicos y Tecnológicos (PCT). El Estado propició y cofinanció (en gran medida con fondos europeos FEDER) esta nueva estructura de innovación. En la Comunitat Valenciana se

---

han creado finalmente un total de cinco parques científicos y tecnológicos (PCT), relacionados directamente con las cinco universidades públicas de la Comunitat Valenciana: la Ciudad Politécnica de la Innovación (Universitat Politècnica de València, que arranca en 2002), el Parc Científic de la Universitat de València (2009) , el Parc Científic, Tecnològic i Empresarial de la Universitat Jaume I de Castelló (Españtec, 2007), el Parque Científico de la Universidad de Alicante (2010) y el Parque Científico y Empresarial de la Universidad Miguel Hernández de Elche (Quórum, 2005)”. (Generalitat Valenciana, 2015a, p. 6)

Según Damián Frontera, presidente de La Red de Institutos Tecnológicos de la Comunitat Valenciana REDIT, “Los Institutos Tecnológicos han demostrado ser agentes eficaces para incentivar la innovación en las empresas, principalmente en las pymes. El 57% de sus ingresos provienen de contratos con empresas. Nuestro modelo es, desde hace décadas, un ejemplo exitoso de colaboración público-privada, en el que la facturación privada nos aporta cercanía a la empresa y exige agilidad de respuesta a sus necesidades y los fondos públicos competitivos nos permiten generar conocimiento propio transferible al mercado”. (Frontera, 2015)

Unidades de análisis:

- **Creación de laboratorios para validación de producto, de prototipos, etc.:** Los diferentes centros tecnológicos de la Comunidad Valenciana prestan soporte en I+D+i en los principales sectores productivos:

AICE-ITC: Cerámico

AIDIMME (AIDIMA+AIMME): Madera, Mueble, Embalaje, Afines y Metalmeccánico

AIDO: Óptica, Color e Imagen

AIJU: Juguete

AIMME: Metalmecánico

AIMPLAS: Plástico

AINIA: Agroalimentario

AITEX: Textil

IBV: Biomecánico

INESCOP: Calzado

ITE: Energía

ITENE: Embalaje, Transporte y Logística

ITI-TIC – Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (REDIT & InnDEA, n.d.)

- **Estrechar la relación centros tecnológicos – industrias:** La nueva institución AVI tiene dentro de sus objetivos el acercamiento de centros tecnológicos y empresa privada, con el fin de promover el I+D+i.

Un ejemplo de esta relación se da en La Ciudad Politécnica de la Innovación de la UPV, que tiene el programa Antenas de Innovación, que “está gestionado por Ayuntamientos y Agrupaciones Empresariales, y tienen como misión dinamizar la relación entre los distintos elementos de la Red y su tejido empresarial más próximo”. (Ciudad Politécnica de la Innovación, n.d.-a)

---

Otro ejemplo de cómo se busca el acercamiento Centro tecnológico-empresa, se evidencia en el AIJU Instituto tecnológico de juguete y ocio, que ofrece a las empresas la colaboración en todas las fases de desarrollo, como puede verse en la figura 4.4.

**Figura 4. 4 Oferta de servicios en el centro tecnológico AIJU para cada fase del desarrollo**



Fuente: tomada de AIJU <http://www.aiju.info/>.

- **Creación de programas para promover el acercamiento / cooperación Universidades-Empresas:** Los centros de investigación de la Universidad Politécnica de Valencia prestan una gran variedad de servicios de investigación y desarrollo a empresas y a entidades públicas y privadas en el marco de la CPI. De estos servicios se benefician anualmente más de 3.000 empresas de todo el mundo por un monto global de unos 35 M€.
- **Creación de redes de parques tecnológicos y centros expertise para empresas innovadoras tecnología y diseño:** En la comunidad Valenciana los centros tecnológicos se encuentran asociados:

“La Red de Institutos Tecnológicos de la Comunitat Valenciana (REDIT) es una asociación privada sin ánimo de lucro que nace en 2001 por iniciativa de los Institutos Tecnológicos (IITT) de la región y en colaboración con la Generalitat Valenciana. REDIT cuenta con 13 centros asociados que ofrecen una amplia gama de servicios avanzados de I+D+i dirigidos a las empresas, especialmente a pymes, que necesitan del apoyo de agentes externos para innovar.” (REDIT & InnDEA, n.d.)

Un ejemplo de parque científico en Valencia es La Ciudad Politécnica de la Innovación en la Universidad Politécnica de Valencia (UPV). “La CPIse construye según un modelo de Red de Colaboración Abierta, de configuración flexible, que aglutina a agentes públicos y privados que comparten su conocimiento y sus recursos de manera voluntaria. (...) La Red de la CPI se estructura en tres planos de actuación complementarios: el local, en el que participan más de 25 ayuntamientos, agrupaciones empresariales y entidades promotoras de la provincia de Valencia, el nacional, con colaboraciones con más de 100 entidades públicas y privadas del sistema de I+D+i español, y el internacional, con colaboraciones con más de 200 entidades públicas y privadas de investigación y de promoción de la innovación de todo el mundo”. (Ciudad Politécnica de la Innovación, n.d.-a)

- **Relaciones entre incubadoras empresas / centros de emprendimiento con Pymes:** La siguiente figura 4.5 muestra el mapa de entidades del ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana desde una perspectiva territorial

Figura 4. 5 Mapa de entidades del Ecosistema Emprendedor desde una perspectiva territorial en la Comunidad Valenciana



Fuente: Tomado de (Generalitat Valenciana, 2017b)

Una institución público-privada que se centra en proyectos de emprendimiento es Focus Pyme y Emprendimiento, quien “engloba a todos los agentes del ecosistema emprendedor de la Comunitat Valenciana con el objetivo de dinamizar el emprendimiento innovador en todo el territorio e identificarlo bajo un mismo paraguas.

Focus Pyme y Emprendimiento está promovido y organizado por la Generalitat Valenciana, a través del Instituto Valenciano de Competitividad Em-

presarial (IVACE), dependiente de Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball, en colaboración con el Ayuntamiento de Alicante y la Red de Centros Europeos de Empresas Innovadoras (CEEIs) de la Comunitat Valenciana (Castellón, Elche y Valencia).” (Focus Pyme, n.d.)

Las diferentes Cámaras de Comercio de la comunidad también prestan asesoría a emprendedores (Cámara Valencia, 2017).

Un ejemplo de integración de parque empresarial con proyectos de emprendimiento es el “Plan de Emprendimiento Global, que consiste en la habilitación de un espacio Emprende en cada una de las escuelas y facultades del campus, abierto a la participación de todos los estudiantes, independientemente de su titulación. Una primera fase está encaminada a desarrollar las habilidades que se cultivan a nivel teórico en el aula, etc. Para los proyectos que dan sus primeros pasos y aspiran a convertirse en empresas constituidas legalmente, se cuenta con un segundo escalón de ayudas: Start UPV, donde los alumnos encuentran recursos específicamente dirigidos a la formalización de las ideas de negocio. En una posible tercera etapa (empresa emergente), se les habilita espacio en el parque científico, donde los emprendedores pueden desarrollar su actividad a coste cero: despachos independientes, completados con una zona común de trabajo, y servicios de seguridad y limpieza diarios durante un máximo de 12 meses. Superados esos primeros 12 meses, las empresas pueden continuar en el parque por otros 12 meses con un descuento del 90% sobre la tasa normal de cesión de uso.” (Generalitat Valenciana, 2015a)

---

## CATEGORÍA 6: Fortalecer la investigación

- **Impulsar e incentivar la investigación en diseño:** La investigación en diseño se realiza principalmente a través de universidades y algunos centros tecnológicos.

Hay evidencia de incentivos por medio de políticas para proyectos innovadores, pero no para proyectos de diseño.

- **Difundir resultados de investigaciones en publicaciones y en bancos de datos:** En el programa 'Campus del Emprendedor Innovador' se pretende impulsar la innovación y el emprendimiento en el ámbito universitario. Para esto, *El Consell* y las universidades colaborarán en actividades del Banco de Patentes, *mentoring*, formación y prácticas en el extranjero.

En este proyecto participarán la Universidad de Alicante (UA), Universitat Jaume I de Castelló (UJI), Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH), Universitat Politècnica de Valencia (UPV) y Universitat de València- Estudi General (UV) para la realización de las actividades del programa "Campus del Emprendedor Innovador. De acuerdo con los convenios cada universidad llevará a cabo acciones relacionadas con el Banco de Patentes y Conocimiento, seleccionando un conjunto de invenciones, patentes y otros resultados de investigación científica y tecnológica, o ideas de negocio desarrolladas por su personal investigador y realizando un estudio de la potencialidad y viabilidad de los proyectos seleccionado. (Generalitat Valenciana, 2016)

La UPV dispone de una amplia cartera de resultados de investigación disponibles para su explotación comercial. El mecanismo principal de explotación de dichos resultados es el contrato de licencia.

En la actualidad, la UPV tiene firmados más de 100 contratos de licencia de tecnología, de aplicación de diferentes sectores. (Ciudad Politécnica de la Innovación, n.d.-b)

- **Fomentar desarrollo de proyectos que sean el resultado de investigaciones en colaboración con Universidades y Empresas:** En una entrevista con Andrés García, futuro presidente del AVI, declaró: “Los incentivos para la I+D de las universidades, el CSIC y otros organismos científicos premian la producción científica. Quién publica, tiene premio, pero apenas existe motivación para que los investigadores se conecten con la empresa. Tenemos un gran nivel científico, muy bueno, pero hay un problema: ese conocimiento, potente, no se aprovecha por la economía productiva. La agencia nace para intentar paliar ese problema.

¿Cómo? Con programas e incentivos diseñados ad hoc. La agencia nace de la constatación de que, en la Comunidad Valenciana, como en España, hay una desconexión entre conocimiento y el tejido productivo, que no transforma ese saber en estrategias competitivas solventes en el mercado global. Solo un 5% del I+D+I de las universidades es financiado por las empresas. Con los incentivos correctos se puede corregir esa situación, ahora que, tras un año de trabajo, hemos detectado varios problemas de esa índole de la economía valenciana.” (Maroto, 2017)

- 
- **Estímulos para creación de grupos de investigación en diseño:** No se evidencian estímulos para incentivar la investigación en diseño.
  - **Superar el nivel de investigación para hacer un uso experto del diseño en el desarrollo corporativo de productos:** El siguiente es un ejemplo que muestra la sinergia entre la investigación en diseño y las empresas:

La Universidad UPV ha propiciado la creación de la Asociación de Investigación en Diseño y Fabricación, aportando a través de sus investigadores la actividad de I+D+i. En la actualidad tiene como socias empresas fabricantes de automóviles, como la propia FORD-España, así como de otros sectores de la automoción como el de trenes, tranvías o incluso náutica. (Instituto IDF, 2015)

Un programa que ayudará a la sinergia investigación-universidad-empresa hará parte de las estrategias de la futura Agencia Valenciana de la Innovación (AVI) quien “habilitará un programa de doctorados industriales mediante el que financiará la realización de tesis doctorales en el seno de las empresas. La iniciativa forma parte de paquete de incentivos que Andrés García Reche trasladará al comité de la AVI para conseguir una conexión "más eficaz" entre la universidad y la empresa.” (Moret, 2017)

- **Bibliotecas especializadas en diseño:** Actualmente no hay una biblioteca pública o centro de documentación especializado en diseño.

Cada universidad con formación de diseñadores tiene su propia biblioteca especializada.

El material del Centro de Documentación que administraba el IMPIVA en la Ciudad Politécnica de la Innovación, fue trasladado a Las Naves, pero este no se ha ido renovando, y no tiene acceso libre.

- **Creación de centros especializados en investigación en diseño:** “El Instituto de Investigación en Diseño y Fabricación (IDF) es un instituto de investigación ubicado en la Ciudad Politécnica de la Innovación, Parque Científico de la Universitat Politècnica de València. El Instituto IDF está constituido por dos entidades distintas que comparte las mismas instalaciones:

EL Instituto de Diseño para la Fabricación y Producción Automatizada (IDF-UPV), instituto de investigación de la Universitat Politècnica de València de carácter público formado por investigadores y tecnólogos de dicha universidad.

La Asociación de Investigación en Diseño y Fabricación (Asociación-IDF), asociación empresarial, de carácter privado y sin ánimo lucro, formada principalmente por empresas e instituciones ubicadas en la Comunidad Valenciana.

Es por ello que el IDF combina el potencial propio de la asociación empresarial (Asociación-IDF) con gran iniciativa y competitividad con el del instituto universitario (IDF-UPV), fuertemente comprometido con los proyectos de investigación y desarrollo (I+D) para crear un ente capaz de acometer actividades de amplio espectro.” (Instituto IDF, 2015)

- 
- **Creación de un centro de investigación interdisciplinario que se complementará con incubadoras de empresas:** No hay evidencia de un centro de investigación con estas características.

#### **CATEGORÍA 7: Consultoría a empresas**

- **Consultoría a empresas para mejorar su implementación de diseño:** No se encontró evidencia de que se esté llevando a cabo este objetivo estratégico.
- **Consultoría a diseñadores que necesiten apoyo como empresarios:** Hay capacitaciones disponibles a través de la cámara de comercio o de IVACE, estos no están enfocados en la formación de diseñadores.
- **Asesorar a las empresas en la incorporación de un Design Manager:** No hay evidencia de programas que ayuden a la incorporación de *design managers* a las empresas.

#### **CATEGORÍA 8: Protección intelectual y patentes.**

Las iniciativas sobre difusión de protección intelectual, de la propiedad industrial y patentes llevadas a cabo por instituciones públicas se evidencian a nivel España.

Por medio de su página web ofrecen información sobre los diferentes conceptos, así como acceso a diferentes bases de datos.

A nivel de Comunidad Valenciana las iniciativas de difusión de información se llevan a cabo por agencias privadas, que ofrecen el servicio de asesoría en temas legales. Las conferencias o capacitaciones se ofrecen por medio de asociaciones de diseñadores.

Se encontraron proyectos que estimulan los bancos de patentes y conocimientos, estos están liderados por universidades y centros tecnológicos.

A pesar de los medios anteriormente mencionados, Andrés Garcia en una entrevista realizada al medio digital *diario.es* (Maroto, 2017) expone que “La Comunidad Valenciana genera 98,3 patentes por cada millón de habitantes. Navarra; 218; Corea del Sur; 3.185. Necesitamos 300 publicaciones para sacar una patente, como en España. Alemania solo necesita 24 y Francia 49. Esas diferencias nos indican que nuestro sistema de conocimiento no está orientado a la actividad productiva.” Es por esto que se tienen planteados varios proyectos a futuro para fortalecer proyectos de bancos de conocimiento y patentes.

En cuanto a leyes que estimulen las patentes de emprendedores y pymes, está la nueva Ley europea 24/2015, de 24 de julio, de Patentes, establece en su artículo 186, 1 que:

“Los emprendedores que, teniendo la consideración de persona física o pequeña y mediana empresa (PYME), deseen obtener la protección de una invención mediante patente nacional o modelo de utilidad podrán solicitar que le sea concedida satisfaciendo el 50 por ciento de las tasas establecidas en concepto de solicitud, las anualidades tercera, cuarta y quinta, y en el caso de las patentes nacionales, de petición de informe sobre el estado de la técnica y de examen sustantivo.

---

Para ello se deberá presentar, junto a la solicitud de patente nacional o modelo de utilidad, la petición de reducción de tasas y acreditar, con la documentación que se exija reglamentariamente, que se ajustan a la definición de emprendedor de la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización y a la definición de pequeña y mediana empresa (PYME) adoptada por la Recomendación 2003/361/CE, de la Comisión Europea, de 6 de mayo, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas o a la que, en caso de modificación o sustitución de la misma, sea aplicable en el momento de presentarse la solicitud.” (34).

Otro proyecto es la “Patent Box, que es un incentivo que consiste en una minoración del 60% de la renta neta (ingresos – gastos) procedente de la cesión de un activo intangible (patentes, diseños industriales, modelos de utilidad, know how). Se trata de un incentivo fiscal que surgió en la Unión Europea con el objetivo de promover la I+D+i en el sector privado y que, con objeto de lograr una armonización europea, se introdujo en España con el artículo 23 de la Ley 16/2007 (Ley de Impuesto de Sociedades).” (IVACE, n.d.)

- **Ofrecer formación en protección intelectual desde carreras de grado:** No se encontraron evidencias de este objetivo estratégico a nivel de Comunidad Valenciana.

A nivel España por medio de la Oficina Española de Patentes y Marcas se ofrece formación a los profesores para que puedan educar sobre este tema. Hay varios enlaces informativos.

- **Agencia que proporcione asesoría a las pymes sobre propiedad intelectual gratuitamente además de conferencias y jornadas:** A través de la

oficina Española de Patentes y Marcas OEPM del Ministerio de Industria, Energía y Turismo se ofrece información sobre registro de patentes, nombres y marcas, propiedad intelectual, además del acceso a diferentes bases de datos de diseños. Esta Web, además cuenta con tres apartados que tienen como objetivo formar en patentes, estos son: Cómo proteger tus ideas, centro del profesor y centro de apoyo a la pyme.

Por medio de la web de la ADCV o la AECPCv se ofrecen cursos de formación en patentes, por medio de alianzas con agencias privadas especializados en este tema.

- **Apoyar las patentes generadas desde la academia, para que puedan ser explotadas en colaboración con la Industria:** "El Pleno del Consell ha autorizado la firma de convenios entre la Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball y la Universidad de Alicante (UA), Universitat Jaume I de Castelló (UJI), Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH), Universitat Politècnica de Valencia (UPV) y Universitat de València- Estudi General (UV) para la realización de las actividades del programa "Campus del Emprendedor Innovador".

De acuerdo con los convenios cada universidad llevará a cabo acciones relacionadas con el Banco de Patentes y Conocimiento, seleccionando un conjunto de invenciones, patentes y otros resultados de investigación científica y tecnológica, o ideas de negocio desarrolladas por su personal investigador y realizando un estudio de la potencialidad y viabilidad de los proyectos seleccionados. (Generalitat Valenciana, 2016)

- 
- **Desarrollar herramientas con interfaz de uso "amigables" para que las pymes se relacionen con información de protección intelectual:** La agencia privada PADIMA junto con la Asociación Empresas Comunicación Publicitaria Comunidad Valenciana AECPcv, escribieron una guía sobre propiedad intelectual y publicidad. En el marco del lanzamiento de esta publicación se han realizado varias conferencias, algunas respaldadas también por la ADCV. (ADCV, 2015)

Hay varias bases de datos disponibles a través de la web de la OEPM, así como información sobre los diferentes conceptos.

**Figura 4. 6 Afiche de un evento de información sobre propiedad intelectual realizado por PADIMA y AECPcv**



Fuente: Tomado de: (ADCV, 2015)

- **Asesoría para que diseñadores puedan patentar sus diseños:** No se encontraron evidencias de este objetivo estratégico a nivel de la Comunidad Valenciana, solo a través de la OEPM.

### **CATEGORÍA 9: Asociaciones de profesionales de diseño.**

Las asociaciones de profesionales de diseño tienen un papel muy importante en la promoción del diseño en la Comunidad Valenciana, son ellos quienes, por medio de diferentes acciones, han adquirido el papel de Centro de Diseño.

Además de asociar profesionales de diferentes disciplinas del diseño, promueven formación, relaciones con entidades públicas, contribuyen como jurados en la compra pública innovadora, impulsan acciones de promoción dirigidas tanto al sector del diseño como al público general.

- **Promover la agrupación de profesionales de diferentes áreas del diseño:** Las siguientes son las principales asociaciones de profesionales en diferentes disciplinas del diseño:

AECPcv / COMUNITAT Asociación de Empresas de Comunicación Publicitaria de la Comunidad Valenciana:

“La Asociación se crea en abril de 2001, bajo la denominación AAPCV (Asociación de Agencias de Publicidad de la Comunidad Valenciana) y en julio de 2012 cambia a su actual denominación AECPcv con el propósito de adaptarse a la nueva realidad sectorial y convertirse en la organización que recoge a todas aquellas empresas y profesionales que prestan servicios de

---

valor añadido en el proceso de la comunicación publicitaria.” (AECPCv, n.d.)

“En 2016 adquiere la denominación definitiva COMUNITAD con el propósito de adaptarse a la nueva realidad sectorial y convertirse en la organización que recoge a todas aquellas empresas y profesionales que prestan servicios de valor añadido en el proceso de la comunicación publicitaria.” (COMUNITAD, n.d.)

ADCV Asociación de diseñadores de la Comunidad Valenciana:

“Está formada por diseñadores profesionales, estudiantes de diseño y entidades, todos ellos comprometidos con el diseño. La Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana es una entidad sin ánimo de lucro creada en 1985 por profesionales del diseño gráfico y de producto. Entre nuestros más de 200 socios, contamos con 2 Premios Nacionales de Diseño y una veintena de empresas valencianas de las más representativas del diseño español. (...)

La ADCV se erige como pionera a la hora de desarrollar proyectos que promuevan y den a conocer al diseño y sus diseñadores, y den visibilidad de su importancia ante la sociedad.” (ADCV, n.d.)

*APIV Associació Professional d'Il·lustradors de València* “desarrolla su objeto social con una finalidad de representación, gestión, fomento y defensa de los intereses comunes del gremio profesional de Ilustradores”. Cuenta con más de 200 socios. (APIV, n.d.)

CDICV Colegio de diseñadores de interior C. Valenciana.

COACV Col.legi d'arquitectes de la Comunitat Valenciana.

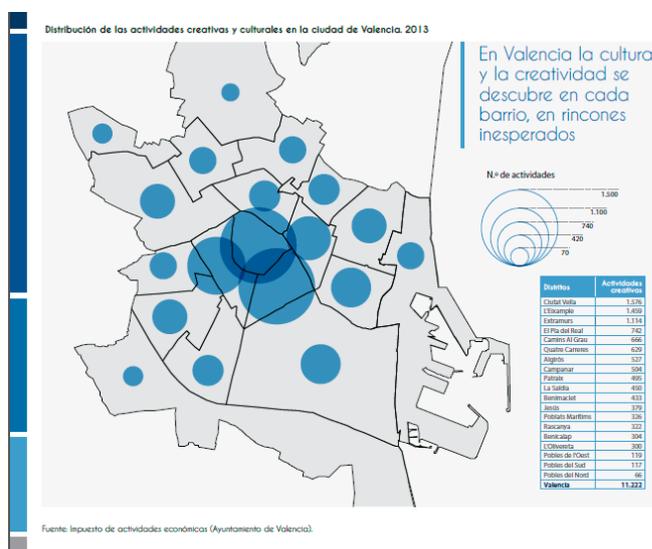
LA EXPRIMIDORA: Asociación de diseñadores y creativos de Castellón.

ACREA: Asociación de creadores Alicantinos.

- **Fortalecer las industrias creativas por medio de la creación de distritos en los que se agrupen pequeños negocios:** No hay una evidencia de que haya una estrategia de fortalecimiento de distritos que agrupen industrias creativas.

Como puede observarse en la figura 4.7 las industrias creativas se distribuyen a lo largo de toda la ciudad de Valencia

Figura 4. 7 Distribución de las actividades creativas y culturales en la ciudad de Valencia 2013



Fuente: Tomado de Valencia: Industrias creativas y culturales (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas & InnDEA, 2014, p. 10)

- 
- **Participación de asociaciones de diseñadores en diferentes proyectos y organización de redes de investigación en centros educativos:** La ADCV es “socia colectiva” de la Asociación de Investigación en Diseño y Fabricación (Asociación IDF), donde además participan la Fundación para el Desarrollo y la Innovación de la C.V., Feria Valencia o Universidades como la Politécnica de Valencia o la Cardenal Herrera CEU. (Instituto IDF, n.d.)

#### **CATEGORÍA 10: Creación de marca de país o de región.**

No contar con un centro de promoción de diseño, dificulta las acciones específicas como la creación de una marca que promueva el diseño valenciano.

- **Posibilidad de creación de marca con la marca del país o región:** No hay una marca promovida por entidades públicas que promueva el diseño valenciano.

Lo más similar a esta estrategia es la concesión del sello “Empresa o Institución Asociada a la ADCV”, en donde se “distingue a la empresa o institución asociada con un sello específico que la identifica por su apoyo y participación en la asociación y como ejemplo de empresa o institución sensible a la contribución del diseño a la sociedad.” (ADCV, 2013)

#### **CATEGORÍA 11: Incluir artesanías en el plan de diseño.**

En el sector de artesanías se evidencia un gran número de acciones para promoverlo como sector estratégico dentro de la Comunidad Valenciana.

Se evidencian más acciones para la promoción del sector artesanía, que del sector diseño, a nivel de formación, exposición, marca propia, etc.

Este es un ejemplo de los planes de acción que se proponen para fortalecer este sector:

“La asociación Valenciana de Cerámica AVEC-Gremio cuenta con un informe de estrategias orientadas al diseño en los sectores artesanos, con casos de éxito a nivel europeo. El ITC realizó un trabajo de investigación para la asociación AVEC, el gremio de empresas que persigue la dinamización de la cerámica artesanal valenciana, dirigido a proponer alternativas para el colectivo. El estudio se recogió en el documento ‘Análisis y difusión de tendencias y estrategias de dinamización del sector artesanal de la cerámica decorativa’. Con el asesoramiento del diseñador de élite internacional Sam Baron, responsable creativo del Centro Experimental Fábrica, del Grupo Bennetton, se plantearon distintas estrategias de dinamización posibles que los colectivos de artesanos en el ámbito europeo están desarrollando actualmente para obtener ventajas competitivas. Así se trasladaron propuestas relacionadas con el asociacionismo, la creación de denominaciones de origen, la colaboración con diseñadores, o la difusión y distribución en canales alternativos a los tradicionales. Y en cuanto a las tendencias emergentes, se identificaron las vinculadas a los puntos de venta, los canales de distribución y estrategias de comunicación más afines, facilitando así herramientas para que la empresa sea capaz de realizar planes de producto integrales, es decir, que contemplen además del diseño, estrategias de comunicación y distribución del mismo. Además de la investigación y el informe de tendencias, el equipo de Alicer ha facilitado al colectivo de ceramistas artesanos de Manises una serie de herramientas creativas para la aplicación de estas tendencias en sus productos, haciéndoles entrega de un cuaderno con recursos como paletas de color, acabados y muestras de decoración.” (REDIT, 2012, p. 165)

---

Las siguientes son acciones de promoción:

-Los Días Europeos de la Artesanía (<http://www.diasdelaartesania.es/>), organizados por la Fundación EOI-Fundesarte, Oficio y arte - Organización de los Artesanos de España, y en los que también participa el Centro de Artesanía de la Comunitat Valenciana. Se trata de una acción, a escala nacional, en cuyo marco se acogen todo tipo de actividades relacionadas con *la artesanía*: charlas, coloquios, exposiciones, talleres, seminarios, muestras, ferias, etc.

-Entrega de los premios Artesanía Comunitat Valenciana

**Figura 4. 8 Cartel de promoción de Premis Artesania 2016 de la Comunidad Valenciana.**



Fuente: Centro de Artesanía Comunitat Valenciana <http://www.centroartesaniacv.com>

-Premios nacionales de artesanía 2016

**Figura 4. 9 Cartel de promoción de los Premios nacionales de artesanía 2016.**



Fuente: Premios Nacionales de Artesanía. <http://premiosnacionalesdeartesanía.com/>

-Rutas Artesanas: Rutas para visitar artesanos, que pueden descargarse como ficheros para los diferentes navegadores GPS. (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, n.d.-g)

-Promoción de la artesanía en niños. Proyecto "la magia de la artesanía": “El Centro de Artesanía de la Comunitat Valenciana ha previsto realizar el proyecto infantil “La Magia de la Artesanía”. Este proyecto tiene como objetivo inculcar a los más pequeños el cariño hacia la artesanía y su valor añadido, mediante una serie de actividades destinadas al conocimiento, promoción y acercamiento del público infantil a la artesanía de la Comunitat Valenciana.” (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, n.d.-d)

-Exposición permanente de artesanía: “El Centro de Artesanía de la Comunitat Valenciana pretende ser una ventana a la artesanía de nuestra Comunitat, por ello, además de mostrar al mundo lo productos de más de mil artesanos a través de su página web [www.centroartesaniacv.com](http://www.centroartesaniacv.com), dedica parte del

---

espacio físico de sus locales a la exposición de piezas artesanas de calidad que dan a conocer al visitante el valor añadido del saber hacer que este colectivo infunde en cada una de sus producciones, reflejando a su vez nuestras raíces artísticas y culturales.” (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, n.d.-e)

**Figura 4. 10Exposición permanente de artesanía**



Fuente: Imagen tomada de (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, n.d.-e)

-Semana del artesano: “El objetivo del proyecto es fomentar la competitividad de la artesanía valenciana, facilitando el posicionamiento de los productos artesanos en los mercados y promocionando el valor añadido de los mismos, así como reforzar la imagen de la artesanía valenciana en su conjunto, elevando el prestigio del producto de calidad y difundiendo y reconociendo el buen hacer de las empresas artesanas valencianas.” (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, 2016)

Unidades de Análisis:

- **Certificación de productos que evidencien una "herencia cultural" del país:** “El Documento de Calificación Artesana (D.C.A.) es un documento de obtención voluntaria que acredita a los artesanos y empresas artesanas ante la Administración Pública, y cuya posesión resulta indispensable para poder acogerse a cualquier ventaja que, legal o administrativamente, pueda establecerse por ésta para las industrias artesanas de la Comunitat Valenciana, así como participar en las actuaciones relativas al programa de promoción activa de la artesanía desarrollado por el Centro de Artesanía de la Comunitat Valenciana.” (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, n.d.-a)

La etiqueta Artesanía Comunitat Valenciana, acredita el carácter artesanal de la empresa. Para poder hacer uso del distintivo, es necesario poseer el Documento de Calificación Artesana (D.C.A.). (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, n.d.-c)

**Figura 4. 11 Etiqueta Artesanía Comunitat Valenciana**



Fuente: Centro de Artesanía Comunitat Valenciana (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, n.d.-c)

- 
- **Preparación de artesanos en diferentes campos profesionales (materiales, producción, empresa):** Entre las iniciativas de la Federación de Asociaciones, Gremios y Artesanos de la Provincia de Valencia fedAva, se encuentra “la asistencia y organización de cursos y otras actividades de formación que respondan a los intereses demandados por el sector artesano, así como la consecución de proyectos innovadores y de colaboración entre artesanos y profesionales del diseño. (...) Información y asesoramiento a sus miembros en temas de: renovación y solicitud de D.C.A. (Documento de Calificación Artesana), donde solicitar las etiquetas de artesanía, subvenciones, ferias, exposiciones, etc.” (FedAva, n.d.)

Hay otros programas de formación como la beca especial CACV para el Máster de Diseño en Piel dirigido por Enrique Loewe, con esta se busca facilitar el acceso a los artesanos del sector con DCA actualizado de la Comunitat Valenciana a optar a la consecución de una beca especial del 50% del importe del mismo. (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, 2014)

Otro programa de formación son las becas Espolín Amstel para fomentar el relevo generacional entre los artesanos sederos de las Fallas. Se trata de un conjunto de propuestas con el objetivo de poner en valor un tejido con cinco siglos de historia y que aún se realiza manualmente, atando uno a uno cientos de hilos de seda. (Levante-EMV, 2017)

- **Financiar becas para que los artesanos puedan tener formación internacional:** No se encontraron evidencias de planes de formación internacional para artesanos como parte de un programa público establecido.

- **Favorecer la exportación de artesanías:** La Federación de Asociaciones, Gremios y Artesanos de la Provincia de Valencia busca promover y organizar “la asistencia a ferias artesanales, de ámbito provincial, nacional e internacional, tratando de ofrecer una amplia y variada representación de la artesanía de la Provincia de Valencia.” La fedAva, promueve ayudas a los planes de internacionalización de las PYME de la Comunitat Valenciana. Estas ayudas tienen como objetivo impulsar la internacionalización de las empresas de la Comunitat Valenciana con el fin de mejorar su posicionamiento en mercados exteriores mediante el apoyo a las acciones incluidas en sus planes de Internacionalización. (FedAva, n.d.)
- **Formación técnica en artesanías:** A parte de jornadas de capacitación promovidas por fedAva, el Centro de Artesanía de la Comunitat Valenciana celebra, *la Setmana Artesana*. Esta tiene un carácter participativo y de exhibición de la mayoría de las actividades planteadas que permite acercar la artesanía de la Comunitat al público en general. “Así, entre las actividades previstas para esta *Setmana Artesana*, el Centro de Artesanía ofrece a los artesanos de nuestra Comunitat la posibilidad de realizar talleres demostrativos remunerados, contando para ello con una zona delimitada y con los medios necesarios para que puedan mostrar la maestría de su oficio y sus trabajos.” (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, n.d.-f)
- **Potenciar "artesanía moderna" con apoyo de áreas de diseño:** Con este fin se estableció un convenio entre la UPV y en Centro Artesanía. “El convenio beneficia tanto a los gremios y asociaciones representativas del sector

---

como a las empresas, a través de la organización de actividades de formación, investigación científica y desarrollo tecnológico, intercambio de expertos, utilización y comercialización a terceros de tecnología desarrollada conjuntamente, así como al desarrollo de proyectos en los que participen conjuntamente la Generalitat, la UPV y los propios artesanos. (...) Entre las acciones concretas, el conseller Buch ha destacado la próxima implantación de un Centro de Investigación y Formación en Diseño y Construcción Digital, que se ubicará en el Centro de Artesanía de la Comunitat Valenciana.”

“Las líneas de trabajo se centrarán en el desarrollo de elementos 3D conceptuales a través del uso de tecnología digital, el desarrollo de aplicaciones comerciales a estos sistemas de impresión 3D de alimentación o la facilitación de la reproducción de geometrías complejas.

Por otra parte, la Universitat Politècnica de València creará una Cátedra de Artesanía, enfocada a la preservación de la artesanía como negocio, que investigará sobre el diseño para la venta de estos productos, embalajes, soportes para la marca Artesanía Comunitat Valenciana, etc. Para ello trabajará de forma conjunta con las empresas con el fin de impulsar la integración de las herramientas tecnológicas (TIC y fabricación digital) y no tecnológicas (diseño, marca, etc.) o la transmisión del valor artesano mediante la organización de jornadas profesionales. (Centro de Artesanía Comunitat Valenciana, n.d.-b)

#### **CATEGORÍA 12: Internacionalización de servicios de diseño.**

Se evidencia más asesoría en términos de exportación de productos industriales que de servicios, especialmente de diseño.

Las diferentes Cámaras de Comercio de la Comunidad junto con institutos como el IVACE; son quienes se encargan de difundir información en temas de exportación o internacionalización.

- **Asesoría y apoyo de la internacionalización de servicios de diseño:** No hay evidencia de que haya una entidad especializada en la internacionalización de servicios de diseño.
- **Prestar asesoría en temas de exportación:** La cámara de comercio de Valencia presta este servicio por medio del programa Exporta't.

“El objetivo Exporta't consiste en realizar un proyecto de internacionalización a medida para cada empresa/sector en el país seleccionado prioritariamente de acuerdo a sus intereses. Desarrollamos eventos y acciones directas: Jornadas Informativas, Misiones Comerciales, Planes personalizados en destino” (Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana, n.d.)

Las diferentes asociaciones empresariales organizan misiones comerciales, como fue el caso de ANIEME que realizó una misión a Corea del Sur y Taiwán en la que participaron varias empresas valencianas.

Otro futuro programa de promoción de la exportación, se dará por medio del acuerdo entre IVACE Y CAJAMAR, quienes en abril de 2017 firmaron un convenio para estimular y apoyar la internacionalización de las empresas de la Comunitat Valenciana (...) La Plataforma Internacional es una herramienta del Grupo Cooperativo Cajamar que ofrece a las pymes y cooperativas información útil y actualizada sobre el negocio internacional por países,

---

empresas, aspectos legales, licitaciones, ayudas oficiales e información financiera. (Generalitat Valenciana, 2017a)

- **Exposición de la obra de diseñadores en otros países:** Esto no está definido a través de políticas públicas.

Algunas universidades promueven la exposición de trabajos de alumnos en ferias internacionales de diseño, como es el caso de la UPV, que promueve la presencia de proyectos de alumnos en SaloneSatellite del Salone del Mobile de Milán.

#### ***4.1.2.Resultado Método caso: Cataluña***

Información sobre la Comunidad Valenciana (ICEX, 2016a)

- Capital: Barcelona
- Población total: 7.391.133. Fuente: INE, 2014.
- Población extranjera: 1.158.472 Fuente:INE, 2013.
- PIB: € 199.785,67 mill. Fuente: INE, 2014.
- PIB per cápita: € 26.996 Fuente: INE, 2014.
- Exportaciones: € 60.195 mill. Fuente: MINECO, 2014.
- Importaciones: € 71.890 mill. Fuente: MINECO, 2014.
- IED (Stock inmovilizado material): € 24.871 mill. Fuente: MINECO, 2013.

También se analizó el Índice Europeo de Competitividad Regional RCI 2016 (European Commission, 2017), este mide “la capacidad de una región para ofrecer

un entorno atractivo y sostenible para que las empresas y los residentes vivan y trabajen.”

En la tabla 4.3 se evidencian los aspectos evaluados en el RCI de Cataluña. La última columna de la tabla incluye una comparativa con las 15 regiones europeas que tienen el mismo PBI per cápita. Estas son: Nordjylland, Gießen, Mazowieckie, Östra Mellansverige, Limburg (NL), Liguria, Münster, Rhône-Alpes, Overijssel, Prov. Oost-Vlaanderen, Közép-Magyarország, Toscana, Lisboa, Kärnten and Koblenz.

**Tabla 4. 3 Índice Europeo de Competitividad Regional 2016. Datos de Cataluña.**

<b>CATALUÑA</b>	Puntuación 0-100	Clasificación	Análisis comparativo
Indice Competit. Regional 2016	48,7	153/263	*
PIB per cápita EU=28=100	107	78/263	
Etapas de desarrollo 1-5	4		
<b>ASPECTOS BÁSICOS</b>	63,8	129/263	
Instituciones	41,1	177/263	
Estabilidad macroeconómica	48,5	24/28	*
Infraestructura	48,71	78/263	
Sanidad	90,6	18/263	
Educación básica	69,3	12,28	
<b>ASPECTOS EFICIENCIA</b>	54	175/263	*
Educación superior y continuada	55	193/263	*
Mercado laboral eficiente	50	190/263	*
Tamaño de mercado	35,5	110/263	
<b>ASPECTOS INNOVACIÓN</b>	50,2	138/263	
Capacidad tecnológica	64,7	150/263	
Sofisticación de negocio	36,6	125/263	
Innovación	45,4	100/263	

Nota:

Fortaleza con respecto a las 15 regiones con PIB per cápita más similar	
Ni fortaleza ni debilidad con respecto a las 15 regiones con PIB per cápita más similar	
Debilidad con respecto a las 15 regiones con PIB per cápita más similar	
Indica fortaleza o debilidad cercana al rango esperado	*

Fuente: Adaptado de las “scorecards” del Índice Europeo de Competitividad Regional RCI 2016.  
(European Commission, 2017)

### ***ANÁLISIS DEL SISTEMA DISEÑO DE CATALUÑA.***

Según datos del estudio *Mapeig del Sector Disseny a Catalunya* (BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015) en Cataluña hay un total de 3.783 empresas de servicios de diseño (incluye autónomos). Estas empresas facturan unos 950 millones de euros, lo que representa el 0,5% del PIB de Cataluña. El 45% de las empresas exporta sus servicios principalmente a Francia, Alemania, Reino Unido, Italia, Estados Unidos y China.

El empleo del sector de servicios de diseño es de 15.775 trabajadores, el 0,5% los ocupados de la economía catalana, y el 92% de la oferta de servicios de diseño se concentra en la provincia de Barcelona. Sólo un 5% de empresas factura más de un millón de euros, mientras que el 56% factura menos de 100.000 euros.

La facturación media es de 251.235€ y la ocupación media es de 4,17 personas. (BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 3)

Cataluña ha avanzado más que otras regiones de España en temas de estrategias de apoyo al diseño, gracias (en parte) a tener un centro de promoción de diseño como el *Barcelona Centre de Disseny* BCD, sus acciones están enfocadas principalmente

a las empresas, a la administración pública, y a conectar el talento del diseño en un nivel internacional, El BCD es miembro de los siguientes organismos: BEDA, The Bureau of European Design Associations ICSID, International Council of Societies of Industrial Design DMI, Design Management Institute Design for All Foundation Federación Española de Entidades de Promoción del Diseño (FEEPD).

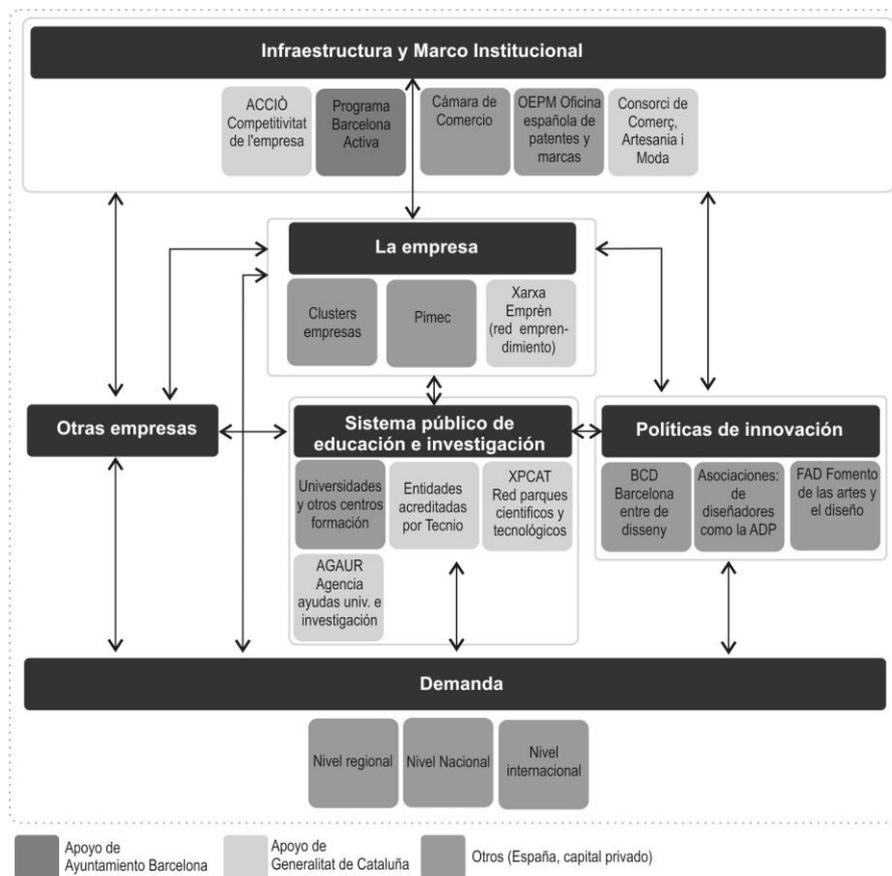
Aunque aún en Cataluña no hay unas políticas de diseño claramente definidas, se evidencian diferentes estudios e implementación de estrategias que apuntan a que el establecimiento de dichas políticas acontecerá en un futuro cercano.

Algo que se percibe en Cataluña, es que los diferentes agentes del sistema no están articulados entre sí, y aunque la mayoría de ellos cuenta con el apoyo institucional del *Ajuntament de Barcelona* y/o de la *Generalitat de Catalunya*, entre ellos no se evidencia una relación directa en sinergias que podrían existir. Por ejemplo, El *Poblenou Urban District* con su *Design Day*, no cuenta con el apoyo directo del BCD o del FAD, aun estando ubicados en el mismo distrito. El FAD organiza premios de diseño en los que no participa el BCD, ni siquiera cuando se dirigen al mismo colectivo de diseñadores catalanes; otro ejemplo puede ser el impulso que se le está dando a la nueva marca Barcelona, en donde no participan todos los agentes del sistema.

Un aspecto importante a destacar es la fuerza que tiene Barcelona como ciudad de diseño, esto, acompañado de un esfuerzo por parte del BCD en acciones de promoción internacional, hacen que Barcelona cuente cada vez con más invitaciones a participar en ferias de diseño alrededor del mundo, fortaleciendo así su proyección internacional.

En la figura 4.12 se evidencian los agentes que participan del sistema diseño/innovación, y que fueron detectados en este caso de estudio. Estos fueron incorporados en el gráfico del Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo para visualizar el sistema innovación y diseño en Cataluña de una forma global.

**Figura 4. 12 Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo relacionados con los agentes del sistema diseño identificados en Cataluña**



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se retomarán las normas de categorización de información realizada para las políticas de diseño, para ayudar a estructurar el método caso de Cataluña.

Se irán enumerando una a una las doce categorías como los diferentes segmentos de información que componen a cada una de estas, acompañado de una descripción actual de cómo se lleva a cabo en Cataluña.

### **CATEGORÍA 1: Apoyo gobierno e instituciones.**

Cataluña no solo ha centrado esfuerzos en estimular la innovación sino también el diseño. El Barcelona Centre de Disseny (BCD), juega un papel fundamental en esta "carta estratégica" de promoción y apoyo al diseño. El hecho que el BCD reciba apoyo de la *Generalitat de Catalunya*, el *Ajuntament de Barcelona*, la Cámara de Comercio de Barcelona, numerosas empresas privadas y que cuente con el apoyo de ACCIÓ (la agencia para la competitividad empresarial promovida por la Generalitat de Cataluña) para el desarrollo de diferentes tipos de proyectos hace que sus acciones tengan la validez necesaria a nivel regional e internacional para llevarse a cabo.

Como puede verse a continuación en las diferentes unidades de análisis, hay estrategias muy diversas para estimular la innovación y el diseño, y en las que intervienen diferentes agentes del sistema.

Unidades de análisis:

- **Fomentar la incorporación del diseño a las empresas por medio de estímulos. Especialmente Pymes:** Según el documento "*El sector del disseny a Barcelona i Catalunya*", el apoyo a las industrias creativas se lleva a cabo

---

desde diferentes ámbitos públicos. La política industrial de Catalunya considera el diseño como un activo transversal de diversos ámbitos estratégicos, haciendo énfasis en sectores hábitat y textil-moda (Industrias del diseño) y en servicios creativos (Industrias de la experiencia). La política de innovación catalana apoya la innovación centrada en el diseño.

Otras acciones de apoyo al diseño se llevan a cabo desde programas de Eco-diseño como ECODISCAT, o el programa *Catalunya Emprèn*, que apoya iniciativas de emprendimiento. (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 25)

El BCD junto con ACCIÓ son las principales entidades que promueven estímulos para la incorporación del diseño en las empresas. Un ejemplo de esto son los cupones de innovación, que estimulan la contratación de servicios de diseño en empresas que tienen entre 1 y 100 empleados. Estas son ayudas a fondo perdido, que subvencionaban el 50% el coste del servicio al contratar empresas asociadas, con un máximo de 3000€. (BCD, 2015)

Sr. Enric Bayó, jefe de Innovación de ACCIÓ explicaba en una conversación sostenida con él, que es importante que estos cupones se centren en innovación tecnológica y no tecnológica. El cree que estos cupones no deben ser exclusivamente para gastar en servicios de diseño, sino englobados en proyectos de productos o servicios innovadores. Los cupones de creación de nuevos productos y servicios, requieren de la intervención de diseñadores, aunque el título del cupón no sea directamente “diseño”. La forma como se reparten estos cupones es por orden de presentación de la solicitud, aproximadamente el presupuesto alcanzará para apoyar 70 proyectos.

- **Incentivos económicos para fortalecimiento de I+D en empresas:** Desde ACCIÓ se ofrece el servicio de identificar el tipo de incentivo fiscal que mejor se adapta a cada caso.

Estas son algunos de los tipos de incentivos que hay disponibles para I+D+i, aunque no se encontraron incentivos que mencionen específicamente la palabra "diseño" se asumirá que estos están incluidos en los proyectos de I+D+i:

- Deducciones fiscales para proyectos de I + D + i.
- "*Patent Box*". Reducción en la base imponible por ingresos derivados de la cesión de intangibles
- Bonificaciones en la cuota empresarial de la cotización a la Seguridad Social
- Beneficios de los incentivos fiscales
- Reducir la factura fiscal de la empresa.
- Financiar proyectos de I + D + i
- El incentivo es proporcional al gasto y su aplicación se puede diferir en el tiempo.
- Los incentivos son compatibles con las líneas de ayudas de ACCIÓ y otros programas de ayudas públicas.

- 
- Se integran dentro de la estrategia propia de I+D+i y se puede conseguir seguridad jurídica (vinculante).
  - Son abiertos a todas las empresas y no están sometidos a convocatorias en concurrencia competitiva.
  - Se puede conseguir seguridad jurídica para la Administración Tributaria, mediante los informes motivados. (ACCIÓ, 2017b)
- **Incentivos para que Pymes y empresas más grandes realicen proyectos innovadores:** Algunos de los programas de ayudas públicas que afectan al sector diseño son los cupones de innovación, los Ecobonos y la comunidad RIS3CAT, entre otros (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 26)

Actualmente está abierta la convocatoria del programa cupones de innovación. En esta edición los cupones de ayudas que se ofrecen están centrados en: Innovación tecnología y Ecoinnovación. (ACCIÓ, 2017a)

Otro programa que busca el fortalecimiento de I+D, es el programa *R+D: Nuclis*. Núcleos de Investigación Industrial y Desarrollo Experimental. "Este es un programa de ayudas cofinanciado con los fondos europeos FEDER, destinado a incentivar la realización de proyectos llevados a cabo en Cataluña con una I + D diferencial y de alto impacto en el territorio y en las empresas. Los proyectos deberán tener un fuerte impacto de internacionalización de los resultados y la tecnología, así como capacitar a las empresas

para acceder a convocatorias internacionales de I + D, en especial en el programa Horizon 2020 de la Unión Europea, y en licitaciones.

Los Núcleos de I+D quieren incidir en:

- La generación de nuevo empleo y de inversiones industriales o el mantenimiento de la actividad científica y productiva en Cataluña.
- La participación de miembros del sistema de Investigación e Innovación de Cataluña en las actividades de I + D del proyecto.
- En la internacionalización del solicitante." (ACCIÓ, n.d.-c)

Uno de los principales instrumentos para impulsar proyectos de I+D es la Comunidades RIS3CAT. Son unos fondos de ayuda europeos para apoyar grandes proyectos que vinculen varios agentes del sistema de innovación.

Características más destacadas en la Web de ACCIÓ:

- 72 millones de euros de presupuesto del PO FEDER Cataluña 2014-2020
- Para proyectos a partir de 200.000 €
- Hasta el 50% de subvención
- Proyectos de entre 2 y 12 participantes y de 3 años de duración

- 
- El año pasado se pusieron en marcha 5 Comunidades RIS3CAT que están desarrollando 26 proyectos de I + D e Innovación” (ACCIÓ, 2016)

Según la Comunidad Europea, el RIS3, hace parte del contexto EUROPA 2020, y busca la especialización inteligente por medio de estrategias de investigación e innovación a nivel nacional o regional. Incluye un amplio concepto de innovación, no solo en inversión o en el sector de manufactura, sino crear competitividad por medio de diseño e industrias creativas, innovación social y de servicio, nuevos modelos de negocio e innovación basada en la práctica. (Foray et al., 2012, pp. 8–9)

- **Ayuda económica a multinacionales para que se establezcan departamentos de I+D en el país:** Según el documento *"El sector del disseny a Barcelona i Catalunya"*, varias empresas multinacionales tienen situado actualmente un centro de diseño en Barcelona:
  - “Roca, pionera en la creación de un departamento de diseño especializado en el desarrollo de todo tipo de productos para el baño, cuenta con el *Roca Design Center* y un *Innovation Lab* con diseñadores jóvenes de diversas nacionalidades y especialidades.
  - El SEAT Design Center, ubicado en el Centro Técnico que la compañía tiene en Martorell, es uno de los complejos de innovación más modernos del sector de la automoción, con un centenar de ingenieros, diseñadores y modelistas, que da servicio a todo el Grupo Volkswagen.

- Alstom Transporte instaló su centro de *design and styling* en Santa Perpètua de Mogoda en 2007. Su papel es trabajar en proyectos de interiorismo para todo el grupo.
- Volvo tiene su centro de diseño estratégico en Barcelona desde en 2000. La empresa tiene centros de diseño en Suecia y California y escogieron Barcelona porque la ciudad combina el diseño más tradicional y artístico con otra visión más dinámica y experimental.
- Desde 2003, HP centraliza en Sant Cugat del Vallès la división mundial de diseño de impresoras de gran formato y otros productos para el negocio de artes gráficas y desde 2014 es también la sede mundial de impresión 3D del grupo". (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 21)

Uno de los planes destacados es: "*Let's Do Business!*" un programa del BCD dirigido a empresas internacionales con intereses comerciales o de inversión en Barcelona. ¿Qué ofrecemos? Estudio de las necesidades específicas, *matchmaking* con empresas locales, facilitar el proceso de inversión, acompañamiento y apoyo con acciones concretas, valoración y evaluación sobre las ubicaciones más adecuadas de la ciudad, organización de reuniones, charlas estratégicas con organismos públicos y otros agentes de interés, *networking* con la comunidad local de diseño.

En el marco de este programa, BCD ofrece también acompañamiento a delegaciones internacionales que visitan Barcelona para conocer el potencial de la ciudad como referente en creatividad, diseño e innovación.

---

El objetivo de todas estas acciones es promocionar el sector diseño local - tanto profesionales como productos y servicios diseñados a Barcelona y Cataluña - con el fin de atraer inversión y explorar posibles oportunidades de negocio con mercados estratégicos." (BCD, n.d.-e)

"El programa *Corporate Design Centres & Hospitality Board Design* fomenta la adecuación de un ecosistema que facilite el establecimiento de nuevos centros de diseño corporativos y acompaña a los que ya están establecidos. En un contexto globalizado, la deslocalización de un departamento de diseño dentro de una empresa multinacional y la creación de un satélite en otro país ofrece la oportunidad de conseguir un doble objetivo: orientarse a un nuevo mercado y potenciar la competitividad a nivel corporativo entre sus diferentes equipos creativos, mejorando sus resultados.

Barcelona acoge un número cada vez más grande de departamentos de diseño de grandes y medianas empresas, nacionales e internacionales. La ciudad es, además, un referente para equipos creativos de empresas extranjeras interesadas en saber lo que pasa en Barcelona, una ciudad que atrae una gran cantidad de talento creativo internacional.

Objetivos del programa:

- Facilitar el contacto con las instituciones locales y regionales.
- Ofrecer puntos de encuentro para los diferentes centros que forman parte de la red establecida en Barcelona.

- Programar agendas y actividades para aquellos que visitan nuestra ciudad.
- Apoyar a aquellas empresas que buscan un espacio singular para desarrollar su actividad, ya sea de forma permanente o puntual.
- Durante los tres últimos años BCD ha programado actividades para empresas como Google, SAP, Vodafone, Procter & Gamble, LG, Alstom, Microsoft, Nokia, General Motors, Airbus, Motorola, Ikea, Sony Ericsson o Mercedes-Benz." (BCD, n.d.-c)

A nivel España hay un programa para que emprendedores establezcan sus empresas en Madrid o Barcelona:

“Programa dirigido a emprendedores extranjeros que establezcan su *Start up* en España

En los últimos años el ecosistema de emprendimiento español ha crecido de forma muy significativa y se ha convertido en un destino de enorme atractivo para un gran número de emprendedores internacionales.

Universidades, centros de investigación y escuelas de negocio líderes en el mundo, junto con un número creciente de aceleradoras e incubadoras, un capital humano altamente cualificado y la existencia de financiación, tanto pública como privada crean las condiciones adecuadas para el desarrollo de un proyecto innovador.

Por tanto, si tienes un proyecto de este tipo, no lo dudes, España es tu país, y *rising start up Spain* el programa que te llevará hacia el éxito.

---

Ofrecemos:

- Espacios de trabajo gratuitos en Madrid y Barcelona
  - 10.000 Euros no reembolsables para los gastos iniciales
  - Facilidades para la consecución de visados y permisos de residencia
  - Asesoramiento para conectar con potenciales inversores” (ICEX, 2016b)
- **Uso de diseño para resolver necesidades del sector público:** La Compra Pública Innovadora se materializa en tres modalidades de actuación, según ACCIÓ (ACCIÓ, n.d.-b):
1. “Compra Pública Pre-comercial (PCP): contratación de servicios de I+D en los que el comprador público no se reserva el resultado de la I+D para su uso en exclusiva, sino que comparte con las empresas los riesgos y beneficios de la I+D necesaria para desarrollar soluciones innovadoras que superen las disponibles en el mercado.
  2. Compra Pública de Tecnología Innovadora (PPI): compra pública de un bien o servicio que no existe en el mercado en el momento de la compra pero que puede desarrollarse en un período de tiempo razonable y que requiere el desarrollo de tecnología nueva no existente en el mercado para poder cumplir los requisitos demandados por el comprador.

3. Compra Pública Regular Innovadora: procesos de compra regulares de productos o servicios comerciales (ya existentes en el mercado) pero que incorporan algún criterio de innovación, directo o indirecto, como por ejemplo el grado de innovación de la empresa proveedora.

Enric Bayó, jefe de Innovación de ACCIÓ, considera que, en cuanto a la Compra pública Innovadora, en España hay más teoría que acción. Aunque es posible encontrar información sobre el programa CPI, actualmente esto se está llevando a cabo en Cataluña principalmente en el sector salud.

## **CATEGORÍA 2: Sensibilización y educación de empresas en temas de diseño.**

Este tema se ve liderado principalmente por ACCIÓ y por el BCD, quienes en muchas ocasiones han sumado esfuerzos para poder llegar a una parte más amplia del territorio. Muchas de estas jornadas no solo se realizan en Barcelona, sino que se llevan a cabo también a las provincias de Lleida, Tarragona y Girona.

Unidades de análisis:

- **Ofrecer talleres de formación en diseño para empresas:** El BCD y ACCIÓ, ya sea de forma individual o sumando esfuerzos, son las principales instituciones públicas generadoras de formación en la implementación de diseño e innovación en las empresas a lo largo de Cataluña. Los temas incluyen tendencias, *design thinking*, innovación centrada en el usuario, registro de diseños y patentes, etc. Y están dirigidas a públicos poli-sectoriales. Ver figura 4.13 con un ejemplo de taller de formación.

---

**Figura 4. 13 Foto de la autora, en una de las conferencias del BCD y ACCIÓ en Tarragona en 2015, que tenía como objetivo transmitir conocimientos sobre el diseño centrado en el usuario.**



Fuente: Imagen cedida por Jaume Xicola.

Actualmente ACCIÓ tiene un ciclo de talleres de innovación en donde explican cómo hacer el proceso de reflexión para determinar las líneas donde centrar los esfuerzos de innovación, las herramientas para analizar el entorno y los usuarios, las etapas para una correcta generación y filtración de ideas, técnicas de prototipos de productos y de servicios.(ACCIÓ, n.d.-a)

Otro ejemplo son los desayunos de innovación de ACCIÓ, que tienen como protagonistas empresas innovadoras que comparten su experiencia (Catalunya Emprèn, n.d.). Estas sesiones se organizan cada dos meses y tratan un caso de

innovación empresarial diferente. De esta manera, se van descubriendo buenas prácticas y modelos exitosos en gestión de la innovación.

ACCIÓN implementará un servicio de consultoría personalizada para empresas, porque consideran que son más efectivas que los ciclos de conferencias, al estar enfocadas en las necesidades reales de las empresas.

- **Creación de herramientas adecuadas para la conexión pymes-diseñadores:** El BCD por medio del CIV (Centro de Integración en valor) ofrece diferentes herramientas para concienciar a las empresas sobre las posibilidades del diseño y de la innovación. (BCD, n.d.-b)

EL BCD y las diferentes asociaciones de diseñadores ofrecen directorios para poder contactar profesionales en diseño de diferentes disciplinas.

La ADP - *Associació de Dissenyadors Professionals*, en su web <http://adp.cat/> ofrece diferentes herramientas, plantillas y documentos para facilitar el contacto de los diseñadores y las empresas.

- **Libros, manuales y guías para ayudar a la empresa en la incorporación de diseño:** La ADP en su Web ofrece una biblioteca de acceso gratuito con reportes de Estudios y Documentos sobre el valor del diseño (<http://adp.cat/es/>). Muchos de estos documentos también están disponibles a través de la Web del BCD. Ofrece también documentación del BEDA sobre buenas prácticas.

---

El Observatorio Diseño del BCD es una “herramienta permanente de benchmarking con otros países y regiones que tiene como finalidad recopilar y difundir estudios y documentos, así como debatir y reflexionar sobre la relación entre competitividad, innovación y diseño, y realizar estudios o clasificaciones con el fin de obtener datos sobre el impacto económico del diseño y su valor estratégico en empresas y entidades públicas.” (BCD, n.d.-f)

El BCD tiene disponible una herramienta de auto diagnóstico en su página web (BCD & Lecuona López, n.d.) y un documento titulado “Manual sobre Gestión de Diseño para empresas que abren nuevos mercados” que incluye conceptos básicos sobre diseño, condiciones para incorporar el diseño en las pymes y la integración del diseño en las empresas.(Lecuona López, n.d.)

### **CATEGORÍA 3: Sensibilización y promoción del diseño**

Las actividades de apoyo y promoción del diseño se llevan a cabo principalmente por el BCD y por el FAD (Fomento de las Artes y el Diseño), ambos están ubicados en el *Disseny Hub* en Barcelona.

Hay acciones de promoción puntuales que buscan visibilizar las diferentes disciplinas del diseño, como es el caso del *Open Day* del *Poblenou Urban District*, en donde galerías, estudios de diseño, Universidades, el FAB Lab, abren sus puertas ante la mirada curiosa del público general.

Otro ejemplo de acción de apoyo y promoción del diseño es “La *FAD Certification of Design Quality*, esta nace cuando el FAD impulsa la idea de dar una marca de calidad a aquellas empresas e instituciones que pongan en funcionamiento buenas prácticas en diseño y que pongan a disposición de la ciudadanía productos y servicios

que demuestren estas cualidades. (...) Para desarrollar en profundidad esta certificación, el FAD ha tejido una alianza estratégica con Applus +, una de las empresas líderes en certificaciones, que ha aportado a la redacción de la certificación la objetividad y la estructura que requiere un proceso de evaluación como este: si el prestigio y la reputación del FAD son incuestionables en el ámbito del diseño, la profesionalidad y el rigor de Applus + lo son en el ámbito de las certificaciones.” (FAD, n.d.-b)

Como se evidencia en las estrategias de las unidades de análisis, las acciones cuentan con diferentes instituciones de apoyo y patrocinadores que pueden ser privados o gubernamentales.

Unidades de análisis:

- **Publicaciones de boletines que informen sobre diseño:** Las publicaciones relacionadas con diseño hacen parte de la biblioteca del BCD.

Algunos estudios que ha realizado el BCD han contado con el apoyo de la *Generalitat de Catalunya*, el *Ajuntament*, la Cámara de Comercio de Barcelona, ACCIÓ, etc.

- **Publicaciones periódicas que informen sobre el resultado económico de las empresas con la implementación del diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
- **Publicación de revistas especializadas en diseño:** No se encontró evidencia de revistas especializadas en el diseño en Cataluña.

---

## Premiaciones de diseño:

Premi Catalunya d'Ecodisseny.

El FADfest organizado anualmente por el Fomento de las Artes y el Diseño (FAD), es el festival que celebra la excelencia creativa y reconoce el trabajo de profesionales y empresas mediante un programa que incluye, entre otros actividades, premios, conferencias, presentaciones, debates y tertulias. Una muestra para descubrir las mejores propuestas del año en arquitectura, interiorismo, diseño gráfico, publicidad, diseño industrial, artesanía, arte y moda.

- “Premios FAD de Arquitectura e Interiorismo y Premios Habitácola para estudiantes de arquitectura y diseño (ARQUIN-FAD)
- Premios Delta de diseño industrial y Premios Medalla ADI para estudiantes de la misma disciplina (ADI-FAD)
- Premios Laus para profesionales y estudiantes de diseño gráfico, publicidad y comunicación visual (ADG-FAD)
- Premios FAD Sebastià Gasch de Artes Parateatrales (FAD)
- Premios *Enjoia't* de joyería contemporánea (A-FAD)
- Premios MODAFAD para jóvenes diseñadores de moda (MODA-FAD)” (FAD, n.d.-a)

A nivel España se organizan los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño, estos son el más alto galardón que se otorga en España como reconocimiento a empresas y profesionales que han destacado por su trayectoria

excelente y ejemplar en unos casos en el campo del diseño y en otros en el de la innovación.

Estos premios reconocen la innovación y el diseño como factores esenciales para aumentar la competitividad y el rendimiento económico, así como para aportar calidad de vida a los ciudadanos. Con ellos se trata asimismo de fomentar la cultura del diseño y la de la innovación en España, tanto en el ámbito empresarial como en el conjunto de la sociedad en general. (Secretaría de Estado de Investigación Desarrollo e innovación, 2017)

- **Exposiciones de proyectos de diseño:** En el museo de diseño continuamente hay exposiciones de carácter permanente y temporales. (Ajuntament de Barcelona, 2017b)

**Figura 4. 14 Exposiciones del Museu de Disseny de Barcelona**



Fuente: Tomada de (Ajuntament de Barcelona, 2017b)

---

El BCD apoya la exposición de diseñadores y productos destacados de empresas catalanas en diferentes ferias donde participa como invitado institucional.

Además, se realizan diferentes exposiciones en los diversos museos que hay en Barcelona.

- **Incentivar la participación en ferias especializadas:** El BCD apoya la participación en diferentes ferias del sector de diseño. Estos son dos ejemplos de participaciones recientes:
  - *'Inspired in Barcelona: Lifestyle' en NYxDESIGN 2017:* es una muestra colectiva organizada por el Ayuntamiento de Barcelona y BCD Barcelona Centro de Diseño que muestra una selección de marcas y diseñadores del sector hábitat que se inspiran en los valores y el estilo de vida de Barcelona. (BCD, 2017a)
  - *Milano Design Week 2017:* la exposición 'Inspired in Barcelona: In & Out', es una muestra que incluye una selección de marcas y diseñadores de productos del sector hábitat que se inspiran en los valores, la excelencia y el estilo de vida de Barcelona. (BCD, 2017b)
- **Establecer una red de centros que tengan espacio para exposiciones, seminarios, entidades profesionales, incubadora de negocios, oficina de servicios, etc.:** El *Disseny Hub* es “sede del Barcelona Centro de Diseño (BCD), del Fomento de las Artes y el Diseño (FAD) y del Museo del Diseño

de Barcelona, el Diseño Hub Barcelona (DHB) reúne el patrimonio y el conocimiento de la ciudad en esta materia y concentra los eventos y proyectos principales del ámbito del diseño y otras industrias creativas.

Impulsado por el Ayuntamiento de Barcelona y las entidades principales de promoción del diseño, el DHB proyecta de forma local e internacional la imagen de Barcelona como referente del diseño y contribuye dinamizar la zona de las Glòries y la su área de influencia como nuevo centro neurálgico de la ciudad.

El DHB, situado en una de las puertas de entrada del barrio del Poblenou y del 22@, el distrito de la innovación, es un equipamiento multifuncional y pluridisciplinar de gestión pública y privada que se ha consolidado como el espacio de referencia del diseño de la ciudad y un punto de encuentro de empresas, profesionales y agentes locales e internacionales, así como del público general interesado en conocer el potencial creativo de Barcelona y del país.” (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 9)

Otro proyecto es el Canòdromo, un Parque de Investigación Creativa, “un centro público al servicio del emprendimiento y la industria cultural. Aquí, jóvenes creativos de los ámbitos artístico, tecnológico o científico presentan iniciativas que necesitan *business angels*, es decir, mecenas que estén dispuestos a financiarlas a cambio de una parte del futuro pastel”.

- 
- **Campaña en diferentes medios para promocionar las ventajas del diseño:** Los principales medios para promocionar el diseño en Cataluña son digitales y físicos (exposiciones, ferias)
  - **Programas de televisión que promocionen el diseño:** No se encuentran evidencias.
  - **Educación básica en diseño a los niños desde el colegio.** Los profesores deberán recibir formación en diseño previamente: Se realiza a través de actividades del museo de diseño (ver siguiente punto)
  - **Creación de "retos de diseño" en colegios, para desarrollar habilidades en creatividad, innovación y diseño:** El museo de Diseño realiza numerosas actividades dirigidas a niños y jóvenes desde primaria hasta ciclos formativos.

Estos son algunos ejemplos de actividades realizadas en el museo (Ajuntament de Barcelona, 2017c):

- ¿Y POR QUÉ NO? Objetos, necesidades y fantasía. Dirigida a niños de primaria.

“En la visita a la exposición "Del mundo al museo" observaremos cómo los objetos han sido pensados en función de una necesidad. Además, veremos como en el diseño de los objetos también se tiene en cuenta la mejora del entorno y las relaciones o el bienestar de los usuarios.

A partir de esta introducción al concepto de diseño, trabajaremos en pequeños grupos y cada participante hará una maqueta de un objeto que aporte una solución a un problema planteado por un colectivo de usuarios con características especiales.”

**Figura 4. 15** Actividad para niños organizada por el Museu de Disseny de Barcelona para niños.



Fuente: *Museu del Disseny* de Barcelona (Ajuntament de Barcelona, 2017c)

- A MANO Y A MÁQUINA. Color, tipografía y composición en el diseño gráfico, dirigido a niños de primaria: “¿Sabéis qué hacen y cómo trabajan los diseñadores gráficos?”

A partir del análisis de las imágenes que nos rodean y de algunas de la colección del Museo, veremos cuáles son los elementos básicos que conforman esta disciplina: la composición, la tipografía y el color, así como las herramientas que se usaban antes y las que se usan actualmente.”

- LEER EL OBJETO. Nada es porque sí. Dirigida a niños y jóvenes de ESO / BACHILLERATO / CICLOS FORMATIVOS

---

“El objetivo de esta visita taller es descubrir la voluntad funcionalista del buen diseño para resolver problemas de manera sencilla y eficaz. Los alumnos verán que detrás de cada objeto hay una necesidad o problema que hay que solucionar y una persona que lo ha analizado y lo ha resuelto.

En grupos pequeños, los alumnos "leerán “un objeto de la colección de diseño de producto del Museo con las herramientas básicas de la observación y la experimentación.” (Ajuntament de Barcelona, 2017c)

Otra iniciativa importante para acercar a los niños y jóvenes al mundo del diseño es el FAB Kids, proyecto del Fab Lab Barcelona. Este es “un laboratorio de creación que favorece el desarrollo de la inteligencia, la creatividad y la imaginación de niños y jóvenes. Es un lugar donde se estimula el pensamiento y se produce innovación, un espacio donde se realizan actividades educativas y lúdicas dirigidas a niñas y niños de menos de 16 años, enfocadas al diseño y a la fabricación digital (...) Fab Kids ofrece talleres cortos para que los participantes tengan un primer contacto con el mundo Fab Lab, descubran el entorno tecnológico inmediato, se familiaricen con la programación y se acostumbren a encontrar soluciones basadas en problemas reales” (Fab Lab Barcelona, 2017)

- **Capacitaciones o páginas Web del centro de promoción de diseño con material educativo para que los profesores usen en los colegios para sensibilizar a los alumnos en diseño:** No se encontraron evidencias.
- **Creación de Día o Semana Internacional del Diseño:** “La Barcelona *Design Week* (BDW), organizada por BCD Barcelona Centro de Diseño, es la

cita anual del diseño, la innovación y la empresa que, desde 2006, atrae profesionales, empresas y público en general interesado en conocer nuevas tendencias, trabajar en red y compartir iniciativas y proyectos de diversos ámbitos. La BDW, consolidada como una de las *Design Week* más relevantes del calendario internacional, contribuye a proyectar Barcelona al mundo, crear oportunidades de negocio y acercar el diseño y la innovación en la ciudadanía.” (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 11)

- **Promoción en asociaciones de consumidores:** No se encontraron evidencias.
- **Creación de un centro de promoción:** El BCD tiene como principal objetivo “contribuir en la definición de la política de diseño asegurando que el diseño forma parte de la estrategia del gobierno, y planificar acciones de promoción y sensibilización de acuerdo con las líneas claves de esta política, como la innovación empresarial a través del diseño o la protección del diseño.” (BCD, n.d.-d)

El FAD, Fomento de las Artes y del Diseño es una asociación privada, independiente y sin ánimo de lucro, que tiene el objetivo de promover el diseño y la arquitectura en la vida cultural y económica del país. El FAD se articula a través de cinco asociaciones que representan las diferentes disciplinas del diseño:

ADI-FAD (diseño industrial)

ADG-FAD (diseño gráfico y comunicación visual)

---

ARQUIN-FAD (arquitectura e interiorismo)

A-FAD (arte y artesanía)

MODA-FAD (imagen y moda)

- **Impartir cursos en diseño para estudiantes de ingenierías y comercio:** No se encuentra evidencia, pero cada vez hay más universidades como ESADE y EADA entre otros, que apuestan por incluir metodologías de *Design Thinking* dentro de sus planes de estudios.
- **Museo de diseño y/o galería:** El Museo del Diseño tiene la primera colección de diseño industrial del estado, con un fondo patrimonial que supera las 70.000 piezas, integrado por cuatro exposiciones permanentes, talleres de conservación y restauración, el Centro de Documentación y un programa anual de actividades y exposiciones temporales. (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 10)

Pilar Velez, en conversación sostenida con ella, explicó que es el único museo en España que tiene colecciones en torno al objeto (gráfico, producto, moda). Buscan una reflexión crítica del diseño, desdibujando fronteras entre el arte, la artesanía y el diseño.

#### **CATEGORÍA 4: Fortalecer la educación de los diseñadores.**

Cataluña cuenta con 12 universidades —siete públicas, una virtual y cuatro privadas—, que ofrecen un amplio abanico de titulaciones en ámbitos de reconocida excelencia como la arquitectura, el diseño, la biomedicina, la química, las matemáticas o la economía. Aparte de la dedicación a la formación y la docencia, las universida-

des de Cataluña cuentan con el reconocimiento internacional por su actividad investigadora y tienen un papel destacado en innovación y transferencia de conocimientos. (Generalitat de Catalunya, 2017b)

Los estudiantes extranjeros ven Cataluña como el lugar ideal para estudiar diseño, gracias a la variada oferta formativa y la inspiradora cultura de la región. En Cataluña y Barcelona hay una tradición en el campo de la enseñanza del diseño bien consolidada e integrada con el medio local. Muchos centros son el resultado de iniciativas privadas

Además de estudiantes, la ciudad atrae la inversión y el interés por parte de agentes internacionales del sector. Últimamente se han establecido en Barcelona escuelas de reconocido prestigio que han visto en la ciudad el lugar ideal para ofrecer su oferta formativa en diseño. (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 14)

Como "actores" de educación en Cataluña están los centros universitarios, escuelas de artes y oficios, centros de formación, bachillerato artístico, formación de personas desempleadas, hangares de diseño.

Unidades de análisis:

- **Impartir asignaturas multidisciplinares sobre temas importantes para las empresas (marketing, económicas, producción, etc.):** "La integración de nuevas disciplinas y especializaciones, mediante módulos, masters o postgrados, ha hecho posible que los estudiantes puedan ampliar conocimientos sobre el diseño de procesos, las TIC, el marketing y la comunicación

---

o los ámbitos digital y audiovisual. En las materias tradicionales como el diseño gráfico, el diseño industrial, el interiorismo o la moda, la oferta actual añade el diseño de servicios (*service design*), la gestión del diseño (*design management*), el *design thinking*, la experiencia del usuario (UX - *User Experience*), la interacción con el usuario (UI - *User Interaction*), el diseño de marca (*brand design*), el diseño culinario (*food design*), el diseño de transporte, el ecodiseño, la fabricación digital en 3D, el diseño de iluminación (*Lighting design*) y el diseño de apps, entre otros.” (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 14)

- **Incluir liderazgo en negocios / emprendimiento en planes de estudio:** Este objetivo estratégico depende de cada universidad y no hace parte de ninguna política de diseño.
- **Becas y convenios para educación en el exterior:** A nivel de Comunidad Europea está el programa Erasmus +.

“Erasmus+ es el programa europeo en los ámbitos de la educación, la formación, la juventud y el deporte para el periodo 2014-2020. Es un programa único que trata de impulsar las perspectivas laborales y el desarrollo personal, además de ayudar a nuestros sistemas de educación, formación y juventud a proporcionar una enseñanza y un aprendizaje que doten a las personas de las capacidades necesarias para el mercado laboral y la sociedad actual y futura”. (Ministerio de Educación Cultura y Deporte, n.d.)

- **Facilitar educación continuada de diseñadores:** Las diferentes universidades ofrecen un amplio abanico de programas de especialización, masters y doctorados.

El *Col·legi de Disseny Gràfic* ofrece la plataforma *Graphic Way* (<http://graphicway.org>), con formación online gratuita para diseñadores gráficos.

- **Fomentar la relación Universidad-Empresa:** Cada centro educativo tiene sus propias estrategias para establecer vínculos con la empresa, por medio de proyectos puntuales, prácticas de alumnos en empresas.

Por ejemplo, Elisava ofrece una serie de servicios a empresas, que incluye el desarrollo de proyectos, transferencia de conocimientos, patrocinios de programas de máster o cátedras de empresa. (ver figura 4.16). (ELISAVA, 2017b)

**Figura 4. 16 Servicios a empresas ofrecidos por ELISAVA**



Fuente: (ELISAVA, 2017b)

---

El Plan de Doctorados Industriales es otra forma de fortalecer la relación Universidad-Empresa, el objetivo es que los estudiantes cursen un doctorado dentro de la empresa. Como parte de este plan, tendrán derecho a un contrato laboral de 3 años, a razón de 22.000 €/brutos año y ventajas como matrícula gratuita y bolsa de movilidad. (Ajuntament de Barcelona, n.d.-b)

Hasta la fecha, se han financiado 345 programas de doctorado industrial con la implicación de 235 empresas. De estas el 49% son PYMES y un 22% son proyectos de *start-ups* o *spin-offs* (Generalitat de Catalunya, 2017a). Es importante aclarar que solo algunos beneficiarios de este programa enfocan su doctorado en innovación.

- **Fomentar la relación entre centros educativos:** No se encontró evidencia de relación entre centros educativos especializados en diseño.

La relación entre centros educativos se plantea en proyectos puntuales, y no como un trabajo en red.

#### **CATEGORÍA 5: Apoyo de centros tecnológicos y universidades**

El apoyo de las Universidades a los centros tecnológicos es fundamental, la mayoría de grandes universidades cuentan con su(s) propio(s) centros enfocados en diferentes campos de estudio.

Aunque claramente se ofrece el servicio a empresas, aún no está muy interiorizado dentro de estas, el tipo de recursos y las ventajas que puede ofrecer la investigación o el diseño avanzado de productos al que se puede llegar con la ayuda de centros tecnológicos. Hacen falta más estrategias de promoción, para

que las empresas comprendan el coste de un proyecto y las ventajas de su implementación.

Unidades de análisis:

- **Creación de laboratorios para validación de producto, de prototipos, etc.:** Cataluña cuenta con un amplio catálogo de centros y parques tecnológicos que cubren desde áreas de salud y biomedicina hasta innovación en producto.

El apoyo al diseño de producto y la innovación es amplio, en diferentes áreas como materiales, procesos productivos, prototipaje rápido e impresión 3D. Las universidades son grandes apoyos de los centros tecnológicos. Muchos de ellos cuentan con un apoyo público importante.

Un programa muy interesante en Barcelona son los Ateneus de fabricación, estos son un proyecto del *Ajuntament de Barcelona* en el marco del programa de *smarts cities BCN3D*, en donde se crean centros cívicos fusionados con centros tecnológicos. El *Ateneu de Les Corts*, por ejemplo, es un proyecto respaldado por la *Fundació CIM* de la UPC, en donde la comunidad tiene acceso a un centro tecnológico que “se inspira en el concepto del fab lab americano heredado de los laboratorios de investigación y fabricación tecnológica del famoso Media Lab del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), que surgió en el año 2000. La filosofía es fomentar la creación propia y la colaboración entre todo tipo de personas interesadas en ciencia y tecnología, poniendo a su disposición un material que está fuera del alcance económico particular.” (Ajuntament de Barcelona, n.d.-d)

Figura 4. 17 Modelo del Ateneu de Fabricació de Les Corts.



Fuente: Tomado de (Ajuntament de Barcelona, n.d.-d)

- **Estrechar la relación centros tecnológicos – Industrias:** Un alto porcentaje de ingresos de centros y parques tecnológicos proviene del contacto con empresas. Todos ofrecen numerosos servicios para encajar en las diferentes necesidades de las empresas.

Para favorecer esta integración de centros tecnológicos – empresas, entidades como ACCIÓ o el BCD en algunas ocasiones han hecho alguna estrategia de promoción de alguno de los centros. Los miembros del Clúster Diseño, por ejemplo, tienen un 10% de descuento en la contratación de servicios en el *Materfad*.

- **Creación de programas para promover el acercamiento / cooperación Universidades-Empresas:** Las principales Universidades cuentan con sus propios centros tecnológicos, por ejemplo UAB *Research Park*, *Parc UPC*, *laSalle Technova* Barcelona, *DesisLab* ELISAVA. Todos prestan servicios a empresas.

Uno de los principales ejemplos del acercamiento Universidad-Empresa-Centros tecnológicos es el programa *TECNIO*. “Este es el sello que otorga la Generalidad de Cataluña, a través de *ACCIÓ*, para identificar dónde se

encuentra la tecnología más innovadora, los desarrolladores que lo ofrecen y los facilitadores que participan en el proceso de transferencia de tecnología y conocimiento.

Hay dos tipologías de entidades acreditadas con el sello TECNIO:

Las Entidades que generan nueva tecnología y la transfieren a la empresa, ya sea a través de la realización a medida de proyectos de I + D, como a partir de la comercialización directa de las tecnologías desarrolladas: los desarrolladores.

Las Entidades que facilitan el acceso a la tecnología, ayudando a las empresas a conocer la tecnología que se genera en su entorno científico y técnico: los facilitadores. Oficinas de transferencia que ofrecen a las empresas un puerto folio de tecnologías desarrolladas en su entorno científico / tecnológico preparadas para ser comercializadas” (ACCIÓ, 2017c)

Universidades facilitadoras de TECNIO son:

UPC: *Servei de Gestió de la Innovació*

UB: *Fundació Bosch i Gimpera - UB*

UAB/PRUAB: *Oficina de Valorització i Patents UAB / PRUAB*

UPF: *Unitat d'Innovació - UPF Business Shuttle*

UdG: *Oficina d'Investigació i Transferència Tecnològica*

URV: *Centre de Transferència de Tecnologia i Innovació de la URV*

- **Creación de redes de parques tecnológicos y centros expertise para empresas innovadoras tecnología y diseño:** Muchos centros tecnológicos hacen parte de la Red de Parques Científicos y Tecnológicos de Catalunya (*Xarxa de Parcs Científics i Tecnològics de Catalunya –XPCAT*), esta “agrupa grandes espacios de producción, transferencia, difusión y uso del conocimiento y actúa como punto de contacto entre la comunidad investigadora i la innovadora. En su sistema se integran grupos y centros de investigación universitarios, centros tecnológicos, incubadoras de empresas, grandes empresas con sus centros de I+D asociados, empresas focalizadas en la innovación y nuevas empresas basadas en el conocimiento.” (Xpcat, n.d.-b)

Un ejemplo de parque tecnológico es el 22@ en Barcelona “En 200 hectáreas de terreno situadas en el barrio de Poblenou se desarrollan 4 millones de metros cuadrados de los cuales 3,2 millones tienen carácter productivo. En su seno se han instalado o están en proceso de instalarse las principales universidades catalanas, así como varios centros de I+D, centros de transferencia tecnológica, incubadoras de empresas y otros elementos que facilitan la máxima competitividad a las empresas instaladas en la zona fruto de la interacción con estos agentes. Paralelamente, se lleva a cabo una inversión de 180 millones de euros para establecer las más modernas infraestructuras, como fibra óptica, recogida neumática de basuras entre otras. Desde el año 2000, más de 250 empresas se han instalado en la zona, la mayoría de las cuales pertenecen a los sectores Media, TIC, bio y energético. Algunos ejemplos son Telefónica, Microsoft, T-Systems, Yahoo, Mediapro, Sanofi-

Aventis o el proyecto ITER.”. Ver figura 4.18 con instituciones ubicadas en este parque tecnológico. (Xpcat, n.d.-a)

**Figura 4. 18 Agentes de diseño que tienen presencia en el 22@**



Empresas	G-Star Raw, ADD, Node, Morera Design, ruiz+company, Estudi Arola
Instituciones	BCD
Espacios específicos	Palo Alto, PBM, Hub Design
Universidades	Universidad de Vic, UPC, IAAC
Centros tecnológicos	Barcelona Media-Centro de Innovación
Incubadoras	Media-TIC, "Projecte Bressol" Moda
Residencias	Melon District / Ciutadella
Divulgación	Hub Design

---

Fuente: (Ajuntament de Barcelona, 2010, p. 37)

- **Relaciones entre incubadoras empresas / centros de emprendimiento con Pymes:** ACCIÓ con numerosos programas, Barcelona Activa del *Ajuntament de Barcelona la Xarxa Emprèn* que es una red público-privada de entidades que, en el marco del programa *Catalunya Emprèn de la Generalitat de Catalunya*, prestan servicios de acompañamiento y apoyo a las personas que quieren constituir una empresa en Catalunya durante los tres primeros años de vida del negocio.

Destaca el programa del BCD, MID Mercado Ideas Diseño. “El MID es un programa anual de BCD que promociona el talento creativo y sitúa Barcelona como sede de la expendedoría creativa a Europa. El MID presenta y valora las mejores propuestas empresariales de los emprendedores creativos (empresas emergentes creativas) y en el Foro MID las conecta con empresas

---

e inversores, por lo que se crean oportunidades de negocio.” (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 24)

El Almogàvers Business Factory, “es una Incubadora público-privada para empresas innovadoras de nueva creación. “El equipamiento tiene como objetivo contribuir al desarrollo de nuevas empresas de varios sectores y actividades, ofreciendo espacios de incubación y pre-incubación, así como diferentes programas de estrategia, gestión, internacionalización y financiación empresarial. Éstos permiten a los promotores y promotoras de nuevas empresas mejorar los conocimientos y competencias que contribuyen a la consolidación de sus iniciativas y a la excelencia empresarial. Las entidades colaboradoras del Almogàvers Business Factory (ABF) son las encargadas de definir el perfil de empresas que quieren incubar y los requisitos de entrada.(Ajuntament de Barcelona, n.d.-a)

### **CATEGORÍA 6: Fortalecer la investigación**

El fomento de la investigación científica en Cataluña se basa en el impulso de la competitividad para promover el crecimiento económico, el progreso y el bienestar social.

“Los instrumentos para conseguir esta competitividad son un modelo propio de centros de investigación en Cataluña, las políticas de atracción y retención de talento, las grandes infraestructuras de investigación y un gran consenso político e institucional que permite dotar al sistema de estabilidad.

El sistema de investigación + desarrollo + innovación (I+D+i) en toda Cataluña está formado por:

- 12 universidades (7 públicas, 4 privadas y 1 virtual) y 45 institutos universitarios de investigación
- 46 centros CERCA dedicados a la excelencia en la investigación
- 21 centros estatales del CSIC
- 9 centros IRTA
- 9 instituciones hospitalarias que hacen investigación de excelencia en el ámbito biomédico
- 22 parques científicos y tecnológicos de transferencia y uso del conocimiento
- 11 grandes infraestructuras de apoyo a la investigación (GIAI)
- 13 grandes centros tecnológicos, 6 de la Red TECNIO
- 1510 redes y grupos de investigación.” (Ajuntament de Barcelona, 2017a)

Unidades de análisis:

- **Impulsar e incentivar la investigación en diseño:** “La investigación en diseño se realiza desde diversas entidades: Escuelas de diseño y universidades, programa *dRD* de doctorados en diseño en el interior de las empresas, CIV - Centro de Integración de Valor, Centros tecnológicos” (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 25)

Hay eventos importantes en Barcelona que incluyen proyectos de investigación como el Sonar I+D y llegan a un público muy masivo.

- 
- **Difundir resultados de investigaciones en publicaciones y en bancos de datos:** Un ejemplo es por medio de las entidades afiliadas a TECNIO, programa descrito en la categoría anterior.

Otra forma de conseguir este objetivo estratégico es por medio de “Las Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI)”, que nacieron a finales de 1988 como estructuras para fomentar y facilitar la cooperación en actividades de I+D entre investigadores y empresas, tanto en el marco nacional como europeo.

Las OTRIs son intermediarias en el sistema ciencia-tecnología-empresa, y su misión consiste en dinamizar las relaciones entre los agentes del sistema. Para ello las OTRIs se dedican a identificar las necesidades tecnológicas de los sectores socioeconómicos y a favorecer la transferencia de tecnología entre el sector público y el privado, contribuyendo así a la aplicación y comercialización de los resultados de la I+D generada en las universidades y centros públicos de investigación”. (Secretaría de Estado de Investigación Desarrollo e innovación, 2015)

- **Fomentar desarrollo de proyectos que sean el resultado de investigaciones en colaboración con Universidades y Empresas:** Las entidades que promueven la investigación en diseño cuentan con relaciones con empresas. La red TECNIO fomenta también esta integración. Ver información sobre OTRI en la viñeta anterior.

- **Estímulos para creación de grupos de investigación en diseño:** No se encontró evidencia de estímulos para incentivar la investigación en diseño. Hay un programa de AGAUR, "La Agencia de Gestión de Ayudas Universitarias y de Investigación gestiona 30 líneas de ayudas para I+D+i, de un importe aproximado de unos 100 millones de euros, para fomentar la excelencia de la investigación en Cataluña. Las becas se otorgan siguiendo un proceso independiente y transparente mediante expertos externos. Así, se favorece la movilidad de investigadores en el territorio catalán gracias a diferentes entidades financieras." (Ajuntament de Barcelona, n.d.-b)
  
- **Superar el nivel de investigación para hacer un uso experto del diseño en el desarrollo corporativo de productos:** Esto se lleva a cabo por medio de la investigación que se realiza en centros tecnológicos. Los doctorados industriales también aportan en este uso experto de la investigación en las empresas.
  
- **Bibliotecas especializadas en diseño:** "El Centro de Documentación del *Museu del Disseny* es un espacio de consulta y búsqueda especializado en artes decorativas y diseño (gráfico, industrial, textil, de espacios, de moda y de servicios). Tiene por objetivo reunir y preservar información y documentación relacionada con todas estas materias, difundirla y ponerla al servicio de profesionales e investigadores, con la voluntad de ofrecer un apoyo al estudio, la investigación, creación, reflexión, procesos de innovación y crítica especializada. Está abierto a todo el público especializado: investigadores, profesionales y estudiantes de diseño." (Ajuntament de Barcelona, n.d.-c)

- 
- **Creación de centros especializados en investigación en diseño:** “ *DESIS Lab ELISAVA (Design for Social Innovation and Sustainability)* es un laboratorio de investigación activa creado en 2016 como parte de *ELISAVA Research*. Consiste en más de 30 laboratorios de diseño situados en universidades de todo el mundo que orientan sus actividades docentes e investigaciones hacia la innovación social y sostenibilidad.

*El DESIS Lab ELISAVA* trabaja como el núcleo del Ayuntamiento y el Gobierno de Cataluña, fundaciones, asociaciones, universidades, escuelas y museos, tanto a nivel local como internacional. Se desarrolla en el marco del *Desis Network* y participa en proyectos de investigación a gran escala, clústeres y proyectos dirigidos a afectar el cambio social a nivel “ (ELISAVA, 2017a)

- **Creación de un centro de investigación interdisciplinario que se complementará con incubadoras de empresas:** No se tienen evidencias de este tipo de centro de investigación.

#### **CATEGORÍA 7: Consultoría a empresas.**

Unidades de análisis:

- **Consultoría a empresas para mejorar su implementación de diseño:** EL BCD junto con ACCIÓ llevan a cabo este objetivo estratégico por medio del CIV - Centro de Integración de Valor. “Este es el primer Centro de Integración de Valor de Cataluña, una iniciativa impulsada por BCD Barcelona Centro de Diseño, con el apoyo de ACCIÓ, que tiene como principal objetivo contribuir a que las empresas y entidades del país implementen procesos

de innovación centrados en el usuario que les permita diferenciar su marca, aumentar sus ventas y ser más competitivas internacionalmente.

El CIV es un recurso al servicio del tejido empresarial catalán que potencia el rol del diseño como integrador de utilidades (capacidades de satisfacer necesidades y deseos) funcionales, emocionales y sociales en productos, servicios, procesos y entornos, mediante actividades de divulgación, formación y asesoramiento.

La actividad y los servicios del CIV se dirigen a empresas, administración, universidades y centros de investigación que quieran afrontar sus retos de innovación transformándolos en valor económico y social.” (BCD, n.d.-b)

- **Consultoría a diseñadores que necesiten apoyo como empresarios:** Se evidencian acciones de formación a través de ACCIÓ, jornadas del BCD, Barcelona Activa, Cámara de Comercio.
- **Asesorar a las empresas en la incorporación de un *Design Manager*:** Esto se lleva a cabo por medio del BCD, que tiene los siguientes apartados disponibles en su Web: herramienta de auto-diagnos, buenas prácticas, fichas con información sobre gestión del diseño.

El BCD junto con la *La Fundació Politècnica de Catalunya* (FPC) tienen un posgrado en *Design Management*. Es presencial y tiene 30 créditos y 225 horas lectivas. (BCD, n.d.-g)

---

## **CATEGORÍA 8: Protección intelectual y patentes.**

El tema patentes y registros de diseño aún son una asignatura pendiente en Cataluña. Aunque a nivel nacional, ocupa una alta posición (la tercera) con respecto al resto de comunidades autónomas, al realizar 453 solicitudes en 2016, no puede compararse con las regiones más innovadoras de Europa. “Analizando las 10 regiones europeas que solicitan un número más elevado de patentes en la Oficina de Patentes Europea (en número de patentes por millón de habitantes), se observa una alta concentración en Alemania, con regiones como Baviera destacando por encima de las otras (diferentes territorios cercanos a Nuremberg y Munich concentran un alto número de solicitudes por millón de habitantes). Así, Erlangen-Kreisfreie es la zona con más solicitudes, alcanzando casi las 2.500 del año 2011. Zuidoost-Brabant (región entre Rotterdam y Amberes) también destaca con casi 2.000 solicitudes el mismo año 2011, seguido de Regensburg (zona Múnich).” (Institut d’economia i empresa Ignasi Villalonga, 2017b)

Unidades de análisis:

- **Ofrecer formación en protección intelectual desde carreras de grado:** No se encontraron evidencias de este objetivo estratégico a nivel de Cataluña.

A nivel de España a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas se ofrece formación a los profesores para que puedan educar sobre este tema. Hay varios enlaces informativos.

- **Agencia que proporcione asesoría a las pymes sobre propiedad intelectual gratuitamente además de conferencias y jornadas:** A través de la

oficina Española de Patentes y Marcas OEPM del Ministerio de Industria, Energía y Turismo se ofrece información sobre registro de patentes, nombres y marcas, propiedad intelectual, además del acceso a diferentes bases de datos de diseños. Esta Web, además cuenta con tres apartados que tienen como objetivo formar en patentes, estos son: Cómo proteger tus ideas, centro del profesor y centro de apoyo a la pyme.

El BCD ha realizado jornadas para informar sobre registro de diseños y patentes. En su Web, junto con la empresa privada *Isern Patentes y Marcas, abogados y agentes de la propiedad industrial e intelectual*, publicará periódicamente píldoras informativas sobre protección del diseño en su web.

- **Apoyar las patentes generadas desde la academia, para que puedan ser explotadas en colaboración con la Industria:** No se tiene evidencia de si se lleva a cabo este objetivo estratégico.
- **Desarrollar herramientas con interfaz de uso "amigables" para que las pymes se relacionen con información de protección intelectual:** No se tiene evidencia de si se lleva a cabo este objetivo estratégico. Solo se tiene constancia de conferencias y documentos informativos.
- **Asesoría para que diseñadores puedan patentar sus diseños:** El Colegio de Diseño Gráfico ofrece el servicio de registro de autoría de diseños. “La función del Registro es acreditar la autoría de la obra objeto de inscripción, así como explicar las condiciones sobre los derechos y las cesiones totales o parciales que el autor haga en favor de terceras personas. Este Registro cubre las necesidades que, en la práctica, crean las dificultades de inscripción en

---

el Registro de la Propiedad Intelectual de determinadas obras de diseñadores gráficos. Registrar a tiempo evita la mayoría de los problemas derivados del uso posterior de las propuestas gráficas de las que somos autores y sobre las que tenemos el derecho de autoría y de explotación. (...) Este es un registro declarativo y voluntario”.(Col.legi oficial Disseny Gràfic Catalunya, 2011)

### **CATEGORÍA 9: Asociaciones de profesionales de diseño.**

Las diferentes disciplinas del diseño poseen asociaciones de profesionales, que les brindan asesoría, soporte, publican algunas noticias del sector, etc.

Algunas asociaciones de diseñadores han participado en algunos estudios llevados a cabo por el BCD, incluido el mapeo del sector.

Al revisar la información no se evidencia un papel muy decisivo de estas asociaciones en la promoción y apoyo del diseño como sector. Por ejemplo no figuran dentro de los organizadores de la Barcelona Design Week 2017 (solo figuran el BCD y el *Ajuntament de Barcelona*), o como actor importante dentro del FAD.

En acciones de promoción como el *Open Day* del *Poblenou Urban District* (<http://www.poblenouurbandistrict.com/es/openday/>) en donde participan diferentes estudios de diseño, creación, y centros de formación en diseño, no aparece ninguna asociación de profesionales dentro de los colaboradores del evento.

Joan Campderà, presidente del ADP, en una conversación sostenida con él, comentó que en Cataluña los diseñadores están diseminados en numerosos colegios y asociaciones. Esto hace que ninguna de estas instituciones tenga suficiente fuerza para representar un colectivo tan numeroso.

Campderá considera que las asociaciones como la ADP se enfrentan a un reto, que es captar nuevos socios. Los jóvenes diseñadores no ven como algo imprescindible hacer parte de estas instituciones, porque consideran que la función de crear redes y conexiones se puede tener de una forma más directa por medio de redes sociales, y dejan de lado otras funciones que tienen dichas asociaciones y colegios.

- **Promover la agrupación de profesionales de diferentes áreas del diseño:**  
Las siguientes son las principales asociaciones de profesionales en diferentes disciplinas del diseño:

*ADP ASSOCIACIÓ DE DISSENYADORS PROFESSIONALS:* Integra diseñadores gráficos, industriales, de interiores, empresas, instituciones y estudiantes. "La ADP promueve el valor cultural y profesional del diseño, pretende incentivar el uso cotidiano en el sector empresarial con profesionalidad. Además de asesoramiento fiscal, jurídico, realización de peritajes, asesoramiento en premios y concursos" (ADP, n.d.)

En su Web ofrece herramientas, documentos y directrices para la práctica profesional del diseño clasificadas en los siguientes apartados: política de recomendaciones, directrices y plantillas y plantillas de contratos y acuerdos.

*COL.LEGI OFICIAL DE DISSENY GRÀFIC:* Ofrece un cuestionario para proporcionar información orientativa sobre el valor de los proyectos de diseño gráfico.

---

Entre los servicios que presta a sus asociados se encuentran: Bolsa de trabajo, asesoría legal, registro voluntario de autoría de diseños, formación continua en diseño.

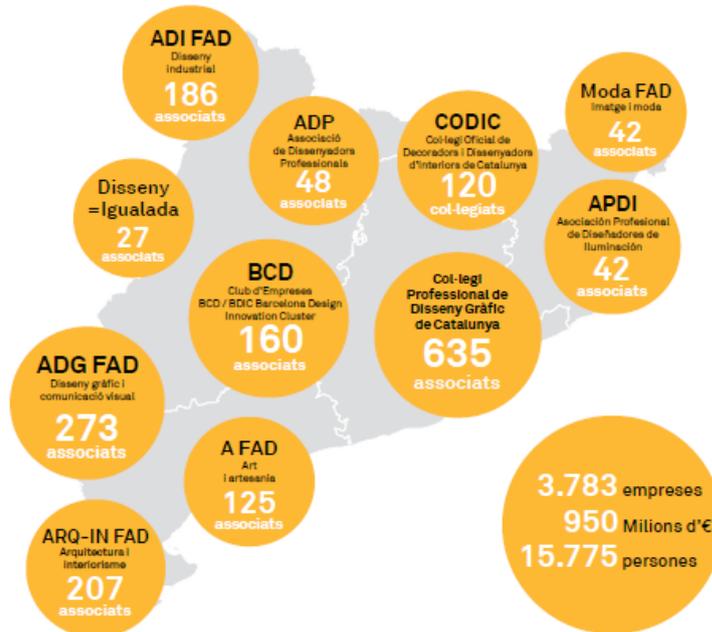
Tiene una biblioteca para uso exclusivo de los asociados.

*EL COL·LEGI DE DISSENYADORS D'INTERIORS I DECORADORS DE CATALUNYA*: Celebra la premiación de proyectos de fin de carrera, presta asesoramiento de servicios jurídicos, centro de recursos, base de datos y ofertas de formación.

*APDI - ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE DISEÑADORES DE ILUMINACIÓN*: Es una plataforma que busca fomentar la profesión del diseño de iluminación, estableciendo criterio y responsabilidad profesional, para mejorar la iluminación de nuestro entorno y nuestras ciudades y lograr la óptima expresión del diseño arquitectónico, además del adecuado empleo de los recursos energéticos y el bienestar de los usuarios.(APDI, n.d.)

En la figura 4.19 pueden apreciarse el número de afiliados que tiene cada asociación de diseñadores en Cataluña.

Figura 4. 19 Número de afiliados que tiene cada asociación de diseñadores en Cataluña.



Fuente: Tomado de (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 16)

- **Fortalecer las industrias creativas por medio de la creación de distritos en los que se agrupen pequeños negocios:** “Barcelona se ha convertido en una tienda de culto capaz de crear una marca y de configurar la imagen de la ciudad. Aparte de los tres ejes comerciales más importantes, que son el Paseo de Gracia, el Portal del Ángel y la Rambla de Cataluña, la ciudad concentra locales con estilo y propuestas comerciales singulares vinculadas al diseño, el arte o la moda, en barrios como el Born, el Raval, Gracia y recientemente San Antonio.

---

Con el tiempo han aparecido nuevos conceptos de venta, tales como las galerías de diseño: un híbrido entre la galería de arte y la tienda de objetos firmados. Son ejemplos AAO, *Room Service*, *DomesticoShop* o *Studio Store*. También encontramos los *pop-up store*, que han revolucionado el mercado de la moda: llegar, montar, impresionar, vender y desmontar. En este caso el más reconocido sería el REC.0 a Igualada, donde participan marcas locales como Munich, Desigual, Sita Murt o Mango. Los mercados en la calle también marcan tendencia, sobre todo con la fiebre *vintage* que vive la ciudad. lo más significativo sería el de Palo Alto Market.”(Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 22)

Distrito de diseño Poblenou: “En los últimos años, se han consolidado en el barrio una serie de núcleos de creación, espacios culturales y comerciales que tienen en común la oferta de propuestas innovadoras, y que se han adaptado al futuro del barrio sin renunciar a su pasado industrial. (...) De este hecho parte *Poblenou Urban District*, una asociación fundada a principios del año 2012 que tiene como objetivo promover esta zona como en el Nuevo Distrito del Arte y la Creatividad de Barcelona.” (Poblenou Urban District, 2017)

- **Participación de asociaciones de diseñadores en diferentes proyectos y organización de redes de investigación en centros educativos:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.

## **CATEGORÍA 10: Creación de marca de país o región.**

Unidad de análisis:

- **Posibilidad de hacer branding con la marca del país o región:** Actualmente está en proceso el lanzamiento de la marca “ *Inspired in Barcelona* ® “. El BCD como propietario cede el uso de esta marca bajo licencia a las empresas que cumplan con criterios establecidos según el reglamento de uso. Las empresas deben tener sede en Barcelona/Cataluña desde donde se deben diseñar o crear los productos o servicios con un equipo interno o externo.

“Los productos y servicios diseñados o inspirados en Barcelona tienen una personalidad propia que los permite diferenciarse en el mercado internacional. Unos y otros tienen en común la herencia de una ciudad y su marca, que entre sus valores cuenta con la tradición creativa, la cultura, la innovación, la arquitectura o el potencial y el talento reconocido internacionalmente de sus diseñadores. En definitiva, todos comparten algo con la ciudad donde han inspirado Gaudí, Dalí, Miró, Tàpies o Picasso, así como de otros creativos, artistas, profesionales y empresas que han encontrado en Barcelona una fuente inagotable de estímulos y creatividad. Con todo, la marca Barcelona y los valores que la integran son fruto de un gran esfuerzo colectivo, de instituciones, entidades, empresas y ciudadanos, por proyectar una imagen vinculada a unos conceptos concretos y en una manera hacer muy específica y singular de la ciudad y del país. La consecuencia es que, a los ojos del mundo, Barcelona es un lugar ideal para vivir, así como para poner en marcha proyectos creativos y empresariales, para formarse o para innovar en un

---

entorno inspirador y privilegiado.” (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015, p. 27)

**Figura 4. 20 Logo de la marca Inspired in Barcelona ®.**

**INSPIRED IN BARCELONA®**

Fuente: Imagen cedida por el BCD

#### **CATEGORÍA 11: Incluir artesanías en el plan de diseño**

En el sector de la artesanía hay numerosas estrategias de apoyo y de promoción, que si se extrapolaran al sector diseño constituirían unas bases importantes para una política de diseño.

El CCAM - *Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya* favorece la modernización y adaptación al entorno actual de la estructura artesanal de Cataluña en todos los campos: producción, diseño, imagen y publicidad, creación de marca y comercialización. También fomenta la representación, la presencia y el conocimiento, tanto en Cataluña como en el exterior, del sector de la artesanía catalana.

- **Certificación de productos que evidencien una "herencia cultural" del país:** *Empremtes de Catalunya* (Huellas de Cataluña) “Es una marca registrada de artesanía que identifica y distingue productos artesanos de Cataluña los que, mediante una mirada de identidad y de contemporaneidad, transmiten los valores del país a través de elementos vinculados al arte, la cultura, la historia, la tradición, la arquitectura, el paisaje y las costumbres populares que nos son propios.

La distinción de los productos con una marca artesana catalana permite, tanto a los ciudadanos catalanes como las decenas de millones de turistas que cada año nos visitan, disfrutar y llevarse una imagen real y garantizada del país.

Los productos están a la venta en la tienda "Huellas de Catalunya®". También se pueden adquirir en las tiendas de Barcelona Turismo, MNAC (Museo Nacional de Arte de Cataluña) y Museo del Chocolate". (CCAM, n.d.)

**Figura 4. 21 Tienda de artesanías "Huellas de Catalunya®"**



Fuente: tomada de (CCAM, n.d.)

Distintivo de producto DE Artesanía (D'A), Es un distintivo que acredita que los productos realizados por una persona artesana son de producción propia y están elaborados de manera artesanal mediante los procesos propios de su oficio y producidos en Cataluña. (Generalitat de Catalunya, 2017)

---

Los puntos de Interés Artesanal también son una forma de evidenciar la herencia cultural del país por medio de la artesanía. “Se pueden declarar puntos de interés artesanal aquellos municipios o áreas dentro de un mismo municipio donde se de una concentración de un mínimo de cinco talleres artesanos o tengan una tradición artesanal de largo recorrido o reconocimiento histórico. Los puntos de interés artesanal reconocidos hasta este momento son:

- El Distrito municipal de Gracia, en la ciudad de Barcelona.
  - El Distrito municipal de Ciutat Vella, en la ciudad de Barcelona.
  - El Pueblo Español de Montjuïc (la Ciudad de los Artesanos), en la ciudad de Barcelona.
  - La ciudad de Terrassa.
- **Preparación de artesanos en diferentes campos profesionales (materiales, producción, empresa):** Actualmente hay un programa de subvenciones 2017 en el ámbito del comercio, los servicios, la artesanía y la moda, “Con una dotación prevista de 7,5 millones de euros, el objetivo de estos incentivos es apoyar al sector del comercio, los servicios, la moda y la artesanía para conseguir mejorar la puesta al día, modernización y rentabilidad, al tiempo impulsar un crecimiento sostenible y respetuoso con el entorno y el medio ambiente. La convocatoria abierta incluye tres programas de ayudas:
- Programa de fomento de la competitividad de la empresa a través de las entidades.
  - Programa de ayuda a la participación de empresas artesanas en ferias profesionales de ámbito nacional, estatal e internacional.
  - Programa de internacionalización de la moda.

- Financiar becas para que los artesanos puedan tener formación internacional” (CCAM, 2017b)

EL programa FAD A ofrece diferentes tipos de formación para artesanos.

**Financiar becas para que los artesanos puedan tener formación internacional:** Por medio del FAD se han establecido contactos internacionales, que han permitido un intercambio cultural y de conocimientos con artesanos de otros países, como es el caso de las Jornadas de Arte y Artesanía Catalana en Japón, que tendrán lugar en el Kyoto International Craft Center (KICC) que se llevaron a cabo en 2015. (FAD, 2015)

**Favorecer la exportación de artesanías:** Entidades como ACCIÓ o la Cámara de Comercio prestan asesoría en temas de exportación

“Artesanía Cataluña del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Cataluña, desarrolla un programa de promoción comercial de la artesanía vinculado al mundo de las ferias, tanto las dirigidas a compradores y colectivos profesionales como aquellas abiertas al gran público, con el objetivo de facilitar una presencia activa de los diferentes sectores artesanos catalanes en el mundo ferial.

Partiendo de los tres universos en los que se mueve la artesanía contemplados en nuestro Plan Estratégico (objeto, sujeto, espacio), tenemos presencia en el Salón bienal Construmat, con un stand en el que están representados varios oficios artesanos vinculados a la construcción. Los años alternos, Artesanía Catalunya está igualmente presente en el Salón bienal Alimentaria

---

con empresas artesanas la producción de las que está vinculada a la gastronomía y la restauración. En este sentido, la presencia se lleva a cabo en el sector Restaurama, dedicado a restaurantes y establecimientos gastronómicos.” (CCAM, 2017a)

- **Formación técnica en artesanías:** “La formación continua es uno de los retos del colectivo artesano para mejorar su profesionalización y para poder competir con todos los medios en un mercado cada vez más competitivo y globalizado. Por este motivo, hemos decidido crear un programa que llamamos "sesiones" dirigido a mejorar la capacidad global de este colectivo mediante jornadas de trabajo sobre determinadas técnicas y áreas de conocimiento, que permitan abrir o ampliar nuevos horizontes en la búsqueda de nuevas posibilidades de negocio. Estas sesiones estarán dedicadas a diferentes temas de comercialización que faciliten al sector explorar, y explotar, nuevas vías para conseguir un mejor posicionamiento de sus productos en el mercado.

Algunos ejemplos de sesiones ya realizadas con gran éxito de convocatoria y de valoración por parte de los asistentes son los siguientes: La aplicación tridimensional de logotipos en los regalos corporativos, *disseny al comerç*, Infofires ...” (CCAM, 2017a)

Una forma de promover la técnica de los artesanos es por medio de las dos modalidades de Diploma de Maestro Artesano / a en función del tipo de actividad que realicen las personas solicitantes:

Diploma de maestro artesano profesional: Esta distinción es un galardón que se otorga a aquellas personas que han hecho de su profesión un oficio artesano o un medio pedagógico para dar continuidad a uno o más oficios artesanos, y que han ejercido más de veinte años de trayectoria profesional reconocida, con dominio técnico del oficio, méritos adquiridos, docencia demostrada, maestría ejercido y aportaciones al oficio.

Diploma de maestro artesano divulgativo: Esta distinción se otorga a aquellas personas con dominio técnico de su oficio, méritos adquiridos y maestría ejercido, pese a no haber ejercido profesionalmente el oficio artesano.

- **Potenciar "artesanía moderna" con apoyo de áreas de diseño:** Los Premios de Joyería Contemporánea ENJOIA'T organizados por FAD A buscan reconocer a artesanos de la creación de joyería que hayan incorporado un diseño contemporáneo en sus creaciones.

Una forma de potenciar la artesanía moderna es por medio de los Premios ArtsFAD que buscan "estimular la creación de obras artísticas de excelencia por su concepto, calidad material y ejecución técnica. Las obras a presentar deben ser únicas, que no tengan función de uso y que revelen un gran conocimiento de oficio. Los Premios ArtsFAD forman parte del evento del FADFEST que organiza el FAD, Fomento de las Artes y del Diseño. FADFEST es la gran cita anual de los sectores del diseño y la creatividad en Barcelona." (CCAM, 2015)

---

## **CATEGORÍA 12: Internacionalización de servicios de diseño.**

El BCD en 2010 realizó un estudio sobre “La internacionalización de empresas que ofrecen servicios de diseño”. Estas fueron las principales conclusiones sobre el estudio (BCD, 2010)

“Hay un interés claro por parte de los profesionales y de las empresas que ofrecen servicios de diseño en participar en acciones internacionales, un 96% así lo afirma. El 45% de los profesionales y de las empresas ya exporta sus servicios de diseño. El 24% ha participado en acciones internacionales conjuntas con otras empresas de servicios de diseño. De éstos el 56% contó con ayuda de algún organismo frente al 44% que no tuvo ninguna ayuda.

Las acciones internacionales más destacadas son, de más a menos interés: la participación en acontecimientos internacionales (ferias, exposiciones, congresos, encuentros, etc.), la asistencia/visita a ferias internacionales, los partenariados, la acogida de misiones de otros países en Catalunya, lo que se denomina con el nombre de misiones inversas, y por último, formar parte de grupos de exportación.

De las respuestas obtenidas se desprende que el área que más interesa es la UE de los 15 países comunitarios, con un 79%. En segundo lugar y bastante igualados en cuanto a porcentaje, se encuentran Asia Pacífico, con un 47%; la UE amplia- Áreas preferentes (%) UE 15 UE ampliación Mercosur / Comunidad Andina.

En cuanto a las dificultades y/o carencias con las que se encuentran estas empresas a la hora de internacionalizarse, la que más destaca sobre el resto es la falta de ayudas y subvenciones. Las siguientes más destacadas son la falta de formación en comercio internacional y la falta de personal cualificado para temas de internacionalización.” (BCD, 2010, p. 3)

La actividad económica internacional del área de Barcelona está especialmente impulsada por la Feria, el Puerto, el Aeropuerto, el Consorcio de la Zona Franca, el Consorcio de Turismo de Barcelona, el Ayuntamiento de Barcelona y los nuevos distritos de innovación tecnológica. (Barcelona Activa & BCD Barcelona Centre de Disseny, 2015)

**Asesoría y apoyo de la internacionalización de servicios:** Algunas de las actividades de apoyo del BCD a la internacionalización son la participación en “misiones, congresos, ferias y otros acontecimientos internacionales de promoción del sector diseño, en el marco del *Programa BCN Design Export*.

Gestión de bolsa de viaje para participar en misiones empresariales internacionales.

Invitación a encuentros comerciales con delegaciones empresariales y con entidades extranjeras que visitan Barcelona para buscar oportunidades de negocio.

Asesoramiento a través de sesiones de inicio a la internacionalización, de información sobre mercados internacionales, etc.

---

Acceso a la red de contactos internacionales de BCD a más de 100 países. “  
(BCD, 2010)

**Prestar asesoría en temas de exportación:** ACCIÓ es una de las principales instituciones que presta servicio para la exportación de productos y servicios.

BCN Design Export: “Programa de internacionalización cuyo objetivo es la promoción de la marca Barcelona (productos y servicios hechos en Barcelona), de sus profesionales y de sus empresas en todo el mundo, a través de la participación en ferias, congresos, misiones y puentes empresariales, y otros eventos de promoción del mundo del diseño.

BCN Design Export cuenta con el apoyo de la Cámara de Comercio de Barcelona y el Sector de Promoción Económica del Ayuntamiento de Barcelona.

BCN Design Export está dirigido a promocionar los siguientes perfiles: Los profesionales y empresas que ofrecen servicios de diseño y las empresas productoras y editoras de diversos sectores, con fuerte orientación al diseño, principalmente orientadas al mercado *Contract*.

Entre las acciones previstas destacan las siguientes:

- Elaboración de estudios de internacionalización.
- Búsqueda de recursos por parte de entidades públicas y privadas.
- Redacción de un plan de promoción internacional.
- Calendario y programa de posibles actuaciones.

- Asesoramiento e información a los profesionales y empresas participantes.” (BCD, n.d.-a)
  
- **Exposición de la obra de diseñadores en otros países:** Hay numerosas acciones de internacionalización para exponer la obra de diseñadores en otros países, desde exponer en ferias internacionales, Bienales, galerías, etc

Como ejemplos de acciones internacionales impulsadas principalmente por el BCD, está la participación en la *Beijing Design Week 2014*, en donde Barcelona era la ciudad invitada.

La exposición '*Inspired in Barcelona*' hizo parte de la *Hong Kong Business of Design Week 2015*, esta constaba de una selección de 17 objetos de empresas referentes de Barcelona que abarcan el ámbito industrial, la moda, el hábitat o el deporte.

La exposición "*Inspired in Barcelona: In & out*" de productos catalanes del sector hábitat y en cuya organización también participó ACCIÓ, se realizó dentro del programa *Fuorisalone, en Milan*.

#### **4.1.3. Resultado Método caso Islas Baleares.**

Información sobre las Islas Baleares (ICEX, 2016a)

- Capital: Palma de Mallorca
- Población total: 1.124.744. Fuente: INE, 2014.
- Población extranjera: 224.406 Fuente: INE, 2013.

- PIB: € 26.844,7 mill. Fuente: INE, 2014.
- PIB per cápita: € 23.931 Fuente: INE, 2014.
- Exportaciones: € 952 mill. Fuente: MINECO, 2014.
- Importaciones: € 1.448 mill. Fuente: MINECO, 2014.
- IED (Stock inmovilizado material): € 3.955 mill. Fuente: MINECO, 2013.

También se analizó el Índice Europeo de Competitividad Regional RCI 2016 (European Commission, 2017), este mide “la capacidad de una región para ofrecer un entorno atractivo y sostenible para que las empresas y los residentes vivan y trabajen.”

En la tabla 4.4 se evidencian los aspectos evaluados en el RCI de las Islas Baleares. La última columna de la tabla incluye una comparativa con las 15 regiones europeas que tienen el mismo PBI per cápita. Estas son: Pays de la Loire, Leicestershire, Rutland and Northamptonshire, Friesland (NL), Midi-Pyrénées, Herefordshire, Worcestershire and Warwickshire, North Yorkshire, Drenthe, Zahodna Slovenija, Marche, Aquitaine, Haute-Normandie, Eastern Scotland, Alsace, Trier and Prov. Limburg (BE)

**Tabla 4. 4 Índice Europeo de Competitividad Regional 2016. Datos de las Islas Baleares**

<b>ISLAS BALEARES</b>	Puntuación 0-100	Clasificación	Análisis comparativo
Indice Competit. Regional 2016	32,3	200/263	*
PIB per cápita EU=28=100	96	112/263	
Etapas de desarrollo 1-5	4		
<b>ASPECTOS BÁSICOS</b>	54,2	167/263	*
Instituciones	42,8	169/263	*
Estabilidad macroeconómica	48,5	24/28	*

El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:

Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.

Infraestructura	13,5	201/263	*
Sanidad	87,7	39/263	
Educación básica	69,3	12,28	
<b>ASPECTOS EFICIENCIA</b>	41,1	222/263	*
Educación superior y continuada	44,5	240/263	*
Mercado laboral eficiente	44,8	207/263	*
Tamaño de mercado	18,5	189/263	*
<b>ASPECTOS INNOVACIÓN</b>	35,9	178/263	
Capacidad tecnológica	64,1	151/263	
Sofisticación de negocio	30,6	164/263	
Innovación	15,8	233/263	

Nota:	
Fortaleza con respecto a las 15 regiones con PIB per cápita más similar	
Ni fortaleza ni debilidad con respecto a las 15 regiones con PIB per cápita más similar	
Debilidad con respecto a las 15 regiones con PIB per cápita más similar	
Indica fortaleza o debilidad cercana al rango esperado	*

Fuente: Adaptado de las "scorecards" del Índice Europeo de Competitividad Regional RCI 2016.  
(European Commission, 2017)

### **ANÁLISIS DEL SISTEMA DISEÑO DE ISLAS BALEARES.**

Según datos del 2010, las Islas Baleares ocupaban el último lugar (17) en el ranking de comunidades autónomas, tanto por el peso que tiene el sector primario dentro del PIB insular (1%), como por el peso que tienen la industria y la energía (5.8%). Así mismo, el peso que tiene la construcción en el PBI de Baleares (el 8,3%) sitúa a la comunidad en la antepenúltima posición del ranking (15). El sector de servicios en el PIB de las Islas Baleares está por encima del 80%. (Govern Illes Balears, 2014, p. 41).

---

En la figura 4.22 se evidencia la especialización económica de las Islas Baleares.

**Figura 4. 22 Especialización económica de las Islas Baleares.**

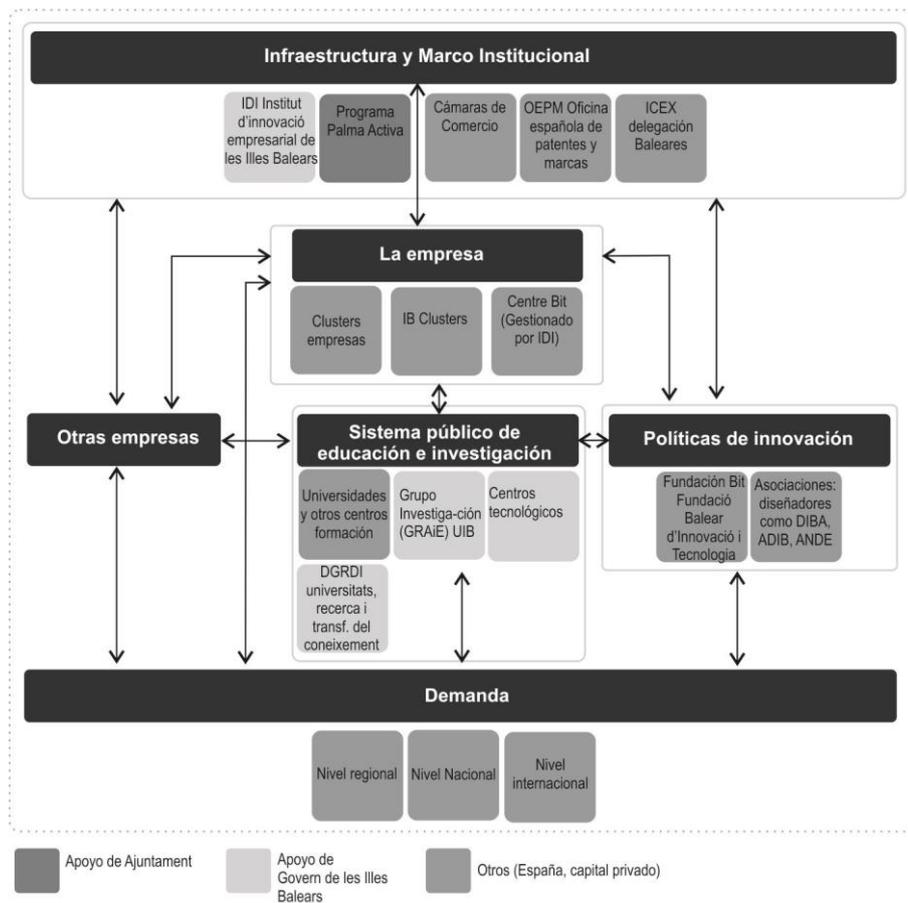


Fuente: Tomado de (Govern Illes Balears, 2014, p. 40)

Las Islas Baleares necesitan reforzar sus estrategias de innovación y diseño para fortalecer y diferenciarse en los sectores de especialización, sus estrategias deben estar más diversificadas y no centrarse tanto en el sector servicios. Faltan agentes de diseño más visibles y articular los existentes.

En la figura 4.23 se evidencian los agentes que participan del sistema diseño/innovación, y que fueron detectados en este caso de estudio. Estos fueron incorporados en el gráfico del Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo para visualizar el sistema innovación y diseño en las Islas Baleares de una forma global.

Figura 4. 23 Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo relacionados con los agentes del sistema diseño identificados en las Islas Baleares.



Fuente: Elaboración propia

---

## CATEGORÍA 1: Apoyo gobierno e instituciones

Se percibe apoyo del Gobierno a los diferentes agentes identificados, pero al sistema diseño le falta densidad y actuación. El diseño aún no se considera un activo estratégico del tejido industrial, y solo en unos casos lo es la innovación.

El IDI *Institut d'Innovació empresarial* de les Illes Balears es un agente clave en el sistema innovación, destaca su asesoría a empresas, jornadas de capacitación, sus estrategias de internacionalización y su papel fundamental en el Centre Bit que presta servicios al tejido empresarial y emprendedor. Las Islas Baleares necesitan tener un centro de referencia para la promoción y apoyo al diseño. Si el IDI es quién actualmente tiene estas competencias debe especificarlo más claramente para que transmita que el diseño hace parte de su ADN.

IBClusters es una asociación sin ánimo de lucro, y aunque está centrada en innovación sin considerar explícitamente el diseño, “trabaja para potenciar el alcance y la financiación de proyectos innovadores con sello insular, tanto a nivel local como internacional, compuesta por el Clúster Audiovisual de las Illes Balears (CLAB), el Clúster de Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicadas al Turismo (Turistec), el Clúster Biotecnológico y Biomédico de las Illes Balears (BIOIB), el Clúster de Innovación Tecnológica en Turismo (Balears.t), la Universitat de les Illes Balears (UIB) y la Cámara de Comercio de Mallorca.”(Cambra de Comerç Mallorca, n.d.)

Unidades de Análisis:

- **Fomentar la incorporación del diseño en las empresas por medio de estímulos. Especialmente Pymes:** En la página web del *Institut d'innovació*

*Empresarial de les Illes Balears* IDI, se ofrece un servicio personalizado para las empresas de asesoría en diseño. Este programa al que denominan "Impulso al diseño" está "orientado a demostrar la eficacia y la rentabilidad del diseño como factor de éxito dentro de la estrategia empresarial, así como a fomentar el trabajo conjunto entre diseñadores y empresarios. Nuestro apoyo consiste en: Analizar junto con la empresa su situación general en materia de diseño, o bien de proyectos específicos, realizando un asesoramiento de cada caso concreto; acompañar al empresario en la búsqueda del diseñador o el estudio de diseño más adecuado para llevar adelante su proyecto empresarial y ofrecer un seguimiento integral del proyecto por parte de los técnicos de diseño del IDI" (IDI, n.d.)

- **Incentivos económicos para el fortalecimiento de I+D en empresas:** No hay constancia de que se lleve a cabo de forma regular.
- **Incentivos para que Pymes y empresas más grandes realicen proyectos innovadores:** No hay constancia de que se lleve a cabo este objetivo estratégico.
- **Ayuda económica a multinacionales para que establezcan departamentos de I+D en el país:** No hay constancia de que se lleve a cabo este objetivo estratégico.
- **Uso de diseño para resolver necesidades del sector público:** Se encontraron registros de conferencias informativas del programa CPI Compra Pública Innovadora. No se menciona el término diseño.

---

El nombre de las jornadas es: “Jornada compra pública innovadora. Fomento de la innovación desde la demanda”. Este proyecto está cofinanciado con fondos europeos FEDER. (Govern Illes Balears, 2017b)

## **CATEGORÍA 2: Sensibilización y educación de empresas en temas de diseño.**

Se detecta una carencia grande en sensibilización en temas de diseño para empresas. No hay una institución que se encargue de esta función.

Unidades de análisis:

- **Ofrecer talleres de formación en diseño para empresas:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico. Lo más similar es el programa de “impulso al diseño” descrito en la categoría anterior, pero solo se tiene constancia de su desempeño por publicaciones hechas en 2009.
- **Creación de herramientas adecuadas para la conexión pymes-diseñadores:** El IDI tiene un programa llamado *Borsa de Col.laboradors*, que busca fortalecer los comercios y ayuntamiento por medio del contacto con servicios especializados en: Diseño de interiores, diseño de producto, embalaje, diseño gráfico, diseño de proyectos web, creativos, arquitectos, especialistas en marketing, iluminación, entre otros. Además de consultorías para la mejora en la gestión y el diseño del punto de venta. (IDI, 2017)
- **Libros, manuales y guías para ayudar a la empresa en la incorporación de diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.

## **CATEGORÍA 3: Sensibilización y promoción del diseño**

Al igual que en la promoción de diseño hacia las empresas, también se detecta una carencia de promoción de las diferentes disciplinas del diseño.

El diseño de modas es el que tiene más repercusión, y que tiene un sector más establecido,

- **Publicaciones de boletines que informen sobre diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
- **Publicaciones periódicas que informen sobre el resultado económico de las empresas con la implementación del diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
- **Publicación de revistas especializadas en diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
- **Premios de diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
- **Exposición de proyectos de diseño:** Este tipo de exposiciones se realizan normalmente con el apoyo de universidades como EASD Illes Balears-
- **Incentivar la participación en ferias especializadas:** Esto se da principalmente con la moda AdLib (moda típica ibicenca), que participa en diferentes ferias de moda a nivel mundial. (Diario de Ibiza, 2017)
- **Establecer una red de centros que tengan espacio para exposiciones, seminarios, entidades profesionales, incubadora de negocios, oficina de servicios, etc.:** No se detectó la existencia de esta red.
- **Campana en diferentes medios para promocionar las ventajas del diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
- **Programas de televisión que promocionen el diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.

- 
- **Educación básica en diseño a los niños desde el colegio. Los profesores deberán recibir formación en diseño previamente:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
  - **Capacitaciones o páginas Web del centro de promoción de diseño con material educativo para que los profesores usen en los colegios para sensibilizar a los alumnos en diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
  - **Creación de Día o Semana Internacional del Diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
  - **Promoción en asociaciones de consumidores:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
  - **Creación de un centro de promoción de diseño:** No existe un centro de promoción del diseño.
  - **Impartir cursos en diseño para estudiantes de ingenierías y comercio:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
  - **Museo de diseño o galería:** No se encontró un museo especializado en diseño.

#### **CATEGORÍA 4: Fortalecer la educación de los diseñadores**

En la disciplina del diseño que se ven más acciones de formación de diseñadores es en el diseño de moda. Esto puede deberse a que la moda y el calzado son sectores estratégicos dentro de la economía de las Islas Baleares.

Un ejemplo de acción para fortalecer la educación de los diseñadores de moda:

Los estudiantes de segundo, tercero y cuarto curso de Diseño de Moda *de La Escola d'Art i Superior de les Illes Balears* EASD asistieron a varios desfiles durante la

Semana de la Moda de París (hombre), organizadas por la *Fédération Française de la Couture du Prêt-à-Porter des Couturiers and Créateurs de Mode* “También hemos aprovechado la estancia en París para buscar inspiración en las próximas colecciones al visitar tiendas como Colette, Chanel o Galerías Lafayette; edificios emblemáticos como les Invalides, la Tour Eiffel, el Centro Georges Pompidou, Notre-Dame, la *Basilique du Sacré Cour* o el Arco de Triunfo; museos como *Les Arts Décoratives*, *Musée de Cluny* o *Musée Galliera*; o comprando teles en Montmartre.” (La Escola d’Art i Superior de Disseny de les Illes Balears, 2017b)

Unidades de análisis:

- **Impartir asignaturas multidisciplinarias sobre temas importantes para las empresas (marketing, económicas, producción, etc.):** Este objetivo estratégico depende de cada universidad y no hace parte de ninguna política de diseño.
- **Incluir liderazgo en negocios / emprendimiento en planes de estudio:** Este objetivo estratégico depende de cada universidad y no hace parte de ninguna política de diseño.
- **Becas y convenios para educación en el exterior:** A nivel de Comunidad Europea está el programa Erasmus +.

“Erasmus+ es el programa europeo en los ámbitos de la educación, la formación, la juventud y el deporte para el periodo 2014-2020. Es un programa único que trata de impulsar las perspectivas laborales y el desarrollo perso-

---

nal, además de ayudar a nuestros sistemas de educación, formación y juventud a proporcionar una enseñanza y un aprendizaje que doten a las personas de las capacidades necesarias para el mercado laboral y la sociedad actual y futura”. (Ministerio de Educación Cultura y Deporte, n.d.)

- **Facilitar educación continuada de diseñadores:** Las diferentes universidades ofrecen un amplio abanico de programas de especialización, másters y doctorados.

**Fomentar la relación Universidad-Empresa: Esto se lleva a cabo a nivel específico dentro de cada universidad:** Por ejemplo, la EASD, “lleva realizando proyectos de colaboración con entidades públicas y privadas desde el año 2001. Es en el año 2012 cuando la escuela comienza a firmar acuerdos de colaboración para formalizar su desarrollo. El objetivo de los acuerdos es facilitar las relaciones entre el entorno docente y el mundo real mediante la realización de proyectos específicos. El desarrollo de estos proyectos sirve, por un lado, a los estudiantes para alcanzar objetivos de aprendizaje y crear redes de relaciones, y a las entidades para dar soluciones a algunas cuestiones, así como compartir su conocimiento y contar con la participación de gente joven. Los acuerdos establecen un marco de relaciones entre la escuela y la entidad y van siempre acompañados de un protocolo que desarrolla la relación y fundamentan un vínculo entre las personas responsables de llevar a cabo el objetivo del acuerdo.

- **Fomentar la relación entre centros educativos:** Hay ejemplos de cooperación como es el caso de *'Històries de vida polièdriques'*, “un proyecto interdisciplinar (música, artes plásticas y visuales, literatura, diseño gráfico), desarrollado conjuntamente por la UIB y la EASD Illes Balears, en torno a

un hilo conductor común: las historias de vida. Se trata de un proyecto de innovación docente e investigación educativa, que utiliza la metodología de aprendizaje basado en proyectos, para indagar sobre los aspectos didácticos de las historias de vida y su potencial para trabajar las emociones en el aula” (La Escola d’Art i Superior de Disseny de les Illes Balears, 2017a)

### **CATEGORÍA 5: Apoyo de centros tecnológicos y universidades**

Actualmente las Islas Baleares cuentan con los siguientes centros tecnológicos:

- ITEB - instituto Tecnológico de Bisutería: Fue constituido por iniciativa del colectivo de fabricantes y tiene sede en Mahón. Promueve iniciativas de diversa índole orientadas a facilitar la mejora tecnológica de la industria de la bisutería, y tiene cuatro departamentos: laboratorio de ensayos, medio ambiente, CAD-CAM y formación.
- Centro Microsoft de Innovación: Nexo entre el sector turístico, las empresas de tecnología, los emprendedores y universitarios, para contribuir a la mejora de la productividad mediante de las nuevas tecnologías.
- Fundación iBit: Es una fundación pública del Gobierno de las Islas, registrada como centro de innovación y tecnología. Está dedicada al análisis, el desarrollo y la promoción de las nuevas tecnologías de la información en las Islas Baleares.
- INESCOP - instituto Tecnológico del Calzado y Conexas
- CETEBAL - Centro Tecnológico Balear de la Madera
- AEMET - Agencia Estatal de Meteorología

- 
- Centro de Investigación y Fomento de la Calidad de PYME Menorca
  - TurisLAB (Govern Illes Balears, n.d.-c)

Unidades de análisis:

- **Creación de laboratorios para validación de producto, de prototipos, etc.:** Se encontraron algunos centros de creación y materialización de proyectos de diseño. Estos tienen un carácter privado.

FABLAB PALMA: este es un espacio de creación y materialización de ideas, en donde se trabaja con 3D print, CNC, láser, tecnologías Open Source. Lo forman, Bruno Fernández, diseñador de producto y especialista en 3D y Álvaro Rodríguez, que lleva la parte de ingeniería y mecánica.

ARTIK CENTER es una iniciativa de los creadores de Fab-Lab Palma y Komposit Studio. Incluye 150 m<sup>2</sup> de taller con servicio de impresión 3D , plató para producción de proyectos audiovisuales, aula para conferencias y espacio para coworking.( <http://artikcenter.com/>)

ARTIFEX: Artifex Balear es una asociación sin ánimo de lucro creada en 2002, y declarada de utilidad pública desde 2008. Dedicada a la recuperación e innovación de los oficios y artes de la construcción, la permacultura y la tecnología apropiada. “En Artifex pretendemos básicamente lo mismo que un FAB LAB, pero con un enfoque de tecnología apropiada en lugar de *high-tech*, buscando crear un espacio en donde se pueda venir a aprender a construir con materiales locales, escultura clásica, cantería o mosaicos por un lado, y por el otro, aportar un valor añadido a quienes tienen un proyecto en

mente pero precisan de apoyo puntual en algunas fases, como por ejemplo, en la construcción de una bóveda o en el diseño de un mosaico.” (Artifex Balear .ORG, n.d.)

**Estrechar la relación centros tecnológicos – industrias:** La Factoría de Innovación de Baleares (FDI) es un centro de alto rendimiento dedicado al desarrollo del potencial innovador de las empresas. “El principal objetivo del Centro es la reactivación de diferentes sectores económicos, así como facilitar herramientas útiles para que empresarios y emprendedores mejoren la competitividad de sus empresas a partir de la innovación. El proyecto, promovido por la Escuela de Organización Industrial (EOI) y la Consejería de Economía y Competitividad de la Comunidad Autónoma de Las Islas Baleares, tiene como objetivo posicionar la Factoría de la Innovación como un punto de referencia en el que pymes y emprendedores, ofreciéndoles servicios de asesoramiento y consultoría en temas relacionados con la gestión e innovación, aumentar su potencial creativo e innovador para que sean capaces de desarrollar sus ideas, y captar nuevos socios.” (Balears, n.d.)

Uno de los principales agentes en la integración centros tecnológicos que favorezcan la innovación y empresas es la *Fundació Balears d'Innovació i Tecnologia* BIT. Este es “el instrumento del Gobierno de las Islas Baleares encargado de ejecutar las estrategias de I+D+I intermediando el fomento de las nuevas tecnologías y del espíritu emprendedor de base tecnológica. La nueva Fundación BIT contempla una estructura de partida organizada entorno a dos grandes departamentos: Infraestructuras (ParcBit) y Sistemas y Proyectos (Fundación Bit) que aglutina las antiguas áreas de sistemas y de

---

proyectos de la Fundación IBIT (administración electrónica, turismo y sanidad y cibernocietat) y de Bitel, así como la Unidad de Innovación de ParcBIT”(Govern Illes Balears, n.d.-a)

- **Creación de programas para promover el acercamiento / cooperación Universidades-Empresas:** Cada universidad tiene sus propios programas de acercamiento a las empresas. No se detectó un programa promovido por el gobierno para conseguir este objetivo estratégico.
- **Creación de redes de parques tecnológicos y centros expertise para empresas innovadoras tecnología y diseño:** El principal parque de Innovación tecnológica es el ParcBit, un proyecto impulsado por el Govern de les Illes Balears. No hay constancia de
- **Relaciones entre incubadoras empresas / centros de emprendimiento con Pymes:** Este objetivo estratégico se lleva a cabo principalmente gracias a la Incubadora de empresas de base tecnológica del ParcBit, que tiene como objetivo “fomentar el espíritu emprendedor en las Illes Balears, por medio de asesoramiento empresarial, tecnológico y financiero. Se ha ampliado el alcance en Menorca e Ibiza, se ha puesto en marcha una incubadora virtual para las empresas que no se encuentran físicamente en los módulos de incubación.” (Govern Illes Balears, n.d.-b)

### **CATEGORÍA 6: Fortalecer la investigación**

En el año 2010, la Universitat de les Illes Balears (UIB) ejecutaba el 50% del gasto científico en las Islas Baleares, y aportaba el 67% de los investigadores.(Govern Illes Balears, 2014, p. 60)

Aunque no es específica para investigaciones centradas en diseño, actualmente hay una convocatoria abierta, por la cual se ofrecen ayudas para llevar a cabo acciones especiales de investigación y desarrollo 2017-2019. Las acciones especiales de R D están destinadas a cubrir los objetivos científicos que requieren alguna actuación concreta, de interés y relevancia especial para la actividad investigadora que se desarrolle en el sistema de ciencia, tecnología e innovación de las Islas Baleares. La convocatoria presenta cinco líneas de financiación;

- Línea A: actuaciones de preparación de propuestas para la participación de equipos de investigación en proyectos internacionales, en especial en el programa «Horizonte 2020».
  - Línea B: acciones concretas de política científico-tecnológica que presenten una urgencia o un interés especiales o que ayuden a complementar y consolidar proyectos competitivos de investigación.
  - Línea C: actuaciones de colaboración entre grupos de investigación de carácter científico-técnico (redes, grupos interdisciplinarios, agendas, etc.).
  - Línea D: actividades de difusión y explotación de los resultados del R D I, e) Línea E: actuaciones de reforzamiento de las necesidades en equipos tecnológicos e infraestructura destinados a la investigación, f) Línea F: organización de congresos, seminarios, jornadas y, en general, reuniones de temática científica y tecnológica. (Govern Illes Balears, 2017a)
- 
- **Impulsar e incentivar la investigación en diseño:** El principal grupo de investigación en diseño es el Grupo de Investigación en Arte y Educación

---

(GRAiE) UIB, en este colaboran la Universitat de les Illes Balears y la EASD Illes Balears.

Otro grupo de *La Escola d'Art i Superior de Disseny de les Illes Balears* es el Aprendizaje-Servicio (ApS) que comenzó en 2009. “Es una línea de investigación consolidada en el centro y con más proyección fuera de él, para que la enseñanza del diseño permite la implementación de proyectos

El ApS es una forma innovadora de entender la educación, conocer las necesidades reales de un colectivo y transformar el entorno. Los proyectos ApS combinan simultáneamente, de manera holística y en un único proyecto educativo integrado, el aprendizaje académico, el servicio a la comunidad y la práctica reflexiva. Se trata, pues, de una práctica organizada, participativa y con utilidad social.

Finalmente, las entidades sociales que impulsan el proyecto reciben la ayuda que necesitan para alcanzar sus fines sociales y difundir los valores que defienden, con lo que todos ganamos participando en proyectos de Aprendizaje-Servicio. Este proyecto está cofinanciado en un 50% por la Unión Europea, con cargo al programa Operativo FEDER 2014-2020 de las Islas Baleares.” (La Escola d'Art i Superior de Disseny de les Illes Balears, n.d.)

- **Difundir resultados de investigaciones en publicaciones y en bancos de datos:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
- **Fomentar desarrollo de proyectos que sean el resultado de investigaciones en colaboración con Universidades y Empresas:** Uno de los agentes

que promueve este tipo de proyectos es el grupo de investigación en diseño Aprendizaje-Servicio (ApS).

- **Estímulos para creación de grupos de investigación en diseño:** No se tiene constancia de estímulos para la creación o la participación en grupos en investigación en diseño.
- **Superar el nivel de investigación para hacer un uso experto del diseño en el desarrollo corporativo de productos:** No se encontró evidencia de cómo se lleva a cabo este objetivo estratégico.
- **Bibliotecas especializadas en diseño:** Cada centro de formación en diseño tiene su propia biblioteca especializada.
- **Creación de centros especializados en investigación en diseño:** No se encontró evidencia.
- **Creación de un centro de investigación interdisciplinario que se complementará con incubadoras de empresas:** No se encontró evidencia.

#### **CATEGORÍA 7: Consultoría a empresas**

Unidades de análisis:

- **Consultoría a empresas para mejorar su implementación de diseño:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.
- **Consultoría a diseñadores que necesiten apoyo como empresarios:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.

- 
- **Asesorar a las empresas en la incorporación de un Design Manager:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.

#### **CATEGORÍA 8: Protección intelectual y patentes.**

Las iniciativas sobre difusión de protección intelectual, de la propiedad industrial y patentes llevadas a cabo por instituciones públicas se evidencian a nivel España.

Por medio de su página web ofrecen información sobre los diferentes conceptos, así como acceso a diferentes bases de datos.

- **Ofrecer formación en protección intelectual desde carreras de grado:** No se encontraron evidencias de este objetivo estratégico a nivel de Comunidad Valenciana.

A nivel España por medio de la Oficina Española de Patentes y Marcas se ofrece formación a los profesores para que puedan educar sobre este tema. Hay varios enlaces informativos.

- **Agencia que proporcione asesoría a las pymes sobre propiedad intelectual gratuitamente además de conferencias y jornadas:** A través de la oficina Española de Patentes y Marcas OEPM del Ministerio de Industria, Energía y Turismo se ofrece información sobre registro de patentes, nombres y marcas, propiedad intelectual, además del acceso a diferentes bases de datos de diseños. Esta Web, además cuenta con tres apartados que tienen como objetivo formar en patentes, estos son: Cómo proteger tus ideas, centro del profesor y centro de apoyo a la pyme.

- **Apoyar las patentes generadas desde la academia, para que puedan ser explotadas en colaboración con la Industria:** No se encontró evidencia
- **Desarrollar herramientas con interfaz de uso "amigables" para que las pymes se relacionen con información de protección intelectual:** Dentro del programa de internacionalización de las Islas Baleares se ofrecen conferencias para informar sobre la importancia del registro de marca y sobre propiedad intelectual. Por medio de este ciclo de conferencias, en donde cada sesión se dirige a un sector de la economía diferente, se busca resolver dudas sobre el proceso de internacionalización de una forma segura. Están organizadas por el ICEX, el *Govern de les Illes Balears*, el IDI, *FundacióBIT*, y las Cámaras de comercio de Menorca, Mallorca e Ibiza y Formentera. (ICEX Balears, n.d.)
- **Asesoría para que diseñadores puedan patentar sus diseños:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.

#### **CATEGORÍA 9: Asociaciones de profesionales de diseño.**

En las páginas Web de las asociaciones ADIB y DIBA no se ofrece ningún servicio adicional, como noticias del sector, cursos de formación o un directorios de profesionales del diseño. No queda claro qué tipo de apoyo prestan estas asociaciones a sus asociados.

- **Promover la agrupación de profesionales de diferentes áreas del diseño:** Las siguientes son las principales asociaciones de profesionales en diferentes disciplinas del diseño:

---

Diba: *Dissenyadors de les Illes Balears associats*. (<http://www.iba-com.es/diba/>)

AD IB: Asociación de diseñadores de las islas baleares (<http://www.ad-ib.com/>)

ANDE BALEARS: Asociación de nuevos y jóvenes diseñadores españoles  
*Associació Moda Catalunya i Balears*: “Somos una institución sin ánimo de lucro que nace el 2007 de la mano de Miriam Victoria, con el objetivo de representar los intereses de empresas y particulares que desarrollan su actividad empresarial o lúdica dentro del sector de la moda, velando por la promoción, desarrollo y crecimiento de proveedores liberales que se relacionan con la moda. Un espacio de actuación local que se expande en beneficio global y conecta con otras instituciones y empresas a nivel nacional e internacional para crear una auténtica red de *networking*, y así unir fuerzas para unos resultados más eficientes.” (Associació Moda Catalunya i Balears, n.d.)

- **Fortalecer las industrias creativas por medio de la creación de distritos en los que se agrupen pequeños negocios:** No hay una evidencia de que haya una estrategia de fortalecimiento de distritos que agrupen industrias creativas.
- **Participación de asociaciones de diseñadores en diferentes proyectos y organización de redes de investigación en centros educativos:** No se encontró evidencia de este objetivo estratégico.

#### **CATEGORÍA 10: Creación de marca de país o de región.**

- **Posibilidad de creación de marca con la marca del país o región:** No hay una marca promovida por entidades públicas que promocióne el diseño de las Islas Baleares.

#### **CATEGORÍA 11: Incluir artesanías en el plan de diseño.**

En las Islas Baleares el tema artesanía está a cargo de cuatro entidades diferentes:

- *Consell de Mallorca:* Vicepresidencia de Cultura, *Patrimoni i Esports*. Sección de Artesanía
- *Consell Insular de Menorca:* *Departament d'Economia, Medi Ambient i Caça*. Servicio de Artesanía
- *Consell d'Eivissa:* *Departament de Treball, Comerç, Indústria i Noves Tecnologies*, *Departament d'Indústria*
- *Consell de Formentera:* *Conselleria de Turisme, Comerç i Mobilitat*. Área de Comerç

**Certificación de productos que evidencien una "herencia cultural" del país:** Menorca: Cuentan con un sello de garantía de Artesanía de Menorca. Esta marca es propiedad del gobierno insular. El objetivo de esta marca es identificar la artesanía que se fabrica en la isla y a los artesanos profesionales que merecen representar a Menorca.

---

**Preparación de artesanos en diferentes campos profesionales (materiales, producción, empresa):** Esto se lleva a cabo en cada una de las cuatro entidades.

- **Financiar becas para que los artesanos puedan tener formación internacional:** No se encontró evidencia-
- **Favorecer la exportación de artesanías:** Esto se lleva a cabo por medio de alianzas entre cámaras de comercio, ICEX y Govern de les Illes Balears.

**Formación técnica en artesanías:** Esto se lleva a cabo en cada una de las cuatro entidades.

- **Potenciar "artesanía moderna" con apoyo de áreas de diseño:** No se encuentra de forma muy evidente.

#### **CATEGORÍA 12: Internacionalización de servicios de diseño.**

El tema de internacionalización se lleva a cabo por medio de una sinergia entre diferentes entidades, como las Cámaras de Comercio, ICEX delegación Baleares, el Govern de les Illes Balears.

Unidades de análisis:

- **Asesoría y apoyo de la internacionalización de servicios de diseño:** No hay evidencia de que haya una entidad especializada en la internacionalización de servicios de diseño.
- Prestar asesoría en temas de exportación:

- **Asesoría y apoyo de la internacionalización de servicios de diseño:** No hay evidencia de que haya una entidad especializada en la internacionalización de servicios de diseño.
- **Prestar asesoría en temas de exportación:** Esto se lleva a cabo por medio del ICEX Baleares y las Cámaras de Comercio.

**Exposición de la obra de diseñadores en otros países:** Esto se da principalmente con la moda AdLib (moda típica ibicenca), que participa en diferentes ferias de moda a nivel mundial. (Diario de Ibiza, 2017).

## 4.2. Definición de prioridades para la caracterización de un modelo de sistema diseño para el EURAM

### 4.2.1. Herramientas comparativas para los sistemas de diseño del EURAM

#### *Español*

Para comenzar, se realizó una comparativa entre los sistemas de diseño del EURAM estudiados, por medio de la elaboración de matrices de análisis que habían sido anteriormente utilizadas para comparar diferentes políticas de diseño europeas (ver apartado 3.3.10).

La información para estas matrices fue obtenida mediante el método de investigación cualitativa caso múltiple, realizado para la Comunidad Valenciana, Cataluña y las Islas Baleares.

**Tabla 4. 5 Matriz de análisis de la categoría “apoyo de gobierno e instituciones” en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares**

<i>Matriz de análisis de la categoría “APOYO DE GOBIERNO E INSTITUCIONES”</i>			
<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	C.V	Cataluña	I. Baleares
Fomentar la incorporación del diseño a las empresas por medio de estímulos. Especialmente Pymes		x	x
Incentivos económicos para fortalecimiento de I+D en empresas		x	
Ayuda económica a multinacionales para que se establezcan departamentos de I+D en el país.		x	
Uso de diseño para resolver necesidades del sector público	x	x	
Incentivos para que Pymes y empresas más grandes realicen proyectos innovadores.		x	

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:  
Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4. 6 Matriz de análisis de la categoría "sensibilización y educación de empresas en temas de diseño" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares**

<i>Matriz de análisis de la categoría "SENSIBILIZACIÓN Y EDUCACIÓN DE EMPRESAS EN TEMAS DE DISEÑO"</i>			
<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	C.V	Cataluña	I. Baleares
Ofrecer talleres de formación en diseño para empresas		X	
Creación de herramientas adecuadas para la conexión pymes-diseñadores	X	X	X
Libros, manuales y guías para ayudar a la empresa en la incorporación de diseño		X	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4. 7 Matriz de análisis de la categoría "fortalecer educación de diseñadores" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares**

<i>Matriz de análisis de la categoría "FORTALECER EDUCACIÓN DE DISEÑADORES".</i>			
<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	C.V	Cataluña	I. Baleares
Impartir asignaturas multidisciplinares sobre temas importantes para las empresas (marketing, económicas, producción, etc.)		X	
Incluir liderazgo en negocios / emprendimiento en planes de estudio	X		
Becas y convenios para educación en el exterior.	X	X	X
Facilitar educación continuada de diseñadores	X	X	X
Fomentar la relación Universidad-Empresa	X	X	X
Fomentar la relación entre centros educativos			X

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4. 8 Matriz de análisis de la categoría "apoyo centros tecnológicos y universidades" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares**

<i>Matriz de análisis de la categoría "APOYO CENTROS TECNOLÓGICOS Y UNIVERSIDADES"</i>			
<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	C.V	Cataluña	I. Baleares
Creación de laboratorios para validación de producto, de prototipos, etc.	x	x	x
Estrechar la relación centros tecnológicos - Industrias	x	x	x
Creación de programas para promover el acercamiento / cooperación Universidades-Empresas		x	
Creación de redes de parques tecnológicos y centros expertise para empresas innovadoras tecnología y diseño.		x	x
Relaciones entre incubadoras empresas / centros de emprendimiento con Pymes	x	x	x

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4. 9 Matriz de análisis de la categoría "fortalecer investigación" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares**

<i>Matriz de análisis de la categoría "FORTALECER INVESTIGACIÓN"</i>			
<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	C.V	Cataluña	I. Baleares
Impulsar e incentivar la investigación en diseño			
Difundir resultados de investigaciones en publicaciones y en bancos de datos	x	x	
Fomentar desarrollo de proyectos que sean el resultado de investigaciones en colaboración con Universidades y Empresas.		x	x

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:*

*Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

Estímulos para creación de grupos de investigación en diseño			
Superar el nivel de investigación para hacer un uso experto del diseño en el desarrollo corporativo de productos			
Bibliotecas especializadas en diseño		x	
Creación de centros especializados en investigación en diseño		x	
Creación de un centro de investigación interdisciplinario que se complementará con incubadoras de empresas			

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4. 10 Matriz de análisis de la categoría "consultoría a empresas" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares**

<i>Matriz de análisis de la categoría "CONSULTORÍA A EMPRESAS"</i>			
<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	C.V	Cataluña	I.Baleares
Consultoría a empresas para mejorar su implementación de diseño		x	
Consultoría a diseñadores que necesiten apoyo como empresarios		x	
Asesorar a las empresas en la incorporación de un Design Manager		x	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4. 11 Matriz de análisis de la categoría "protección intelectual" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares**

<i>Matriz de análisis de la categoría "PROTECCIÓN INTELECTUAL"</i>			
<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	C.V	Cataluña	I. Baleares
Ofrecer formación en protección intelectual desde carreras de grado			
Agencia que proporcione asesoría a las pymes sobre propiedad intelectual gratuitamente además de conferencias y jornadas.	x	x	x
Apoyar las patentes generadas desde la academia, para que puedan ser explotadas en colaboración con la Industria	x		
Desarrollar herramientas con interfaz de uso "amigables" para que las pymes se relacionen con información de protección intelectual.			
Asesoría para que diseñadores puedan patentar sus diseños		x	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4. 12 Matriz de análisis de la categoría "asociaciones de profesionales del diseño" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares**

<i>Matriz de análisis de la categoría "ASOCIACIONES DE PROFESIONALES DEL DISEÑO"</i>			
<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	C.V	Cataluña	I. Baleares
Promover la agrupación de profesionales de diferentes áreas del diseño	x	x	x
Fortalecer las industrias creativas por medio de la creación de distritos en los que se agrupen pequeños negocios	x	x	

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:*

*Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

Participación de asociaciones de diseñadores en diferentes proyectos y organización de redes de investigación en centros educativos.	x		
--	---	--	--

Fuente: Elaboración propia

***Matriz de análisis de la categoría "incluir artesanías en el plan de diseño" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares***

<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	<b>C.V</b>	<b>Cataluña</b>	<b>I. Baleares</b>
Certificación de productos que evidencien una "herencia cultural" del país.	x	x	x
Preparación de artesanos en diferentes campos profesionales (materiales, producción, empresa)	x	x	x
Financiar becas para que los artesanos puedan tener formación internacional			
Favorecer la exportación de artesanías	x	x	x
Formación técnica en artesanías.	x	x	x
Potenciar "artesanía moderna" con apoyo de áreas de diseño	x	x	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4. 13 Matriz de análisis de la categoría "internacionalización de servicios de diseño" en la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares**

<i>Matriz de análisis de la categoría "INTERNACIONALIZACIÓN DE SERVICIOS DE DISEÑO"</i>			
<b>Estrategias (Unidades de análisis)</b>	C.V	Cataluña	I.Baleares
Asesoría y apoyo de la internacionalización de servicios		x	
Prestar asesoría en temas de exportación	x	x	x
Exposición de la obra de diseñadores en otros países	x	x	x

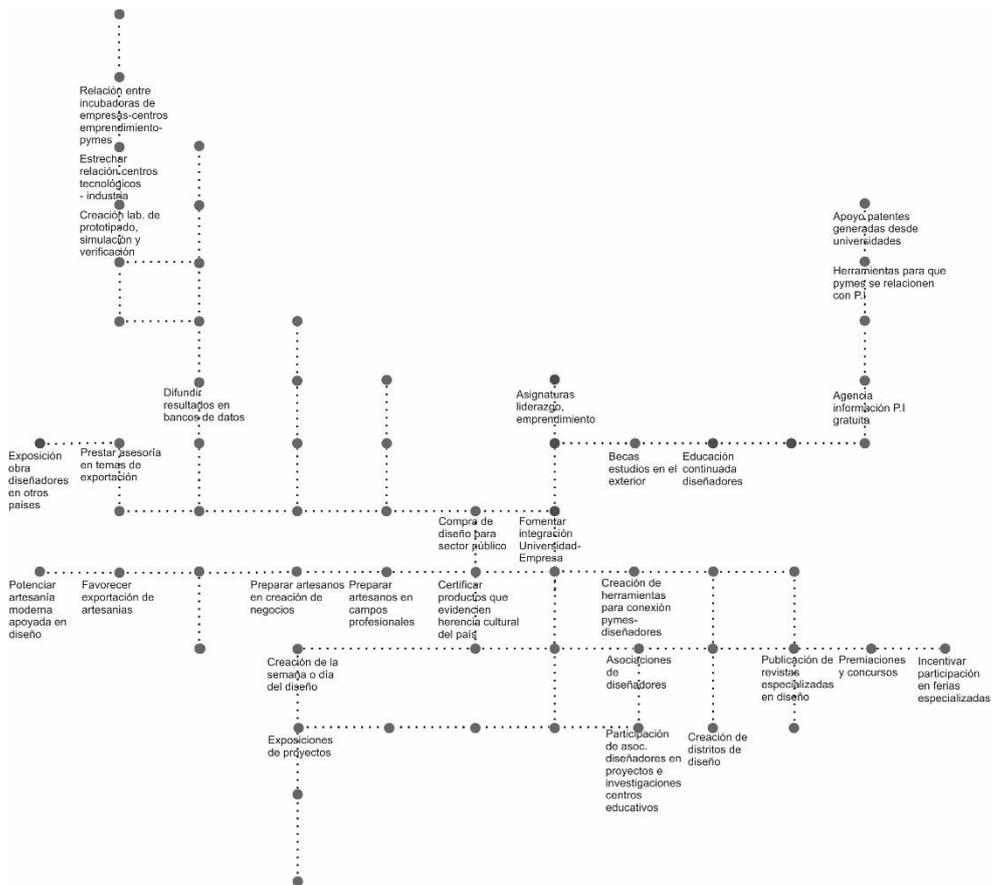
Fuente: Elaboración propia

Una vez identificadas las estrategias (unidades de análisis) que se llevan a cabo en cada uno de los sistemas, se procedió a la elaboración de una red de relaciones o mapa conceptual. Esta metodología fue previamente utilizada como herramienta de esta investigación para comparar diferentes políticas de diseño europeas (ver apartado 3.3.10)

Esta red de relaciones permitirá observar la densidad percibida de cada uno de los sistemas diseño. Es importante recordar, que en una política de diseño con años de trayectoria y que está bien integrada dentro del sistema diseño-innovación del país, como es el caso de Reino Unido o Finlandia, por ejemplo, tendrá implementadas una mayor cantidad de estrategias (unidades de análisis) por lo que visualmente el mapa de concepto se verá más denso.

En la figura 4.24 pueden observarse las estrategias que fueron detectadas en el sistema diseño de la Comunidad Valenciana.

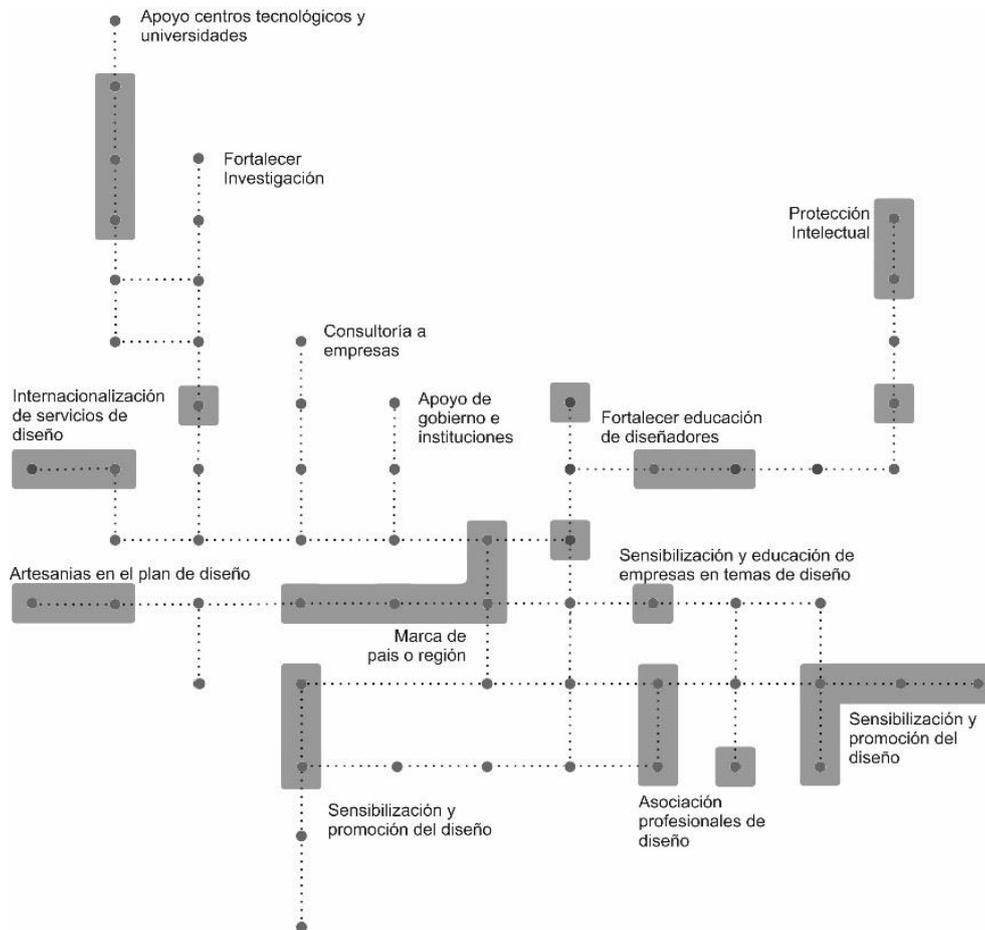
**Figura 4. 24 Red o mapa conceptual que incluye las estrategias (unidades de análisis) identificadas en el sistema diseño de la Comunidad Valenciana.**



Fuente: Elaboración propia.

En la figura 4.25 puede verse el sistema diseño de la Comunidad Valenciana de una forma más esquemática, en la que cada estrategia se representa por un cuadro de color gris.

**Figura 4. 25 Red o mapa conceptual que representa con puntos las estrategias identificadas en las políticas de diseño analizadas. Las estrategias detectadas en el sistema diseño de la Comunidad Valenciana, están marcadas de color gris.**



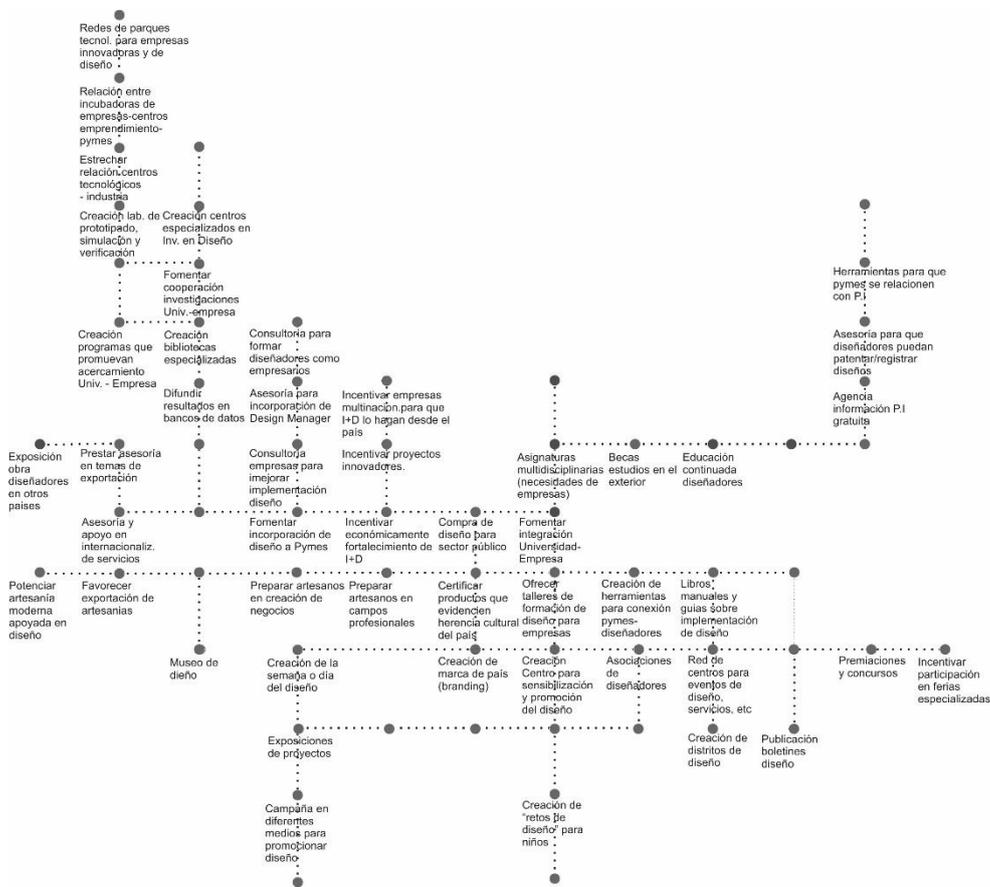
Fuente: Elaboración propia

En la figura 4.26 pueden observarse las estrategias que fueron detectadas en el sistema diseño de Cataluña.

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:*

*Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

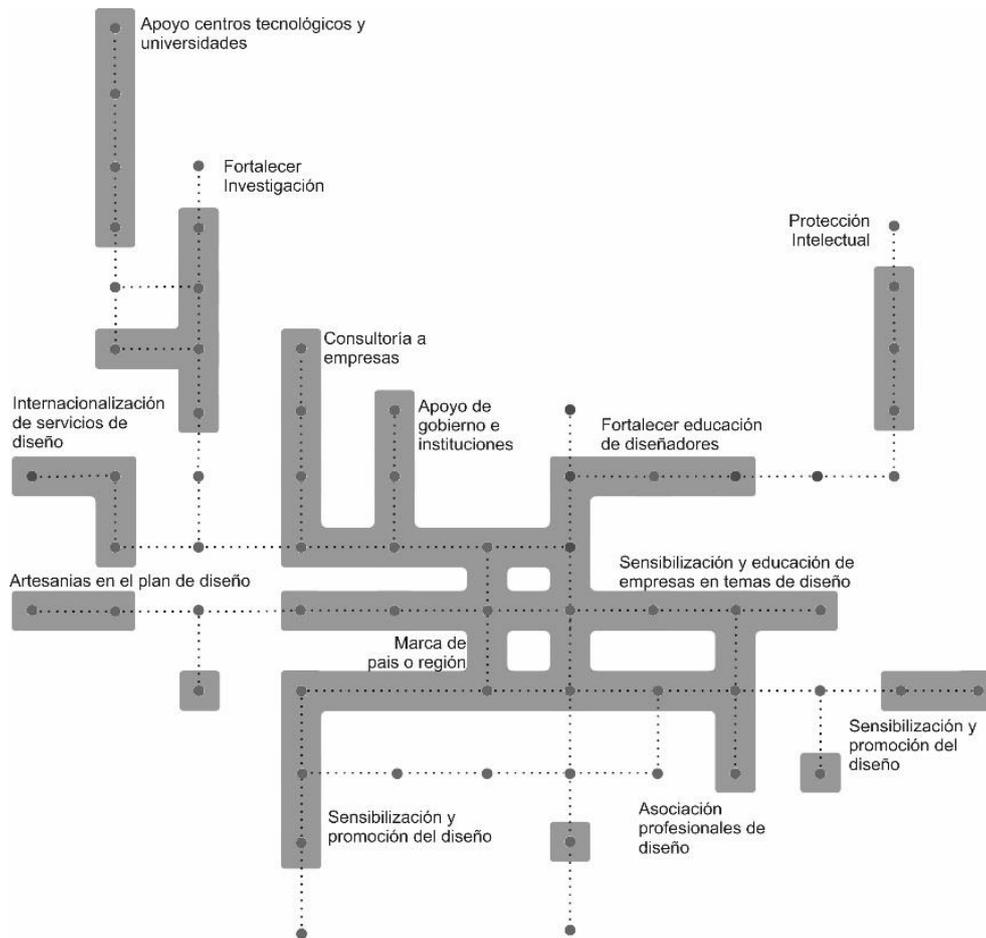
**Figura 4. 26 Red o mapa conceptual que representa con puntos las estrategias identificadas en las políticas de diseño analizadas. Las estrategias detectadas en el sistema diseño de Cataluña, están marcadas de color gris.**



Fuente: Elaboración propia

En la figura 4.27 puede verse el sistema diseño de Cataluña de una forma más esquemática, en la que cada estrategia se representa por un cuadro de color gris.

**Figura 4. 27 Red o mapa conceptual que representa con puntos las estrategias identificadas en las políticas de diseño analizadas. Las estrategias detectadas en el sistema diseño de Cataluña, están marcadas de color gris.**

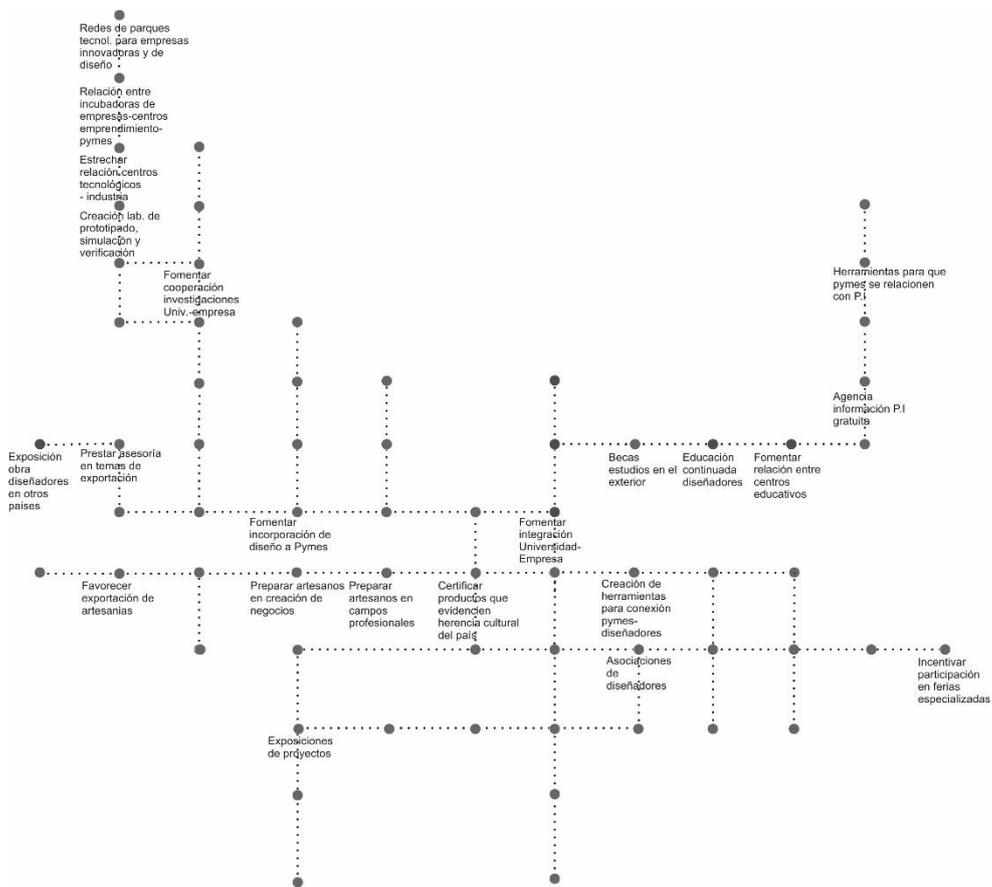


Fuente: Elaboración propia

En la figura 4.28 pueden observarse las estrategias que fueron detectadas en el sistema diseño de las Islas Baleares

**Figura 4. 28** Red o mapa conceptual que representa con puntos las estrategias identificadas en las políticas de diseño analizadas. Las estrategias detectadas en el sistema diseño de las Islas

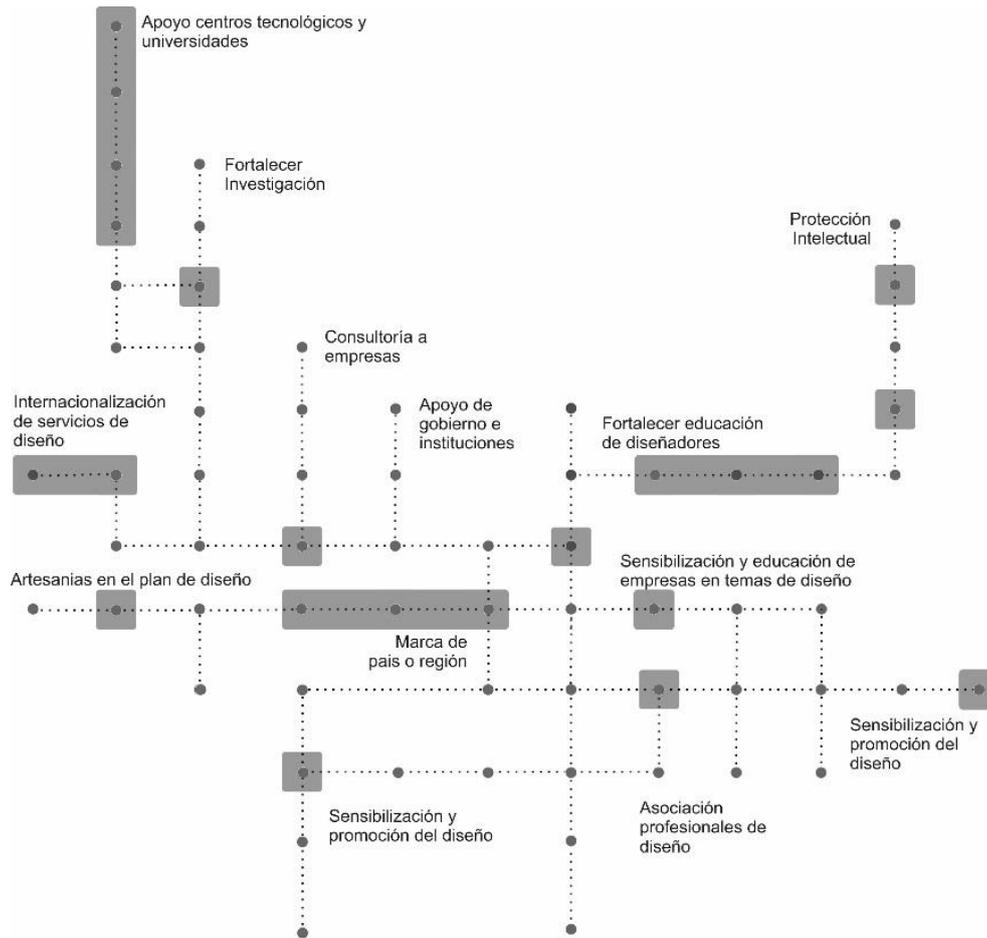
**Baleares, están marcadas de color gris.**



Fuente: Elaboración propia

En la figura 4.29 puede verse el sistema diseño de las Islas Baleares de una forma más esquemática, en la que cada estrategia se representa por un cuadro de color gris.

**Figura 4. 29** Red o mapa conceptual que representa con puntos las estrategias identificadas en las políticas de diseño analizadas. Las estrategias detectadas en el sistema diseño de las Islas Baleares, están marcadas de color gris.



Fuente: Elaboración propia

#### ***4.2.2. Definición de prioridades para caracterización de un modelo de sistema diseño para el EURAM.***

##### **Apoyo de Gobierno e Instituciones:**

La Comunidad Valenciana aún está en la etapa de estimular la innovación en las empresas, se asume que cuando se haya ganado terreno en este ámbito comenzarán los planes para el estímulo del diseño. El no tener una institución como IMPIVA, hace que durante varios años los avances en diseño e innovación hayan quedado en pausa en la Comunidad Valenciana.

La Comunidad Valenciana necesita crear más sinergias, y visibilizar más los beneficios que trae la implementación del diseño. Se necesita reavivar los años dorados del diseño Valenciano para apoyar y fortalecer el tejido industrial.

Solo se encontraron estímulos para el fortalecimiento de I+D+i a nivel de España, pero no como parte de políticas especialmente creadas para la Comunidad Valenciana.

En cuanto a compra pública innovadora y diseñada localmente, al menos en temas gráficos, se percibe que ha habido una evolución en el tiempo. Hay planes interesantes no solo para estimularla, sino para compensar a los diseñadores que participan como jurados de convocatorias.

Una tarea importante en la Comunidad Valenciana, especialmente con la nueva Agencia para la Innovación AVI, es la definición de competencias entre agencias. Las entidades que trabajan en pro de la innovación y el diseño, aunque es importante que reciban apoyo de la Generalitat Valenciana y los diferentes ayuntamientos, es

---

imprescindible que sean entidades que no se vean afectadas por cambios de gobierno. Esto se consigue creando sinergias y vínculos de muchos tipos y entre diferentes agentes que densifiquen el sistema innovación/diseño. Un sistema denso, gracias a la diversidad y fortaleza de sus vínculos entre agentes, será más propenso a sobrevivir a recesiones económicas o cambios de gobierno.

En Cataluña se percibe respaldo al diseño, pero desarticulación entre instituciones. Si se estableciera un trabajo en red, el alcance podría ser mayor al fortalecer vínculos entre actores del sistema.

Al analizar los mapas de conceptos de regiones, se puede decir que Cataluña está un paso por delante de las otras regiones del EURAM en número de estrategias de implantación de diseño. Esto puede deberse a que cuenta con dos instituciones de apoyo al diseño como son el BCD (fundado en 1973) y el FAD (fundado en 1903) con una larga trayectoria.

El BCD juega un papel fundamental dentro del sistema, su enfoque hacia empresas y la administración pública, y su compromiso con la internacionalización y promoción del talento de diseño, hace que sea un agente clave.

ACCIÒ también juega un papel importante, al prestar asesorías a empresas, establecer relaciones y ayudar a la identificación de incentivos fiscales gracias a la implementación de innovación. Hay acciones conjuntas entre BCD y ACCIÒ que estimulan la incorporación del diseño en las empresas.

Las empresas multinacionales se sienten atraídas por Barcelona, y eso es algo que pasa también en los departamentos de diseño e innovación. El programa Corporate Design Centres & hospitality board design facilita la llegada de empresas a Cataluña.

Las Islas Baleares necesitan fortalecer en estrategias de innovación y diseño para fortalecer y diferenciarse en los sectores de especialización. Sus estrategias deben estar más diversificadas y no centrarse tanto en el sector servicios. Faltan agentes de diseño más visibles y articular los existentes.

Para que haya un crecimiento a nivel de Euroregión EURAM, se necesita que cada sistema tenga agentes visibles y dispuestos a crear sinergias entre ellos.

### **Sensibilización de empresas en temas de diseño:**

En la Comunidad Valenciana, aunque en diferentes instituciones se habla sobre apoyo a I+D+i, no se habla de I+D+i+d . La "d" de diseño no se incluye dentro de los activos estratégicos de una empresa de productos o servicios.

De las tareas de sensibilización y promoción se hace cargo del ADCV, pero se necesita un centro de promoción y apoyo al diseño que legítimamente sea reconocido como tal. Lo principal es que ya sea una agencia nueva, o parte del nuevo AVI o una evolución del ADCV; que tenga vínculos con tantas agencias, clusters y sistemas de educación públicos y privados como sea posible, para que sus propuestas y acciones tengan validez e impacto en la economía.

En Cataluña hay diferentes programas para acercar el diseño a las empresas, aunque el camino hasta lograr que el diseño esté incorporado como activo estratégico dentro del tejido industrial necesita un largo recorrido. El BCD y ACCIÓ ayudan al cumplimiento de este objetivo estratégico por medio de diferentes acciones de promoción cómo conferencias informativas que se llevan a cabo en diferentes provincias, los

---

desayunos de innovación, las jornadas de direccionamiento estratégico del cluster diseño, etc.

El Centro de Integración de Valor del BCD ayuda a la integración de diseño en las empresas, además se ofrece información y casos de estudio para comprender mejor el concepto de diseño dentro de una empresa.

En las Islas Baleares este objetivo estratégico se lleva a cabo por medio de acciones del IDI. Se necesita promocionar más este instituto como dinamizador del diseño en el tejido industrial, para que se convierta en un agente más estratégico dentro del sistema diseño.

#### **Sensibilización y promoción del diseño:**

En la Comunidad Valenciana y en las Islas Baleares la situación percibida es similar. Es importante centralizar acciones relacionadas con el diseño, por medio de un centro de apoyo y promoción de diseño. Hasta que esto no ocurra, las acciones no se perciben articuladas. Un nuevo centro de promoción, ya sea un nuevo instituto o incluirlo desde las funciones del AVI o IVACE en Valencia, o del IDI en las Islas Baleares, deberá incluir en su definición de estrategias a los agentes que han estado implicados hasta el momento, porque se trata de evolucionar y no de duplicar o reemplazar.

Cataluña tiene implementadas numerosas acciones de promoción del diseño. Es importante articular acciones entre agentes, si se unen esfuerzos, se tendrá más alcance de difusión.

En la Eurorregión EURAM, se necesitan herramientas que faciliten el entendimiento de qué es el diseño, y qué beneficios aporta su implementación, y que estas lleguen a todas las ciudades y no solo a las capitales de provincias.

### **Fortalecimiento de la educación de diseñadores:**

Las 3 regiones analizadas se encuentran en puntos similares con respecto a la educación, cada región cuenta con diferentes universidades, con una oferta completa en formación en diseño, además de grupos de investigación y laboratorios que permiten que los estudiantes puedan aprender haciendo.

A nivel del EURAM, es necesario educar no solo a diseñadores sino también a consumidores, para que comprendan la importancia de un buen diseño, no solo desde la perspectiva de desempeño específico del producto o servicio que están adquiriendo, sino que adquirir un diseño local, por ejemplo, influye en el fortalecimiento del tejido industrial.

A nivel de educación superior, dar nociones de diseño a profesionales de otras áreas de conocimiento ayuda a que cuando estén incorporados en el mundo laboral, sepan generar un cambio en el direccionamiento estratégico de la empresa al incorporar diseño e innovación desde el ADN.

Desde la perspectiva de educación de diseñadores, es importante que las universidades establezcan más sinergias, con centros de investigación, con proyectos con empresas, centros tecnológicos, bibliotecas y centros de documentación, museos de arte y de diseño. La formación de un diseñador se enriquece de sinergias. El diseño no solo debe aprenderse en aulas.

---

Una definición de políticas de diseño, debe contar de una forma estratégica con los agentes que se encargan de la formación de profesionales en diseño de diferentes disciplinas.

Es necesario promover a nivel EURAM más cooperación entre universidades y más relación con redes de centros tecnológicos y con clústeres empresariales.

**Apoyo de centros tecnológicos y universidades:**

En las tres regiones analizadas, se detectó que las Pymes, en muchas ocasiones no sienten que puedan tener acceso a los servicios de los centros tecnológicos, y que esto es algo exclusivo de empresas con grandes presupuestos. Algo importante que deben hacer los centros tecnológicos es buscar la forma de comunicar a las pymes sus servicios, y el costo que podría implicar su contratación. Una forma de crear esta conexión es por medio de entidades de apoyo a pymes, a través de clústeres y de centros de promoción.

A nivel de Euroregión EURAM es importante establecer alianzas entre centros tecnológicos de las regiones que lo conforman, esto permitirá tener diversidad de centros tecnológicos. Un ejemplo del trabajo en red de centros tecnológicos es el caso de INESCOP, que es un centro tecnológico de la industria del calzado fundado en Alicante, que cuenta con instalaciones en La Rioja, Toledo, Castellón, Albacete, Zaragoza y Baleares. Esto hace que tenga más de 600 empresas afiliadas, y que pueda proporcionar servicios directos, investigación y transferencia de conocimiento.

**Fortalecimiento de la investigación:**

Hay grupos de investigación de las diferentes universidades de cada una de las 3 regiones. A nivel de EURAM se pueden plantear proyectos que incentiven el diseño

y la innovación en la Euroregión, los cuales, incluso podrían entrar dentro de subvenciones de la Comisión Europea.

La investigación en diseño necesita ser más visible, y necesita involucrar diferentes agentes. Esta no solo debe quedarse dentro de la academia, sino llegar a diferentes sectores, resultados para la industria, explotación de patentes, publicaciones científicas y divulgativas a las que además pueden tener acceso personas

Un ejemplo interesante que puede hacerse extensivo a las otras regiones del EU-RAM, es el programa de la Comunidad Valenciana el "campus del emprendedor innovador" en donde se establecen relaciones entre universidades y se llevan acciones relacionadas con el banco de patentes y conocimiento.

#### **Consultoría a empresas:**

En la Comunidad Valenciana y en las Islas Baleares hay carencia en temas de consultoría y en herramientas que comuniquen a las empresas como contratar diseño, el coste que esto puede implicar, beneficios que puede obtener, etc.

No hay herramientas que expliquen qué quiere decir la función de un *design manager*.

En Cataluña se percibe más avance en apoyo de la incorporación del diseño en las empresas gracias a acciones anteriormente mencionadas, llevadas a cabo por el BCD.

---

**Protección intelectual y patentes:**

Más que el hecho de cambiar la forma como se realizan las patentes y el registro de propiedad es la forma como se comunica a empresas y diseñadores. Como se facilitan herramientas, y como se hace más accesible.

Una estrategia que debe fortalecerse es el estímulo a patentar desde empresas, desde proyectos universidad empresa - universidades - centros tecnológicos o centros tecnológicos empresas.

En la medida en que se establezcan sinergias entre agentes, se tendrán mejores resultados de proyectos e investigaciones aptos para ser patentados.

**Asociaciones de profesionales de diseño:**

La Comunidad Valenciana cuenta con la asociación de diseñadores más activa de las 3 regiones. El ADCV ha asumido la ejecución de muchas de las acciones de las que se encarga un centro de apoyo y promoción de diseño. Un hecho interesante de la ADCV es que es socia colaborativa de la asociación de investigación en diseño y fabricación.

Las tres regiones analizadas cuentan con numerosos centros de asociados de las diferentes disciplinas del diseño.

A nivel EURAM se debe buscar el trabajo colaborativo entre asociaciones, además de la participación de estas en proyectos de compra pública innovadora y diseñada localmente, proyectos de investigación, apoyo a centros tecnológicos, etc.

### **Marca de identidad de país o de región:**

La Comunidad Valenciana y las Islas Baleares aún necesitan tener unas bases sólidas de diseño para poder comenzar la difusión de una marca de la región. Cataluña necesita fortalecer la nueva marca Inspired in Barcelona ® y transpolar esta experiencia de construcción de marca a las otras regiones.

### **Sobre Artesanías:**

En la Comunidad Valenciana, en Cataluña y en las Islas Baleares, el sector artesanal cuenta con un buen respaldo de instituciones gubernamentales, actores bien definidos, sistemas que establecen vínculos entre agentes definidos, y se trabajan estrategias que llegan hasta consumidor final.

Al tratarse en muchos casos de tradiciones centenarias en comparación con un campo de estudio relativamente reciente, el tejido artesanal, ha tenido una evolución de estrategias de muchos años y vínculos de cooperación que se han ido afianzando con el tiempo.

A nivel de región EURAM se puede reforzar la cooperación de sectores artesanos con centros tecnológicos, con proyectos de investigación, con asociaciones de diseñadores, exponer artesanías en museos y galerías de exposición para mejorar su promoción.

---

**Internacionalización de servicios:**

Tanto en la Comunidad Valenciana como en las Islas Baleares, se evidencia más asesoría en términos de exportación de productos que de servicios, especialmente de diseño. Los programas de exportación se llevan a cabo principalmente por IVACE en la Comunidad Valenciana, y el IDI en las Islas Baleares, por las cámaras de comercio y el ICEX a nivel España.

Faltan iniciativas más sólidas para promover la obra de diseñadores en otros países y misiones comerciales que permitan la prospección internacional de diseñadores.

Cataluña tiene muchos planes de internacionalización entre manos. Muchos de estos ya están dando sus frutos, como es la participación activa en varias semanas de diseño y ferias a nivel del mundo. Muchas empresas internacionales se están estableciendo en Cataluña, hay que facilitar la implantación de sus departamentos de innovación + diseño en la región.

Así pues, después de analizar las diferentes categorías que conforman una política de diseño, el establecimiento de bases y prioridades para la creación de un modelo común para el EURAM se podría resumir, en una palabra: COOPERACIÓN. Es la creación de redes y vínculos lo que permite a una Euroregión aprovechar todo su potencial para competir mundialmente con otras regiones.

Por el alcance y limitaciones de esta tesis, el análisis solo se centra en las regiones españolas que conforman el EURAM, pero las estrategias de cooperación deben incluir las regiones del Mediterráneo francés y Andorra. Esta región transfronteriza puede ser un activo estratégico dentro de la economía europea.

# Capítulo 5

## Conclusiones

Este capítulo recoge las principales conclusiones halladas en esta investigación cualitativa basada en la teoría fundamentada. En la primera parte se incluyen conclusiones asociadas a los objetivos que se plantearon al iniciar esta tesis, y en la segunda parte se plantean las limitaciones encontradas y futuras líneas de investigación

### **5.1. Conclusiones de la investigación**

#### *5.1.1. Análisis comparativo de las Políticas de Diseño de diferentes regiones/países europeos*

En este apartado se planteaban los siguientes objetivos de investigación:

---

### **A.1- Identificar bibliografía sobre políticas nacionales de diseño:**

Se realizó una búsqueda de literatura sobre políticas nacionales de diseño en bases de datos bibliográficas BDB (Scopus y Web of Science) y en motores de búsqueda como Google Académico. Hay numerosas personas destacadas en el campo de estudio de políticas de diseño, cuyos artículos no están indexados en una BDB. Sus publicaciones se pueden encontrar en Google académico, en las webs de los diferentes centros de promoción de diseño o en plataformas de estudio de la Unión Europea, pero estos artículos no pueden ser considerados en un análisis bibliométrico por no tener un carácter científico.

El que no exista una categoría específica para “Diseño” en las BDB, y las revistas de las publicaciones identificadas pertenezcan a categorías como artes y humanidades, artes visuales y escénicas, económicas, planeación y desarrollo o administración, hace que las búsquedas que se realicen en un campo de estudio como el diseño estén en desventaja ya que no hay criterios homogéneos para comparar artículos o publicaciones.

Los artículos seleccionados encontrados, que están indexados en una BDB, han sido escritos posterior a 2003, esto muestra que las políticas de diseño son un tema de estudio e investigación actual, y que es un tema que tiene gran potencial como dinamizador del tejido industrial y de la economía de las regiones. Tal como lo expone Raulik-Murphy (2010), la promoción del diseño se ha practicado por muchas décadas alrededor del mundo, pero recientemente ha sido tema de debates para poder tener mayores ventajas competitivas en el mercado global.

### **A.2- Realizar un análisis bibliométrico de la literatura encontrada.**

Se realizó un análisis bibliométrico para la literatura identificada sobre políticas de diseño. En esta exploración se obtuvieron resultados que pueden ser tomados en consideración por investigadores de diferentes disciplinas del diseño, al poder identificar a que categoría de información pertenecen las principales revistas de diseño, métricas para la medición de artículos y revistas y la elaboración de mapas bibliométricos mediante el software *The Vantage Point* que permiten analizar un tema de estudio desde una perspectiva de investigación cuantitativa.

En este análisis sobre políticas de diseño se encontraron más documentos de carácter divulgativo que científico. Esta diferencia entre el material publicado en fuentes incluidas en bases de datos bibliográficas y el publicado en fuentes con un carácter divulgativo, hace que el material aprovechable sobre el campo de estudio de las políticas de diseño no sea homogéneo, y que en el momento de realizar un análisis bibliométrico se tenga que dejar de lado información relevante que proviene de expertos en el tema.

### **A.3- Emplear diferentes herramientas de investigación cualitativa para analizar la información sobre políticas de diseño.**

Al realizar el análisis bibliográfico de las políticas de diseño y de los estudios comparativos disponibles hasta el primer semestre de 2016, se evidencian elementos que establecen las diferentes políticas además de los aspectos de diferenciación o similitud entre ellas. Estos elementos serán definidos como categorías para facilitar el aná-

---

lisis de contenido. En este análisis se identificaron 12 categorías: Apoyo Gubernamental e Instituciones, sensibilización y educación de empresas en temas de diseño, sensibilización y promoción del diseño, fortalecer la educación de diseñadores, apoyo de centros tecnológicos y universidades, fortalecer la investigación, consultoría a empresas, protección intelectual, asociaciones de profesionales de diseño, creación de marca de identidad de país o de región, artesanías en el plan de diseño y, la internacionalización de servicios de diseño.

Cada categoría se compone de estrategias, que se compararon por medio de diferentes herramientas metodológicas, como matrices de análisis y creación de redes o mapas conceptuales.

Al analizar los diferentes mapas conceptuales, se evidencia la combinación de estrategias que acomete cada país para cumplir objetivos similares y se puede observar también áreas en donde habría posibilidades de desarrollar nuevas estrategias para cada país en relación con lo que otros han hecho.

Este análisis comparativo puede ser utilizado en diferentes tipos de políticas de diseño de cualquier territorio con el fin de realizar una detección inicial de estrategias existentes y saber cuál es la complejidad de una política de diseño específica.

#### **A.4-Explorar las políticas de diseño con el marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo, y la cadena de valor.**

El análisis DOFA permitió relacionar cada categoría con el agente del marco para la medición de la innovación desde la perspectiva empresa del Manual de Oslo que más incide en ella. La relación entre las categorías y sus correspondientes estrategias con

el Marco para la medición de la innovación, permitió hacer una lectura de los diferentes vínculos entre agentes propuestos por el Manual de Oslo.

Esta concordancia, cuando se plantea gráficamente, permite evidenciar que los vínculos existentes entre los agentes del sistema, son los mismos vínculos que hay entre categorías, por lo tanto, las estrategias de las diferentes categorías hacen que se fortalezcan los vínculos y lazos entre los diferentes agentes de un sistema de innovación país/región.

El Manual de Oslo (numeral 50) señala que las actividades innovadoras de una empresa dependerán de la variedad y estructura de sus vínculos con diferentes agentes del sistema. Se constató que para la visualización de estos vínculos y la medición del nivel de innovación de una empresa o de una región en un contexto macro, se debe comenzar por la identificación de estrategias que permiten la relación y/o comunicación entre agentes. Una empresa o región innovadoras contarán con un amplio listado de vínculos/estrategias, como es el caso de Finlandia o Reino Unido, que cuentan con gráficos con mayor área cromática por el gran número de estrategias implementadas en sus políticas.

Este análisis se ha realizado para 6 regiones/países, pero podría ser utilizado en cualquier tipo de política de diseño de cualquier territorio. Estas herramientas comparativas también pueden ser utilizadas para realizar una detección inicial de estrategias existentes y saber cuál es la complejidad de una política de diseño específica.

La realización de una cadena de valor permitió medir la fisonomía y el peso específico que tienen los diferentes factores dentro del sistema diseño, además de identificar el papel estratégico del diseño dentro del sistema.

---

*5.1.2. Analizar información sobre la Euroregión del Arco Mediterráneo*  
*EURAM*

El EURAM es un eje con similitudes económicas y sociales, formada principalmente por los territorios de Cataluña, Valencia, las Islas Baleares, Andorra y la región francesa del Languedoc – Rosselló

Según expone Boira Maiques (2010a, p. 107), el Eje Mediterráneo se configura como un nuevo nivel que habrá que considerar en el momento de hacer la planificación, pero no para conformar una nueva estructura de poder, sino un marco de una nueva forma de gobierno y como un ámbito idóneo para la planificación de infraestructuras a escalas española y europea. El Eje Mediterráneo debería ser la materialización de los principios de una mega región eficiente, que permita la cooperación interadministrativa e interregional, la base territorial para proyectar y planificar determinadas infraestructuras, el conjunto geográfico para proteger un entorno natural lleno de recursos (el litoral, en este caso), el espacio adecuado para desarrollar una política de flujos y movilidad, el ámbito para desarrollar acciones relacionadas con un tejido económico similar o interconectado.

Se realizó una búsqueda de literatura desde diferentes ámbitos del EURAM, con la cual se elaboró un mapa cartográfico para definir posibles tendencias. Este mapa que incluye información sobre infraestructuras, tejido industrial, innovación y diseño, y formación e investigación pública, posibilitó relacionar conceptos y datos como la balanza fiscal negativo o el modelo de financiación autonómico deficitario con carencias en infraestructura, en servicios a empresas o en sistemas de educación públicos.

***5.1.3. Definición de prioridades para la creación de un sistema de diseño en la Eurorregión del Arco Mediterráneo.***

**C.1- Cometer un análisis de casos que permita identificar el sistema de diseño de las comunidades españolas del arco mediterráneo (Valencia, Cataluña y Baleares)**

Se realizó una investigación cualitativa siguiendo la metodología del caso múltiple incrustado. Se analizaron los ecosistemas de diseño de la Comunidad Valenciana, Cataluña e Islas Baleares. Se utilizaron las doce categorías de análisis para tener parámetros de comparación y suficiente información para hacerse una idea del sistema.

Se detectó que el sistema de diseño de Cataluña es el que está más avanzado de los tres. Años de trabajo continuo de diferentes instituciones y principalmente del BCD, hace que sea posible identificar numerosas acciones de sensibilización y promoción del diseño, aunque al mismo tiempo los actores del sistema no están bien articulados y les falta establecer más sinergias entre sí.

La Comunidad Valenciana, está saliendo en un letargo en innovación, generado en las pasadas legislaturas. Al desaparecer el IMPIVA que era el instituto que se encargaba de la promoción de innovación e I+D en las empresas, quedó un vacío que ahora pretende ser contrarrestado con la nueva Agencia Valencia de la Innovación.

En las Islas Baleares hay una gran dependencia del PIB de los servicios principalmente de hostelería, esto hace que al tejido de apoyo de innovación y diseño empresarial le falte densidad.

---

## **C.2- Definición de las prioridades para la creación de un sistema de diseño en la Eurorregión del Arco Mediterráneo.**

Un sistema de diseño para el EURAM es posible si se sigue un principio colaborativo y se establecen relaciones. Esto no interfiere con que cada ecosistema puede ser independiente, y trabajar activamente por lograr sus propios objetivos, al contrario, trabajar a nivel EURAM (incluyendo las regiones españolas y francesas del Mediterráneo y Andorra) permitirá a la Eurorregión ser muy competitiva al sumar fortalezas de cada región, y al reducir debilidades por medio de la cooperación.

Un tipo de proyecto de tan envergadura necesita tener un líder visible y legitimado, como podría ser L'Institut Ignasi Villalonga, quienes han sido por muchos años los principales impulsores del EURAM como Euroregión y por tanto del Corredor Mediterráneo.

### **5.2. Limitaciones de la Investigación**

Como parte de las conclusiones, es importante reconocer las limitaciones que tuvo esta investigación y el impacto que esto pudo haber tenido en los resultados.

La primera limitación fue ocasionada por la falta de publicaciones sobre políticas de diseño en bases de datos bibliográficas (de tipo científico), y que la información disponible sea mayoritariamente de carácter divulgativo, publicada por centros de promoción de diseño o dentro de proyectos de la Comisión Europea de apoyo a las políticas de diseño. Esto hizo que el análisis bibliométrico no hubiera podido ser extensivo a todas las fuentes bibliográficas.

La segunda limitación, está relacionada con falta de recursos y tiempo, lo que hizo que fuera difícil incluir Andorra y la región francesa del Llenguadoc – Rosselló dentro de la investigación. Esto hubiera permitido tener una visión más global de la Eurorregión EURAM.

La tercera limitación encontrada, está relacionada con la segunda, y es la limitación de tiempo. Esta tesis doctoral fue realizada con una dedicación a tiempo parcial mientras estoy vinculada como responsable de diseño en una empresa. También se tuvo una limitación de recursos para acceder a información de forma directa. La principal fuente de información de los casos de estudio fueron fuentes secundarias, y aunque se intentó contactar con actores de los Sistemas de la Comunidad Valenciana y las Islas Baleares, no se tuvo tan buen resultado como con Cataluña, donde se tenía a favor la ubicación geográfica.

Por último, se hubiera querido plantear un modelo de sistema diseño, y que además se hubiera podido validar con los diferentes agentes implicados, pero como se mencionó anteriormente, el tiempo, y la falta de financiación para desarrollar extensivos trabajos de campo, hizo que esta investigación finalizara con la definición de prioridades para dicho modelo.

### **5.3. Divulgación de la Investigación**

El principal aporte de esta investigación al conocimiento, es la posibilidad de utilizar diferentes herramientas para comparar y evaluar políticas de diseño. La principal de ellas, es poder adaptar el Marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo para la evaluación de los agentes de un sistema diseño y la evaluación de los

vínculos entre ellos. La metodología trabajada en esta investigación, puede servir para que un investigador pueda analizar cualquier política de diseño.

Como parte del desarrollo de la presente investigación, se realizaron 3 publicaciones con objetivo de divulgar el avance, hacer seguimiento y validar planteamientos con la comunidad académica, en todos ellos la autora de esta tesis es la autora principal. Estos artículos están compilados en el capítulo 3 (apartados 3.2, 3.3 y 3.4.), en donde se mantiene la estructura y contenido de cada artículo, pero a nivel de numeración y estilo se adaptan a la tesis para seguir las recomendaciones de la universidad.

**Tabla 4. 14 Divulgación de la investigación.**

Nombre del artículo	Fuente de la publicación	Editada por	ISBN	estado	año
"Análisis de bibliografía sobre políticas de diseño"	Revista Icono Facto	Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia	1900-2785	Recibido 02/09/2016 Aprobado 17/11/2016 ICONOFACTO VOL. 12 N° 19 / PÁGINAS 268 - 293 DOI: <a href="http://dx.doi.org/10.18566/iconofact.v12.n19.a12">http://dx.doi.org/10.18566/iconofact.v12.n19.a12</a>	2017
"Análisis comparativo de políticas de diseño de regiones o países europeos"	Revista KEPES	Departamento de Diseño Visual de la Universidad de Caldas. Caldas, Colombia	1794-7111	Revista KEPES Año 14 No. 15 enero-junio 2017, págs. 105-139 ISSN: 1794-7111(Impreso) ISSN: 2462-8115 (En línea) DOI: 10.17151/kepes.2017.14.15.5	2017
"Concordancia de las políticas de diseño con el marco de medición de la innovación del Manual de Oslo"	Revista 180°	Universidad Diego Portales, Santiago, Chile	0718-2309	En revisión de pares académicos	2017

Fuente: Elaboración propia.

#### **5.4. Futuras líneas de Investigación**

Esta investigación puede dar origen a otras líneas de investigación, como puede ser la definición de modelos que den origen a políticas de diseño para la Comunidad Valenciana, Cataluña y las Islas Baleares.

También puede dar origen a investigaciones sobre posibles colaboraciones de las regiones del EURAM, especialmente en innovación y diseño para ganar en competitividad a nivel mundial.

---

## **Bibliografia**

ACCIÓ. (n.d.-a). Cicle de tallers d'innovació. Recuperado de <http://accio.gencat.cat/cat/innovacio-tecnologica/capacitacio/tallers.jsp>

ACCIÓ. (n.d.-b). Compra Pública Innovadora. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://accio.gencat.cat/cat/innovacio-tecnologica/orientacio/compra-publica-innovadora/CPI.jsp>

ACCIÓ. (n.d.-c). Participa i coopera en projectes d'R+D: Nuclis. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://accio.gencat.cat/cat/innovacio-tecnologica/ajuts-i-financament/nuclis-innovacio-tecnologica/>

ACCIÓ. (2016). Comunitats RIS3CAT: l'instrument més potent per impulsar projectes d'R+D. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://accio.gencat.cat/cat/innovacio-tecnologica/ajuts-i-financament/comunitats-ris3cat/>

ACCIÓ. (2017a). Programa de Cupons a la innovació. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://accio.gencat.cat/cat/innovacio-tecnologica/ajuts-i-financament/cupons-innovacio/>

ACCIÓ. (2017b). Servei de suport als incentius fiscals a la innovació. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://accio.gencat.cat/cat/innovacio-tecnologica/orientacio/incentius-fiscals-projectes-rdi/descobreix-incentius.jsp>

ACCIÓ. (2017c). TECNIO: Tecnologia per a la teva empresa. Recuperado de

<http://accio.gencat.cat/cat/innovacio-tecnologica/connexio/tecno/index.jsp>

ADCV. (n.d.). ¿Quiénes somos? Recuperado April 15, 2017, de <http://adcv.com/quienes-somos/>

ADCV. (2013). *Diseño en Común*. Valencia. Recuperado de [http://www.adcv.com/Material\\_ADCV/mail\\_dc\\_cast.html](http://www.adcv.com/Material_ADCV/mail_dc_cast.html)

ADCV. (2015). Guía sobre Propiedad Intelectual y Publicidad. Recuperado April 5, 2017, de <http://adcv.com/guia-sobre-propiedad-intelectual-y-publicidad/>

ADCV. (2016). VDW 2016. Recuperado April 15, 2017, de <http://www.valenciadissenyweek.com/esp/vdw2014.php?url=vdw2014&idoma=esp>

ADP. (n.d.). ADP, La Asociación de los diseñadores profesionales. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://adp.cat/es/>

AECPCV. (n.d.). Qué es. Recuperado April 15, 2017, de <http://www.aecpcv.com/ver/2/Asociación-empresas-publicitarias.html>

Ajuntament de Barcelona. (n.d.-a). Almogàvers Business Factory. Recuperado Mayo 17, 2017, de [http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/es/que-es-barcelona-activa/los-equipamientos/almogavers\\_business\\_factory/index.jsp](http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/es/que-es-barcelona-activa/los-equipamientos/almogavers_business_factory/index.jsp)

Ajuntament de Barcelona. (n.d.-b). Becas y facilidades para los investigadores. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://meet.barcelona.cat/es/estudia-e-investiga/investiga-barcelona/becas-investigador>

---

Ajuntament de Barcelona. (n.d.-c). Centro de Documentación. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://ajuntament.barcelona.cat/museudeldisseny/es/centredoc/quienes-somos>

Ajuntament de Barcelona. (n.d.-d). El Ateneo de Fabricación Digital. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://meet.barcelona.cat/es/descubre-barcelona/distritos/les-corts/ateneo-de-fabricacion>

Ajuntament de Barcelona. (2010). *22@Barcelona, el districte de la innovació*. Barcelona. Recuperado de [http://www.22barcelona.com/documentacio/22bcn\\_1T2010\\_cat.pdf](http://www.22barcelona.com/documentacio/22bcn_1T2010_cat.pdf)

Ajuntament de Barcelona. (2017a). Centros de investigación en Barcelona. Recuperado Enero 1, 2017, de <http://meet.barcelona.cat/es/estudia-e-investiga/investiga-barcelona/centros-investigacion>

Ajuntament de Barcelona. (2017b). Museu del Disseny. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://ajuntament.barcelona.cat/museudeldisseny/es>

Ajuntament de Barcelona. (2017c). Museu del Disseny: Actividades. Recuperado de <http://ajuntament.barcelona.cat/museudeldisseny/es/educacion>

Ajuntament de València, & InnDEA. Pacto Local por la Innovación de Valencia (2016). Valencia. Recuperado de [https://www.dropbox.com/s/sbk406j49xbljsw/TEXTO\\_PACTO\\_LOCAL\\_FIRMADO.pdf?dl=0](https://www.dropbox.com/s/sbk406j49xbljsw/TEXTO_PACTO_LOCAL_FIRMADO.pdf?dl=0)

Alcaraz, M., & Hernández, S. (2016). *Comarques Centrals Valencianes: El punt d'equilibri del País Valencià*. España: Institut d'Economia i empresa Ignasi

Villalonga. Recuperado de <https://youtu.be/2yw4X0NjQNM>

Amat, O. (2006). *Llibre blanc empreses de l'Euram*. (Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga, Ed.). Valencia: Tres i Quatre. <http://doi.org/V-4954-2006>

APDI. (n.d.). Hacia una Mayoora cultura de la luz. Recuperado de <http://apdi.org/apdi/hacia-una-Mayoor-cultura-de-la-luz>

APIV. (n.d.). Por qué asociarse. Recuperado April 15, 2017, de <http://www.apiv.com/asociacion>

Artifex Balear .ORG. (n.d.). ArtifexBalear. Recuperado Mayo 4, 2017, de <http://www.artifexbalear.org/artifex.htm>

Associació Moda Catalunya i Balears. (n.d.). Associació Moda Catalunya i Balears. Recuperado Mayo 14, 2017, de <http://modacatalunya.es/es/>

Balears, F. I. (n.d.). FDI Factoría de Innovación. Recuperado Mayo 14, 2017, de <http://www.eoi.es/fdi/balears/¿qué-es-la-fdi>

Barberà, J. (2012). Germà Bel: Trens, Aeroports i decadència. España: Canal 33. TV3. Recuperado de <https://youtu.be/TKlm8Mkbnq0>

Barcelona Activa, & BCD Barcelona Centre de Disseny. (2015). *El sector del disseny a Barcelona i Catalunya*. Barcelona.

Bardin, L. (2002). *Análisis de Contenido*. (Ediciones AKAL, Ed.) (3ª). Madrid.

BCD. (n.d.-a). BCN Design Export. Recuperado Mayo 10, 2017, de

---

<http://www.bcd.es/es/page.asp?id=143>

BCD. (n.d.-b). CIV - Centro de Integración de Valor. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://www.bcd.es/es/page.asp?id=716>

BCD. (n.d.-c). Corporate Design Centres. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://www.bcd.es/es/page.asp?id=300>

BCD. (n.d.-d). Información Corporativa. Recuperado Mayo 9, 2017, de <http://www.bcd.es/es/page.asp?id=464>

BCD. (n.d.-e). Let's Do Business! Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://www.bcd.es/es/page.asp?id=335>

BCD. (n.d.-f). Observatorio Diseño. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://www.bcd.es/es/page.asp?id=27>

BCD. (n.d.-g). Postgrado en Gestión del Diseño. Recuperado de <http://www.bcd.es/es/page.asp?id=553>

BCD. (2010). *La internacionalización de empresas que ofrecen servicios de diseño*. Barcelona. Recuperado de [http://www.bcd.es/site/unitFiles/2524/Internacionalització\\_CAS.pdf](http://www.bcd.es/site/unitFiles/2524/Internacionalització_CAS.pdf)

BCD. (2015). Consigue un 50% de descuento para contratar diseño para innovar. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://www.bcd.es/es/page.asp?id=438&selected=437&ui=6123&y=2015>

BCD. (2017a). 13 empresas del sector hábitat de Barcelona participan en la NYCxDesign. Recuperado Mayo 1, 2017, de

<http://www.bcd.es/es/page.asp?id=438&selected=437&ui=8014&y=2017>

BCD. (2017b). Barcelona será protagonista de la Milano Design Week 2017.

Recuperado

de

<http://www.bcd.es/es/page.asp?id=438&selected=437&ui=7981&y=2017>

BCD Barcelona Centre de Disseny. (2015). *Mapeig del Sector Disseny a Catalunya*.

Barcelona.

Recuperado

de

[http://www.bcd.es/site/unitFiles/6544/MAPPING\\_SECTOR\\_DISENY\\_2015\\_BCD.pdf](http://www.bcd.es/site/unitFiles/6544/MAPPING_SECTOR_DISENY_2015_BCD.pdf)

BCD, & Lecuona López, M. (n.d.). Herramienta de autodiagnos. Recuperado Mayo

17, 2017, de <http://www.bcd.es/es/page.asp?id=554>

Berrone, P., Ricart, J. E., Carraso, C., & Ricart, R. (2016). *IESE Cities in motion*

*index 2016*. Navarra. Recuperado de [http://www.iese.edu/research/pdfs/ST-0396-E.pdf?\\_ga=1.13056181.367859667.1479064155](http://www.iese.edu/research/pdfs/ST-0396-E.pdf?_ga=1.13056181.367859667.1479064155)

Bodas Freitas, I. M., & von Tunzelmann, N. (2008). Mapping public support for

innovation: A comparison of policy alignment in the UK and France. *Research Policy*, 37(9), 1446–1464. <http://doi.org/10.1016/j.respol.2008.05.005>

Boira Maiques, J. V. (2002). *Euram 2010. La via europea*. (E. Climent, Ed.) (1ª).

Valencia: Tres i Quatre. <http://doi.org/V-4534-2002>

Boira Maiques, J. V. (2010a). L' Eix Mediterrani : entre les dinàmiques locals i la

perspectiva megaregional. *Documents D'anàlisi Geogràfica*, 56(1), 91–109.

Boira Maiques, J. V. (2010b). *La Commonwealth catalano-valenciana. La formació*

---

*de l'eix mediterrani al segle XX*. (Columna CAT, Ed.) (1<sup>a</sup>). Barcelona: L'Arquer.

Bull, J. W., Jobstvogt, N., Böhnke-Henrichs, A., Mascarenhas, A., Sitas, N., Baulcomb, C., ... Koss, R. (2016). Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats: A SWOT analysis of the ecosystem services framework. *Ecosystem Services*, 17, 99–111. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.ecoser.2015.11.012>

Cáceres, P. (2008). Análisis Cualitativo de Contenido: Una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas. Individuo Y Sociedad*, 2(1), 53–82. Recuperado de <http://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/viewFile/3/3>

Calvera, A., Taranto, F., & Veciana, S. (2008). *Políticas públicas nacionales para el aprovechamiento estratégico del diseño*. Barcelona. Recuperado de [http://adp.cat/web/wp-content/uploads/politicas-publicas\\_apd.pdf](http://adp.cat/web/wp-content/uploads/politicas-publicas_apd.pdf)

Cámara Valencia. (2017). Apoyamos tu proyecto, impulsamos tu empresa. Recuperado April 10, 2017, de <http://www.camaravalencia.com/es-ES/emprendedores/Paginas/default.aspx>

Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana. (n.d.). Exporta't. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://exportat.es/>

Cambra de Comerç Mallorca. (n.d.). IBClusters. Recuperado de [http://www.cambramallorca.com/pagina.php?Cod\\_fam=48&Cod\\_sub=296](http://www.cambramallorca.com/pagina.php?Cod_fam=48&Cod_sub=296)

Casas i Onteniente, J. B. (2009a). Economía i competitivitat a l' Arc Mediterrani. *Paradigmes: Economia Productiva I Coneixement*, (3), 147–154. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/Paradigmes/issue/view/16818>

Casas i Onteniente, J. B. (2009b). *Economia i Territori: L'Euroregió de l'Arc Mediterrani "EURAM."* Universitat Abat Oliba CEU. Recuperado de <http://www.tesisenred.net/handle/10803/9361>

Castro-Martínez, E., Fernández de Lucio, I., Fontrodona Francolí, J., Gabaldón Estevan, D., Hernández Gascón, J. M., Pezzi, A., & Tortosa Martorell, E. (2006). *Recerca i innovació a L'Euram: Observatori estadístic de l'Euroregió de l'Arc Mediterrani*. (Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga, Ed.) (1st ed.). Valencia: Tres i Quatre. <http://doi.org/V-2172-2007>

Català Oltra, L. (2015). *Els eixos industrials de l'Arc Mediterrani*. (Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa, Ed.) (1st ed.). València: Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa. Recuperado de <http://euroregioeuram.eu/new/media/Els-eixos-industrials-de-l-Arc-Mediterrani.pdf>

Catalunya Emprèn. (n.d.). Desayunos de innovación. Recuperado Mayo 9, 2017, de <http://catempren.gencat.cat/serveis-per-empendre/es/networking/barcelona/desayunos-de-innovacion>

CCAM. (n.d.). Empremtes de Catalunya. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://www.ccam.cat/ca/Cos/areesactuacio:artesanía:comercialitzacio:empremtesdecatalunya>

---

CCAM. (2015). Diploma Mestre/a Artesà/ana. Recuperado de <http://www.ccam.cat/ca/Cos/areesactuacio:artesaniamestrartesa>

CCAM. (2017a). Fires professionals i d'artesanía. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://www.ccam.cat/ca/Cos/areesactuacio:artesaniamestrartesa>

CCAM. (2017b). Subvencions 2017 en l'àmbit del comerç, dels serveis, l'artesanía i la moda. Recuperado Mayo 10, 2017, de [http://www.ccam.cat/ca/Cos/serveistramits:incentius:subvencions\\_2017](http://www.ccam.cat/ca/Cos/serveistramits:incentius:subvencions_2017)

Centro de Artesanía Comunitat Valenciana. (n.d.-a). Calificación Artesana DCA. Recuperado April 10, 2017, de <http://www.centroartesianiacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&submenu=actividades&idactividad=34>

Centro de Artesanía Comunitat Valenciana. (n.d.-b). Convenio UPV-Centro Artesanía. Recuperado April 15, 2017, de <http://www.centroartesianiacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&submenu=actividades&idactividad=86>

Centro de Artesanía Comunitat Valenciana. (n.d.-c). Etiqueta Artesanía Comunitat Valenciana. Recuperado April 10, 2017, de <http://www.centroartesianiacv.com/?acceso=artesanos&menu=servicios&submenu=etiqueta&idioma=1>

Centro de Artesanía Comunitat Valenciana. (n.d.-d). La magia de la artesanía. Recuperado April 10, 2017, de

[http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&sub  
menu=actividades&idactividad=3](http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&submenu=actividades&idactividad=3)

Centro de Artesanía Comunitat Valenciana. (n.d.-e). Muestra permanente Artesanía Comunitat Valenciana. Recuperado de [http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&sub  
menu=actividades&idactividad=33](http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&submenu=actividades&idactividad=33)

Centro de Artesanía Comunitat Valenciana. (n.d.-f). Quiénes somos. Recuperado April 10, 2017, de [http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=artesanos&menu=presentacion&s  
ubmenu=quienes](http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=artesanos&menu=presentacion&submenu=quienes)

Centro de Artesanía Comunitat Valenciana. (n.d.-g). Rutas Artesanía. Recuperado April 10, 2017, de [http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&sub  
menu=rutas](http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&submenu=rutas)

Centro de Artesanía Comunitat Valenciana. (2014). Beca especial CACV para el Máster de Diseño en Piel dirigido por Enrique Loewe. Recuperado April 15, 2017, de [http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&sub  
menu=exposiciones](http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=publico&menu=actividades&submenu=exposiciones)

Centro de Artesanía Comunitat Valenciana. (2016). Setmana Artesana 2016. Del 18 al 25 de noviembre. Recuperado April 10, 2017, de <http://www.centroartesaniacv.com/?acceso=publico&menu=noticias&submen>

---

u=detalleNoticia&idnoticia=777&idioma=1

Choi, Y., Cooper, R., Lim, S., & Evans, M. (2010). National Support for Design: Developing Propositional Models. *Design Management Review*, 21(4), 60–69. <http://doi.org/10.1111/j.1948-7169.2010.00096.x>

Ciudad Politécnica de la Innovación. (n.d.-a). Quiénes somos. Recuperado April 10, 2017, de <http://cpi.upv.es/quienes-somos/presentacion>

Ciudad Politécnica de la Innovación. (n.d.-b). Servicios UPV. Recuperado April 15, 2017, de <http://cpi.upv.es/servicios-upv/licencia-de-tecnologia>

Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382–1402. <http://doi.org/10.1002/asi.21525>

Col.legi oficial Disseny Gràfic Catalunya. (2011). Registre Especial de Creacions de Disseny. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://www.dissenygrafic.org/admin/uploads/htmlarea/InformacioSolicituds.pdf>

COMUNITAD. (n.d.). Quiénes somos. Recuperado April 10, 2017, de <http://www.comunitad.com/quienes-somos>

Crespo, P. (2015). *L'Euroregió de l'Arc Mediterrani (EURAM): Empreses, innovació i restriccions al seu finançament*. Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya. Recuperado de [http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/362934/tesdoc\\_a2015\\_cres](http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/362934/tesdoc_a2015_cres)

po\_patricia\_euroregio.pdf?sequence=1

Cruickshank, L. (2010). The Innovation Dimension: Designing in a Broader Context. *Design Issues*, 26(2), 17–26. [http://doi.org/10.1162/DESI\\_a\\_00002](http://doi.org/10.1162/DESI_a_00002)

Cunningham, P. (2008). *National and regional policies for design, creativity and user-driven innovation. Pro Inno Europe Thematic Report*. Manchester. Recuperado de [http://www.seeplatform.org/images/National and regional policies for design, creativity and user-driven innovation.pdf](http://www.seeplatform.org/images/National_and_regional_policies_for_design_creativity_and_user-driven_innovation.pdf)

Danish Design Centre DDC. (2014). *Join Design Society in Denmark*. Copenhagen: Danish Design Centre. Recuperado de <http://ddc.dk/wp-content/uploads/2014/09/JOIN-THE-DESIGN-SOCIETY-DDC-2014.pdf>

Design Council. (2010). *A Review by Martin Temple CBE*. London. Recuperado de [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/32441/10-1178-design-council-review.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32441/10-1178-design-council-review.pdf)

Design Council. (2013). *Design Review: Principles and Practice*. London. Recuperado de [http://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/DC Cabe Design Review 13\\_W\\_0.pdf](http://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/DC_Cabe_Design_Review_13_W_0.pdf)

Design Flanders. (2006). "Design Makes the Difference" Workshops. *SEE Design Bulletin*. Issue 2, 9. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/docs/SEEBulletin - Issue 2 Marzo 2006.pdf](http://www.seeplatform.eu/docs/SEEBulletin_Issue_2_Marzo_2006.pdf)

Design Management Institute. (n.d.). Design Management Institute DMI.

---

Recuperado de [www.dmi.org](http://www.dmi.org)

Diario de Ibiza. (2017). Adlib sorprende en la feria Momad Madrid. Recuperado Mayo 13, 2017, de <http://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2017/02/04/adlib-sorprende-feria-momad-madrid/894300.html>

Disseny CV. (2016). Dúplex, el diseño de la Comunidad Valenciana llega al papel. Recuperado April 15, 2017, de <http://dissenycv.es/industrial/duplex-el-diseno-de-la-comunidad-valenciana-llega-al-papel/>

Disseny CV. (2017a). CDICV da visibilidad al diseño de interior en Castellón. Recuperado April 15, 2017, de <http://dissenycv.es/interiorismo/cdicv-da-visibilidad-al-diseno-de-interior-en-castellon/>

Disseny CV. (2017b). Milán 2017: Intercrea, sinergias creativas desde la Universitat Jaume I. Recuperado April 1, 2017, de <http://dissenycv.es/industrial/milan-2017-intercrea-sinergias-creativas-desde-la-universitat-jaume-i/>

Disseny CV. (2017c). Quiénes somos. Recuperado April 15, 2017, de <http://dissenycv.es/quienes-somos/>

ELISAVA. (2017a). Desis Lab ELISAVA. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://decoding.elisava.net/es/projects/desis-lab-elisava/>

ELISAVA. (2017b). Empresas. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://www.elisava.net/es/empresas>

Escorcia, T. A. (2008). *El análisis bibliométrico como herramienta para el seguimiento de publicaciones científicas, tesis y trabajos de grado*. Pontificia

Universidad Javeriana.

European Commission. (2009). *Design as a driver of user-centred innovation* (No. SEC(2009)501 final). *Commission Staff Working Document*. Brussels.

European Commission. (2013). *Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation* (No. SWD(2013) 380 final). Brussels. Recuperado de <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/13203/attachments/1/translations/en/renditions/native>

European Commission. (2017). European Regional Competitiveness Index. Recuperado Mayo 13, 2017, de [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/es/information/maps/regional\\_competitiveness/#2](http://ec.europa.eu/regional_policy/es/information/maps/regional_competitiveness/#2)

F.Iniciativas. Financiación en I+D+i. (2017). Deducciones Fiscales I+D+i. Recuperado April 15, 2017, de <https://www.f-iniciativas.es/deducciones-fiscales-por-idi-en-espana>

Fab Lab Barcelona. (2017). FabKids BCN. Recuperado Mayo 9, 2017, de <http://fablabbcn.org/event/2017/04/26/programafabkids.html>

FAD. (n.d.-a). ¿Qué es el FAD? Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://www.fad.cat/contents/view/aboutus>

FAD. (n.d.-b). La FAD Certification of Design Quality. Recuperado Mayo 9, 2017, de <http://fad.cat/designcertification/ca/>

FAD. (2015). Intercanvi Japó-Catalunya. Recuperado Mayo 10, 2017, de

---

<http://www.fad.cat/projects/view/66>

FedAva. (n.d.). Qué es fedAva?

Florida, R., & Ayres, I. (2008). Megaregions: The importance of place. *Harvard Business Review*, 86(3).

Florida, R., Gulden, T., & Mellander, C. (2007). The Rise of the Mega-Region. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 1(3), 459–476. Recuperado de <http://cjres.oxfordjournals.org/content/1/3/459.short>

Focus Pyme. (n.d.). Focus pyme y emprendimiento. Recuperado April 5, 2017, de <http://www.focuspyme.es/?op=130&id=333>

Foray, D., Goddard, J., Goenaga Beldarrain, X., Landabaso, M., McCann, P., Morgan, K., ... Ortega-Argilés, R. (2012). *Guide to Research and Innovation Strategies for Smart Specialisations (RIS3)* (1st ed.). Luxemburgo: Publications Office of the European Union. <http://doi.org/10.2776/65746>

Freeman, C. (1995). The “National System of Innovation” in historical perspective. *Cambridge Journal of Economics*, 19(1), 5–24. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-6944245129&partnerID=tZOtx3y1>

Frontera, D. (2015). ¿Apostaremos por la innovación? Recuperado April 10, 2017, de <http://www.innovacionvalenciana.es/>

Garsán, C. (2016). La Generalitat acabará con el jurado “voluntario” de las llamadas a proyecto. Recuperado April 15, 2017, de <http://valenciaplaza.com/la->

generalitat-acabara-con-el-jurado-voluntario-de-las-llamadas-a-proyecto

Generalitat de Catalunya. (2010). *Plan de Investigación e Innovación de Cataluña 2010-2013*.

Generalitat de Catalunya. (2017). Distintiu de producte D'Artesania (D'A). Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://web.gencat.cat/ca/tramits/tramits-temes/Distintiu-de-producte-DArtesania-DA?category=72fa9948-a82c-11e3-a972-000c29052e2c>

Generalitat de Catalunya. (2017a). Innovació a l'empresa: tres casos pràctics. Presentació del Pla de Doctorats Industrials. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://doctoratsindustrials.gencat.cat/es/events/view/80>

Generalitat de Catalunya. (2017b). Study in Catalonia. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://studyincatalonia.gencat.cat/en/sistema-universitari/>

Generalitat Valenciana. (2015a). *Informe sobre la actividad de los Parques Científicos y Tecnológicos de la Comunitat Valenciana en 2014*. Valencia. Recuperado de <http://www.presidencia.gva.es/documents/80920710/80950149/Parques+Científicos+y+Tecnológicos+de+la+CV+2014/17f1cfd4-8967-4dd8-8d59-6ed92872d706>

Generalitat Valenciana. (2015b). *Los incentivos fiscales a la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación empresarial: efectos en la Comunitat Valenciana y España*. Valencia. Recuperado de <http://www.presidencia.gva.es/documents/80920710/80950149/Incentivos+fis>

Generalitat Valenciana. (2016). La Conselleria de Economía Sostenible y las universidades públicas valencianas se unen para impulsar el emprendimiento y la innovación. Recuperado April 10, 2017, de [http://www.ceice.gva.es/inicio/area\\_de\\_prensa/not\\_detalle\\_area\\_prensa?id=684502](http://www.ceice.gva.es/inicio/area_de_prensa/not_detalle_area_prensa?id=684502)

Generalitat Valenciana. (2017a). IVACE y Cajamar firman un convenio para estimular y apoyar la internacionalización de las empresas de la Comunitat Valenciana. Recuperado Mayo 1, 2017, de [http://www.emprendedores.gva.es/news/-/asset\\_publisher/bLyITLi17epo/content/ivace-y-cajamar-firman-un-convenio-para-estimular-y-apoyar-la-internacionalizacion-de-las-empresas-de-la-comunitat-valenciana;jsessionid=D1BA20D8D6C6849209AFEF968B89C9AD?redirect=](http://www.emprendedores.gva.es/news/-/asset_publisher/bLyITLi17epo/content/ivace-y-cajamar-firman-un-convenio-para-estimular-y-apoyar-la-internacionalizacion-de-las-empresas-de-la-comunitat-valenciana;jsessionid=D1BA20D8D6C6849209AFEF968B89C9AD?redirect=)

Generalitat Valenciana. (2017b). *Mapa del Emprendimiento CV 2016*. Valencia. Recuperado de <http://www.emprendedores.gva.es/documents/126856934/164000504/MAPA+ECOSISTEMA+EMPRENDEDOR+CV.pdf/7eb59de9-0d3e-4c3a-abc9-5b8547c78a95>

Ginestà, J. (2012). El (re)torn de la Indústria. España: TV3. Recuperado de <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/sense-ficcio/el-retorn-de-la-industria/video/3927390/>

Gómez-González, C. (2011). *Modelo del sistema de diseño en Antioquia, Colombia, para la dinamización de la innovación de las Pymes*. Universitat Politècnica de València.

Gómez-González, C., Lecuona López, M., & Hernandez, M. C. (2017a). Análisis comparativo de políticas de diseño en Europa: clasificación y visualización de estrategias. *KEPES*.

Gómez-González, C., Lecuona López, M., & Hernandez, M. C. (2017b). Análisis de bibliografía sobre políticas de diseño. *IconoFacto*.

Gonzalez de Dios, J., Moya, M., & Mateos Hernández, M. a. (1997). Indicadores bibliométricos: Características y limitaciones en el análisis de la actividad científica. *Anales Españoles de Pediatría*, 47(3), 235–244.

González García, F., Ibañez Moya, F. C., Casalí Sarasíbar, J., López Rodríguez, J. J., & Novak, J. D. (2000). *Una aportación a la mejora de la calidad de la docencia universitaria: Los mapas conceptuales*. Pamplona: Universidad Pública de Navarra.

Govern Illes Balears. (n.d.-a). Fundació Balears d'Innovació i Tecnologia. Recuperado Mayo 14, 2017, de <http://www.caib.es/govern/organigrama/area.do?lang=es&coduo=816>

Govern Illes Balears. (n.d.-b). Sistema de innovación de las Islas Baleares. Recuperado Mayo 14, 2017, de <http://innovacio.caib.es/sacmicrofront/contenido.do?mkey=M11021814035120909863&lang=ES&cont=30064>

---

Govern Illes Balears. (n.d.-c). Sistema de Innovación de las Islas Baleares. Recuperado Mayo 14, 2017, de <https://apps.caib.es/sacmicrofront/contenido.do?mkey=M11021814035120909863&cont=32130&lang=es>

Govern Illes Balears. (2014). *Pla de Ciència, Tecnologia, Innovació, Emprenedoria de les Illes Balears 2013-2017*. Palma. Recuperado de <http://publicacions.balearsfaciencia.org/index.php?temaId=8>

Govern Illes Balears. (2017a). Convocatoria por la cual se ofrecen ayudas para llevar a cabo acciones especiales de investigación y desarrollo 2017-2019. Recuperado Mayo 14, 2017, de <https://www.caib.es/seucaib/es/tramites/tramite/2924465/>

Govern Illes Balears. (2017b). Jornada compra pública innovadora. Fomento de la innovación desde la demanda. Recuperado Mayo 13, 2017, de <http://www.caib.es/govern/sac/fitxa.do?codi=2767680&coduo=2390343&lang=es>

Henkel, T., & Vullioud, S. (2014). *Efficient PhD: Search, Use and Management of scientific Publications*. "Scientific and Technical Information Literacy." Lausanne. Recuperado de <http://scientific-info-school.ch/admin/uploads/file/8-support-sis-web-pdf.pdf>

Hobday, M., Boddington, A., & Grantham, A. (2012). Policies for design and policies for innovation: Contrasting perspectives and remaining challenges. *Technovation*, 32(5), 272–281. <http://doi.org/10.1016/j.technovation.2011.12.002>

Hollanders, H., Es-Sadki, N., & Kanerva, M. (2015). *Innovation Union Scoreboard 2015*. Belgium.

Huggins, R. (2010). Regional Competitive Intelligence: Benchmarking and Policymaking. *Regional Studies*, 44(5), 639–658.  
<http://doi.org/10.1080/00343400802331312>

ICEX. (2016a). Comunidad Valenciana. Recuperado Mayo 13, 2017, de <http://www.investinspain.org/invest/es/regiones/comunidad-valenciana/resumen/index.html>

ICEX. (2016b). Rising Startup Spain. Recuperado Mayo 1, 2017, de <http://www.investinspain.org/invest/es/canal-de-informacion/servicios-de-acceso-a-informacion/Rising-Startup-Spain/index.html>

ICEX. (2017). Fondos FEDER para I+D. Recuperado April 15, 2017, de [http://www.investinspain.org/invest/es/canal-de-informacion/servicios-de-acceso-a-informacion/fondos-feder-para-i-d/convocatorias/LIC2017696005.html?orderBy=xfwm\\_cnt\\_Fecha3&orderType=desc](http://www.investinspain.org/invest/es/canal-de-informacion/servicios-de-acceso-a-informacion/fondos-feder-para-i-d/convocatorias/LIC2017696005.html?orderBy=xfwm_cnt_Fecha3&orderType=desc)

ICEX Balears. (n.d.). Pla Internacionalització Illes Balears. Recuperado Mayo 14, 2017, de [http://www.cbe.es/eventos/actualitat\\_conjunt/archivos/238/1/programa.pdf](http://www.cbe.es/eventos/actualitat_conjunt/archivos/238/1/programa.pdf)

IDI. (n.d.). Asesoría en Diseño. Recuperado Mayo 14, 2017, de <http://www.idi.es/index.php/es/servicios-empresariales/2016-02-05-13-17-46>

---

IDI. (2017). Borsa de professionals col.laboradors. Recuperado de <http://www.idi.es/index.php/ca/borsa-de-professionals-col-laboradors-de-icomerc>

Immonen, H., Järvinen, J., & Nieminen, E. (2013). *Global Design Watch 2010- Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions*. Aalto University.

InnDEA. (2016). InnDEA València explora las necesidades de la ciudad para buscar soluciones con la Compra Pública Innovadora. Recuperado April 15, 2017, de <http://inndeavalencia.com/es/inndea-valencia-explora-las-necesidades-de-la-ciudad-para-buscar-soluciones-con-la-compra-publica-innovadora>

InnDEA. (2017a). InnDEA: Quiénes somos. Recuperado April 15, 2017, de <http://inndeavalencia.com/es/quienes-somos>

InnDEA. (2017b). Las Naves se convierte en el nuevo centro de innovación de Valencia. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://inndeavalencia.com/es/las-naves-se-convierte-en-el-nuevo-centro-de-innovacion-de-valencia>

Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga. (2003). *Euroregió de l'Arc Mediterrani. Quinze anys de cooperació econòmica i empresarial*. Valencia. Recuperado de <http://euroregioeuram.eu/new/media/Memòria-15-anys-EURAM1.pdf>

Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga. (2006). *La innovació a l'Euram: un repte cap als objectius europeus. Observatori estadístic de l'Euroregió de l'Arc Mediterrani. Estadístiques ràpides num.3*. Valencia. Recuperado de <http://euroregioeuram.eu/publicacio/serie-estadistiques-rapides-de-leuram/>

Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga. (2008a). *El comerç exterior a l' Euram*. Valencia.

Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga. (2008b). *El teixit empresarial de l' Euram : un milió de pimes al voltant de clústers industrials*. Valencia.

Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga. (2017a). Apunts d'economia per a l'Euroregió. Recuperado April 27, 2017, de <http://euroregioeuram.eu/mapa/apunts-deconomia-per-a-leuroregio/>

Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga. (2017b). L'Euram representa un 30,29% del total de sol·licituds de patents a l'Estat. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://euroregioeuram.eu/mapa/leuram-representa-un-3029-del-total-de-sol·licituds-de-patents-nacionals/>

Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa. (2016). L'Euram en Xifres. Recuperado Febrero 1, 2017, de <http://euroregioeuram.eu/new/media/EURAM-EN-XIFRES.pdf>

Instituto IDF. (n.d.). Empresas asociadas y colaboradores. Recuperado April 10, 2017, de <http://www.institutoidf.com/index.php/es/asociacion-idf>

Instituto IDF. (2015). ¿Qué es el IDF? Recuperado April 15, 2017, de <http://www.institutoidf.com/index.php/es/instituto-idf/que-es-el-idf>

Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, & InnDEA. (2014). *Valencia industrias creativas y culturales*. Valencia. Recuperado de <http://inndeavalencia.com/wp->

---

content/uploads/2015/06/InnDea\_IndustriasCreativas-1.pdf

IVACE. (n.d.). La nueva Ley de Patentes y los emprendedores. Recuperado April 10, 2017, de [http://www.ivace.es/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6098:la-nueva-ley-de-patentes-y-los-emprendedores&catid=46&lang=es&Itemid=100586](http://www.ivace.es/index.php?option=com_content&view=article&id=6098:la-nueva-ley-de-patentes-y-los-emprendedores&catid=46&lang=es&Itemid=100586)

Jordan, M. (2017). Necessitem urgentment un pacte polític per a la ciència i la innovació. Recuperado Febrero 21, 2017, de <http://euroregioeuram.eu/xarxa/necessitem-urgentment-pacte-politic-per-a-ciencia-i-innovacio/>

Josiassen, A.-D., & Rosted, J. (2014). *New Innovation Actors: Design and Technology in the Interest of Society* (1ª). (DDC, Ed.). Copenhagen: Danish Design Centre. Recuperado de [http://ddc.dk/wp-content/uploads/2014/09/New\\_Innovation\\_actors\\_gb-DDC-2014.pdf](http://ddc.dk/wp-content/uploads/2014/09/New_Innovation_actors_gb-DDC-2014.pdf)

Klein Woolthuis, R., Lankhuizen, M., Gilsing, V., Woolthuis, R. K., Lankhuizen, M., & Gilsing, V. (2005). A system failure framework for innovation policy design. *Technovation*, 25(6), 609–619. <http://doi.org/10.1016/j.technovation.2003.11.002>

La Escola d'Art i Superior de Disseny de les Illes Balears. (n.d.). Investigación. Recuperado April 14, 2017, de <http://www.escoladisseny.com/innovacio/recerca.php>

La Escola d'Art i Superior de Disseny de les Illes Balears. (2017a). Historias de vida poliédricas. Recuperado Mayo 14, 2017, de

<http://www.escoladisseny.com/noticia.php?id=269>

La Escola d'Art i Superior de Disseny de les Illes Balears. (2017b). Semana de la Moda de París. Recuperado de <http://www.escoladisseny.com/noticia.php?id=272>

Lecuona López, M. (n.d.). *Manual sobre Gestión de Diseño para empresas que abren nuevos mercados*. Barcelona. Recuperado de [http://www.bcd.es/site/unitFiles/2122/GD\\_Manualsobregestióndeldiseño.pdf](http://www.bcd.es/site/unitFiles/2122/GD_Manualsobregestióndeldiseño.pdf)

Levante-EMV. (2017). Becas Espolín Amstel para fomentar el relevo generacional entre los artesanos. Recuperado April 20, 2017, de <http://www.levante-emv.com/fallas/2017/03/02/becas-espolin-amstel-fomentar-relevo/1535651.html>

Macias i Arau, P. (2012, April). El drama del corredor mediterrani és no haver tingut cap padrí polític. *El Temps*. Recuperado de <http://www.eltemps.cat/article/401/El-drama-del-corredor-mediterrani-es-no-haver-tingut-cap-padri-politic/>

Maffei, S., Mortati, M., & Villari, B. (2013). Making/Design Policies Together. In *10th European Academy of Design Conference - Crafting the Future* (pp. 1–14). Göteborg. Recuperado de [http://daniellen.se/papers/four/making\\_design\\_policies\\_together.pdf](http://daniellen.se/papers/four/making_design_policies_together.pdf)

Marzo, I. (2016). Al País Valencià es parla hui de bombolla de l'emprenedoria. Recuperado Febrero 21, 2017, de <http://euroregioeuram.eu/xarxa/pais-valencia-es-parla-de-bombolla-emprenedoria/>

---

Maroto, V. (2017, Enero 22). “La ausencia de política industrial ha hundido los salarios de los valencianos. Entrevista a Andrés García Reche.” *Eldiario.es*. Valencia. Recuperado de [http://www.eldiario.es/cv/Andres-Garcia-Agencia-Valenciana-Innovacion\\_0\\_602290108.html](http://www.eldiario.es/cv/Andres-Garcia-Agencia-Valenciana-Innovacion_0_602290108.html)

Miles, Matthew B. Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. (SAGE Publications, Ed.).

Ministerio de Educación Cultura y Deporte. (n.d.). Erasmus+. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://www.erasmusplus.gob.es/>

Ministerio de Presidencia. (2011, Octubre 19). European Union accepts proposal de Spanish Government on Trans-European Transport Networks. *La Moncloa*. Madrid. Recuperado de [http://www.lamoncloa.gob.es/lang/en/gobierno/news/Paginas/2011/19102011\\_TransportNetwork.aspx](http://www.lamoncloa.gob.es/lang/en/gobierno/news/Paginas/2011/19102011_TransportNetwork.aspx)

Ministry of Employment and the Economy, & Ministry of Education and Culture. (2014). *Design Finland Programme*. Helsinki. Recuperado de [https://www.tem.fi/files/39560/design\\_finland\\_programme.pdf](https://www.tem.fi/files/39560/design_finland_programme.pdf)

Mollenhauer, K., & Korvenmaa, P. (2007). Designing the designer: The responsibilities of education in the national/regional systems of design. In *DS 43: Proceedings of E and PDE 2007, the 9th International Conference on Engineering and Product Design Education* (pp. 613–618). Newcastle. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84859245297&partnerID=tZOtx3y1>

Mollerup Designlab A/S. (2003). *Establishing the basis for the elaboration of the*

*El "Sistema Diseño" en la Eurorregión del Arco Mediterráneo:*

*Prioridades para la caracterización de un modelo estratégico.*

---

*Estonian design policy measures.* Denmark. Recuperado de <http://hdl.handle.net/1959.3/58871>

Monguet Fierro, J. M., & Calvera, A. (2007). *Disseny\_Cat.: elements per a una política de disseny a Catalunya*. Barcelona: ACCIÓ CIDEM COPCA.

Moret, X. (2017, Marzo 15). La Agencia de la Innovación financiará la realización de tesis industriales en las empresas. Entrevista a Andrés García Reche. *Valencia Plaza*. Valencia. Recuperado de <http://valenciaplaza.com/la-agencia-de-la-innovacion-financiara-la-realizacion-de-tesis-industriales-en-las-empresas>

Mortati, M. (2017). What is a design policy? Recuperado Marzo 28, 2017, de <http://designforeurope.eu/news-opinion/what-design-policy>

Nauwelaers, C., & Wintjes, R. (2003). *Chapter 8. Towards a new paradigm for innovation policy?* (B. T. Asheim, A. Isaksen, C. Nauwelaers, & F. Todtling, Eds.) *Regional Innovation Policy For Small-Medium Enterprises* (1st ed.). Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <http://doi.org/10.4337/9781781009659.00001>

Norwegian Design Council. (2007). Norway: Design Support Programme. *SEE Design Bulletin*, 50–52. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/uploaded\\_files/NORWAY Design Support.pdf](http://www.seeplatform.eu/uploaded_files/NORWAY%20Design%20Support.pdf)

Nude. (2017). Qué es el Agora nude? Recuperado April 15, 2017, de <http://www.nudegeneration.com/>

---

Observatori de L'Euroregió de l'Arc Mediterrani. (2017). L'Euram concentra un 6,1% del teixit empresarial europeu. Recuperado Febrero 21, 2017, de <http://euroregioeuram.eu/mapa/leuram-concentra-un-61-del-teixit-empresarial-europeu/>

OECD. (2005). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Luxemburgo: Tragsa. Recuperado de [http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/manual-de-oslo\\_9789264065659-es](http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/manual-de-oslo_9789264065659-es)

Park, J., Nam, K.-Y., & Chung, K. (2010). Promoting design nationally: Influential factors. *Design Management Journal*, 5(1), 32–39. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1948-7177.2010.00012.x/epdf>

Patrocínio, G., & Bolton, S. (2011). *Comparative Studies on Emerging Issues of National Design Policies. 1st Cambridge Academic Design Management Conference*. Cambridge. Cambridge.

Poblenou Urban District. (2017). Concepto. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://www.poblenouurbandistrict.com/es/poblenou-urban-district/>

Porter, M. (2010). *Ventaja Competitiva. Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. (E. Bueno Campos, C. Merino Moreno, & M. P. Salmador Sánchez, Eds.) (1ª). Madrid: Ediciones Pirámide. <http://doi.org/M.4.115-2010>

Poslawski, G., & Sipelgas, K. (2010). Estonia's Tiger Leap into the World of Design. *Design Management Review*, 21(4), 44–51. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/store/10.1111/j.1948-7169.2010.00094.x/asset/j.1948-7169.2010.00094.x.pdf;jsessionid=BCB9F28348F2BA62B98B6AF7A63058>

A2.f02t01?v=1&t=ib2e4nm9&s=cbefff02d71b39881aa1777f5b415636f67b8  
227

Raulik-Murphy, G. (2010). *A comparative analysis of strategies for design promotion in different national contexts*. The University of Wales. The University of Wales. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/images/AComparative Analysis of Strategies for Design Promotion in Different National Contexts - ago2010 - FINAL.pdf](http://www.seeplatform.eu/images/AComparativeAnalysisofStrategiesforDesignPromotioninDifferentNationalContexts-ago2010-FINAL.pdf)

Raulik-Murphy, G., Cawood, G., Larsen, P., & Lewis, A. (2008). A comparative analysis of strategies for design in Finland and Brazil. In *Undisciplined! Design Research Society Conference* (p. 201/1-201/16). Sheffield: Sheffield Hallam University. Recuperado de <http://shura.shu.ac.uk/id/eprint/452>

Raulik-Murphy, G., Cawood, G., & Lewis, A. (2010). Design Policy: An Introduction to What Matters. *Design Management Review*, 21(4), 52–59. <http://doi.org/10.1111/j.1948-7169.2010.00095.x>

Raymond, M. (2010). *Tendencias: qué son, cómo identificarlas, en qué fijarnos, cómo leerlas*. (1ª). Barcelona: Promopress.

REDIT. (2012). *14 Razones para innovar*. Valencia. Recuperado de [http://redit.es/images/banners/LIBRO\\_REDIT\\_ESP.pdf](http://redit.es/images/banners/LIBRO_REDIT_ESP.pdf)

REDIT, & InnDEA. (n.d.). REDIT, Red de Institutos Tecnológicos de la Comunidad Valencia. Recuperado April 10, 2017, de <http://www.vitsalud.es/?miembros=redit-red-de-institutos-tecnologicos-de-la-comunidad-valencia>

---

Rodriguez Gómez, G., Gil Flores, J., & García Jimenez, E. (1999). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Malaga.

Ross, C., Amekudzi, A. A., Banerjee, T., Barringer, J., Cmapbell, S., Contant, C. K., ... Fainstein, S. S. (2012). *Megaregions: Planning for Global Competitiveness*. (C. L. Ross, Ed.). Washington: Island Press. Recuperado de [https://books.google.es/books?id=whPOKnkOn\\_4C](https://books.google.es/books?id=whPOKnkOn_4C)

Ruiz Olabuenaga, J. I. (2012). *Metodologia de la Investigación Cualitativa (volumen 15)*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (1998). *Metodología de la investigación*. (N. Islas López & M. Rocha Martines, Eds.) (Cuarta, Vol. 1). México D.F: Mcgraw-hill México.

Scherfig, C., Brunander, M., & Melander, C. (2010). De the World's First Design Policy to the World's Best Design Policy. *Design Management Review*, 21(4), 6–14. <http://doi.org/10.1111/j.1948-7169.2010.00089.x>

SCImago. (n.d.). SCImago Journal & Country Rank. Recuperado Enero 1, 2016, de <http://www.scimagojr.com/>

Search Technology Inc. (2013). Vantage Point.

Secchi, C. (2012). *Annual Report of the Coordinator*. Bruselas.

Secretaría de Estado de Investigación Desarrollo e innovación. (2015). Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRIs). Recuperado Mayo 10, 2017, de

<http://www.idi.mineco.gob.es/portal/site/MICINN/menuitem.7eeac5cd345b4f34f09dfd1001432ea0/?vgnnextoid=14ab3a1375bb4410VgnVCM1000001d04140aRCRD>

Secretaría de Estado de Investigación Desarrollo e innovación. (2017). Premios Nacionales de Innovación y de Diseño. Recuperado Mayo 9, 2017, de <http://www.idi.mineco.gob.es/portal/site/MICINN/menuitem.8c7b21bf4d10094b7b381d10026041a0/?vgnnextoid=0d63ffa939cf6410VgnVCM1000001d04140aRCRD>

See Platform. (2013a). SME Wallet, Flanders, Belgium. *SEE Platform Bulletin. Issue 9.*, 14–15. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/docs/SEE bulletin issue 9 - Junio 2013\(1\).pdf](http://www.seeplatform.eu/docs/SEE_bulletin_issue_9_-_Junio_2013(1).pdf)

See Platform. (2013b, Diciembre). Design Policy and Promotion Map: Brazil, Estonia, Uruguay. *SEE Platform Bulletin. Issue 10.*, 3–13. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/docs/SEE bulletin issue 10 - Dec 2013.pdf](http://www.seeplatform.eu/docs/SEE_bulletin_issue_10_-_Dec_2013.pdf)

SEE Platform. (2012). Estonia's Design Action Plan 2012–2013. *SEE Platform Bulletin. Issue 8.*, 6–7. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/docs/SEE Bulletin Issue 8 - Dec 2012.pdf](http://www.seeplatform.eu/docs/SEE_Bulletin_Issue_8_-_Dec_2012.pdf)

Sierra, J. (2017, Febrero 1). La última ola de frío refuerza el papel del corredor mediterráneo. *Levante EMV*. Valencia. Recuperado de <http://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2017/02/01/ultima-ola-frio-refuerza-papel/1522784.html>

Simons, H. (2009). *El estudio de caso: Teoría y práctica* (1ª). Madrid: Ediciones

---

Morata s.l. <http://doi.org/M-28774-2011>

Stake, R. E. (2010). *Investigación con estudio de casos* (Quinta). Madrid: Ediciones MORata s.l. <http://doi.org/M-27.468-2010>

Stolovitch, H. D., Keeps, E. J., & Pershing, J. A. (2006). *Handbook of human performance technology: Principles, practices, and potential*. (J. A. Pershing, Ed.) (3ª). San Francisco: Pfeiffer. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Doug\\_Leigh/publication/227988134\\_SWOT\\_Analysis/links/004635266a79b4fae6000000.pdf#page=1135](https://www.researchgate.net/profile/Doug_Leigh/publication/227988134_SWOT_Analysis/links/004635266a79b4fae6000000.pdf#page=1135)

Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. (1ª (en esp). Medellín: Editorial Universidad de Antioquia. Recuperado de [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38537364/Teoria\\_Fundamentada.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1490212062&Signature=QbtiaLLQ9utI0xK%2Fo0CkZZIJ%2B2s%3D&response-content-disposition=inline%3Bfilename%3DTeoria\\_Fundamentada.pdf](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38537364/Teoria_Fundamentada.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1490212062&Signature=QbtiaLLQ9utI0xK%2Fo0CkZZIJ%2B2s%3D&response-content-disposition=inline%3Bfilename%3DTeoria_Fundamentada.pdf)

Sun, Q. (2010). Design Industries and Policies in the UK and China: A Comparison. *Design Management Review*, 21(4), 70–77. <http://doi.org/10.1111/j.1948-7169.2010.00097.x>

Sun, Q. (2011). How Policies matter to design. *SEE Design Bulletin. Issue 6.*, 3–7. Recuperado de [http://usir.salford.ac.uk/16806/1/SEE\\_Bulletin6\\_v\\_7\\_-\\_RESEARCH.pdf](http://usir.salford.ac.uk/16806/1/SEE_Bulletin6_v_7_-_RESEARCH.pdf)

Sung, W. O., Song, M. J., Park, J., & Chung, K. W. (2007). *Changing roles of design promotion organizations in the global context and a new theoretical model for*

*a design promotion system. IASDR 07.* Hong Kong. Recuperado de [http://www.sd.polyu.edu.hk/iasdr/proceeding/papers/CHANGING ROLES OF DESIGN PROMOTION ORGANIZATION IN THE GLOBAL CONTEXT.pdf](http://www.sd.polyu.edu.hk/iasdr/proceeding/papers/CHANGING_ROLES_OF_DESIGN_PROMOTION_ORGANIZATION_IN_THE_GLOBAL_CONTEXT.pdf)

Swann, G. M. P. (2010). The economic rationale for a national design policy. *Department for Business, Innovation and Skills, Occasional Paper, (2)*. Recuperado de [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/32096/10-1112-bis-occasional-paper-02.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32096/10-1112-bis-occasional-paper-02.pdf)

Taylor, J. R. (2013). *A survey of bibliometric tools and techniques and their applications for technology forecasting*. Aberystwyth University. Recuperado de <http://www.jibs.ac.uk/prize/taylorjohn2014.pdf>

TEKES. (2007). Design 2005. *SEE Design Bulletin. Issue 6*.

Tena, V. (2012, Mayo). La discreta mort del corredor mediterrani. *El Temps*, 3. Recuperado de <http://eltemps.cat/web/economia/82-economia/473-la-discreta-mort-del-corredor-mediterrani>

Thomson Reuters. (2016). InCites Journal Citation Reports. Recuperado Enero 1, 2016, de <https://webofknowledge.com/>

Torres Do Patrocinio, G. H. (2013). *The impact of European design policies and their implications on the development of a framework to support future Brazilian design policies*. Cranfield University. Recuperado de <https://dspace.lib.cranfield.ac.uk/handle/1826/8565>

- 
- Tremosa i Balcells, R. (2008). *Catalunya, país emergent*. (Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga, Ed.) (1<sup>a</sup>). Valencia: Tres i Quatre. <http://doi.org/V-2407-2008>
- Tremosa i Balcells, R. (2015, April). Corredor Mediterrani: una victòria europea de Catalunya. *Món Empresarial*, 14–19. <http://doi.org/DL B 1000-2015>
- Tunstall, E. D. (2007, Septiembre). Mapping the Design Policy Landscape. *SEE Design Bulletin - Issue 5*.
- Tunstall, E. D., & Jones, C. (2010). Beyond the Document: Living Institutions of US National Design Policy. *Design Management Review*, 21(4), 16–22. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1948-7169.2010.00090.x/full>
- Turnstall, E. (Dori). (2011). Formulating National Design Policies: An Exchange of Letters: Dear Design Issues Editorial Board. *Design Issues*, 27(1), 83–88. [http://doi.org/10.1162/DESI\\_c\\_00059](http://doi.org/10.1162/DESI_c_00059)
- Turro Calvet, M. (2012). Les connexions de Catalunya amb l'exterior: una mirada prospectiva a les infraestructures de transport. In *Condicions territorials per a la internacionalització de Catalunya: Competitivitat i sostenibilitat territorial*. (pp. 269–288). Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Territori i Sostenibilitat. <http://doi.org/B. 18714-2014>
- Utterback, J. M., Vedin, B.-A., Alvarez, E., Ekman, S., Sanderson, S. W., Tether, B., & Verganti, R. (2006). *Design-inspired innovation*. World Scientific.
- Valcke, J. (2010). Design Policy in Flanders, Belgium. *Design Management Review*,

21(4), 38–43. Recuperado de  
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1948-7169.2010.00093.x/pdf>

van Rijnsoever, F. J., van den Berg, J., Koch, J., & Hekkert, M. P. (2014). Smart innovation policy: How network position and project composition affect the diversity of an emerging technology. *Research Policy*, 44(5), 1094–1107. <http://doi.org/10.1016/j.respol.2014.12.004>

Varguillas, C. (2006). El uso de atlas. ti y la creatividad del investigador en el análisis cualitativo de contenido UPEL. Instituto Pedagógico Rural El Mácaro. *Laurus Revista de Educación*, 73–87. Recuperado de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/Met\\_Inves\\_Avan/Material es/Varguillas.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Material es/Varguillas.pdf)

Vasilachis de Gialdino, I., Almeigeiras, A. R., Chernobilsky, L. B., Gímenez Béliveau, Verónica Mallimaci, F., Mendizabal, N., & Neiman, G. (2006). *Estrategias de Investigación Cualitativa* (1ª). Barcelona: Gedisa.

Verganti, R. (2006). Innovating through design. *Harvard Business Review*, 84(12), 1–9. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-33845338731&partnerID=tZOtx3y1>

Whicher, A. (2014). *Design Policy Monitor 2014. Reviewing Innovation and Design Policies across Europe. SEE Platform Bulletin. Issue 11*. Cardiff. Recuperado de [https://www.academia.edu/10085387/Design\\_Policy\\_Monitor\\_2014](https://www.academia.edu/10085387/Design_Policy_Monitor_2014)

Whicher, A., Cawood, G., & Walters, A. (2012). Research and Practice in Design and innovation Policy in Europe. In *LEADING THROUGH DESIGN* (p. 291).

---

Boston: Design Management Institute. Recuperado de [http://www.researchgate.net/profile/Federico\\_Del\\_Giorgio\\_Solfa2/publication/236005244\\_Leading\\_Innovation\\_through\\_Design\\_Proceedings\\_of\\_the\\_DMI\\_2012\\_International\\_Research\\_Conference/links/00b7d51591eb5874c5000000.pdf#page=317](http://www.researchgate.net/profile/Federico_Del_Giorgio_Solfa2/publication/236005244_Leading_Innovation_through_Design_Proceedings_of_the_DMI_2012_International_Research_Conference/links/00b7d51591eb5874c5000000.pdf#page=317)

Whicher, A. H., Cawood, G., & Walters, A. T. (2012). Examining Design and Innovation Policies in Europe. In WIRAD (Ed.), *Proceedings of 2nd WIRAD Symposium for Emerging Art & Design Researchers* (pp. 23–28). Cardiff. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/docs/SEE\\_bulletin\\_7\\_-\\_Junio\\_2012.pdf](http://www.seeplatform.eu/docs/SEE_bulletin_7_-_Junio_2012.pdf)

Whicher, A., Swiatek, P., & Cawood, G. (2015). *Design Policy Monitor 2015*. Cardiff. Recuperado de [http://www.seeplatform.eu/docs/SEE\\_DPM\\_2015\\_Jan.pdf](http://www.seeplatform.eu/docs/SEE_DPM_2015_Jan.pdf)

Wood, B. M. (2009). A leading role for design as an economic development enabler. In *DS 58-3: Proceedings of ICED 09, the 17th International Conference on Engineering Design* (Vol. 3, pp. 37–48). City of Glasgow. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84859228810&partnerID=tZOtx3y1>

Wood, B. M. (2011). Design as an economic development enabler. *Design Principles and Practices*, 5(4), 589–606. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84859194460&partnerID=tZOtx3y1>

Woodham, J. (2011). Formulating national design policies: An exchange of letters:

Dear editorial board. *Design Issues*, 27(1), 86–88. Recuperado de <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-78751479383&partnerID=tZOtx3y1>

Woodham, J. M. (2010). Formulating National Design Policies in the United States: Recycling the “Emperor’s New Clothes”? *Design Issues*, 26(2), 27–46. [http://doi.org/10.1162/DESI\\_a\\_00003](http://doi.org/10.1162/DESI_a_00003)

Xpcat. (n.d.-a). 22@Barcelona. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://www.xpcat.net/parcs.php?idm=2&pagina=2&subpagina=1&parc=17&tipes=&nom=>

Xpcat. (n.d.-b). La Xpcat. Recuperado Mayo 10, 2017, de <http://www.xpcat.net/xpcat.php?idm=2&pagina=1&subpagina=1>

Yin, R. K. (2013). *Case Study Research: Design and Methods* (quinta). California: SAGE Publications. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=AjV1AwAAQBAJ>

Zabala-Iturriagoitia, J. M., Jiménez-Sáez, F., & Castro-Martínez, E. (2008). Evaluating European Regional Innovation Strategies. *European Planning Studies*, 16(8), 1145–1160. <http://doi.org/10.1080/09654310802315849>