

Propuesta de Política Nacional de Diseño

(Resumen Ejecutivo)

Documento preparado por la Comisión Propuesta de la Política Nacional de Diseño

Chile, Julio de 2007

La realización de este estudio estuvo a cargo de un equipo de expertos provenientes del sector de la investigación, educación, profesión y promoción del Diseño Chileno, quienes se constituyeron como la Comisión Propuesta de la Política Nacional de Diseño. Esta comisión trabajó entre abril y julio de 2007.

Coordinación Ejecutiva de la Comisión Nacional: Katherine Mollenhauer

Coordinación Científica del documento: Katherine Mollenhauer
Alejandro Rodríguez

Comisión Propuesta Política Nacional de Diseño: Patricio González
José Korn
Félix Maldonado
Julio Mejías
Katherine Mollenhauer
Enrique Montero Kaiser
Alejandro Rodríguez
Diego Rodríguez
Rita Soto
Cristian Téllez
Ramiro Torres
Ariel Valdés

Colaboradores:

Jimena Alarcón
Silvio Campos
Gabriel Hernández
Carlos Henrichsen
Patricio Morgado

Instituciones y empresas colaboradoras:

Universidad Tecnológica Metropolitana
Universidad de Valparaíso
Universidad del Bío Bío
Universidad Mayor
Diseño para Chile
Inacap
Colegio de Diseñadores Profesionales de Chile A.G.
Valparaíso Zona Diseño
Cdesign
RED CRUCH (Red de Escuelas de Diseño del Consejo de Rectores)

Diagramación: Mario Quiroz

ÍNDICE

Presentación

1.- Justificación de una Política Nacional de Diseño	4
1.1.- El Diseño y la empresa	6
1.2.- El Diseño y las MYPE	6
1.3.- El Estado y las Políticas de Diseño	8
1.4.- Diseño y competitividad	9
1.5.- Sobre el impacto económico del Diseño	9
1.6.- Oportunidades para una Política de Diseño en Chile	9
1.7.- El futuro del Diseño en Chile	10
2.- Visiones y misiones de una Política Nacional de Diseño	11
2.1.- ¿Qué entendemos por Diseño para esta Política Nacional?	11
2.2.- El Diseño y la Innovación	11
2.3.- El Diseño dentro del Sistema de Innovación Nacional	12
3.- Principios rectores de la Política Nacional de Diseño	13
3.1.- El Sistema de Innovación Design_driven chileno	13
3.2.- Propósito de la Política Nacional de Diseño	14
3.2.- Matriz lógica de la Política Nacional de Diseño	15
4.- Actores y sectores estratégicos para la implementación de la Política Nacional de Diseño	16
4.1.- Sectores estratégicos del Sistema de Innovación Design_driven	16
4.2.- Actores institucionales del Sistema de Innovación Design_driven	16
5.- Modelo de Gestión de la Política Nacional de Diseño	19
5.1.- Plan de Fomento del Diseño desde el sector gobierno	20
5.2.- Plan de Integración del Diseño al sector MYPE desde el sector empresa	21
5.3.- Plan de Innovación Design_driven desde el Sector Investigación	22
5.4.- Plan de Promoción del Diseño como factor de competitividad y mejoramiento de la calidad de vida. Desde el Sector Promoción	23
5.5.- Plan de Desarrollo de la Profesión del Diseño desde el sector Profesión	24
5.6.- Plan de Formación y Capacitación en Diseño desde el sector Educación	24
5.7.- Plan del Sistema de Innovación Design_driven desde el sector Coordinación General	25
6.- Estrategia de Implementación para una Política Nacional de Diseño	27
6.1.- Estrategia para los actores institucionales del SID_d	27
6.1.1.- Etapa 1 Gestación	27
6.1.2.- Etapa 2 Desarrollo	27
6.1.3.- Etapa 3 Consolidación	28
6.1.4.- Etapa 4 Proyección	28
6.2.- Estrategia para las actuaciones institucionales del SID_d	29
6.2.1.- Etapa 1 Gestación	29
6.2.2.- Etapa 2 Desarrollo	29
6.2.3.- Etapa 3 Consolidación	30
6.2.4.- Etapa 4 Proyección	31
6.3.- Plan de Trabajo para una Política Nacional de Diseño	31
Palabra Finales	32

PRESENTACIÓN

En una economía global, el Diseño se está posicionando como el nuevo motor del crecimiento económico e industrial. El Diseño y las innovaciones radicales pueden jugar un rol mayor en posicionar industrias o productos chilenos en la arena global. La cadena de valor, liderada por el Diseño, necesita ser desarrollada como una fortaleza para la industria manufacturera y de servicios. Para ello es necesario fortalecer las capacidades y competencias de desarrollo del Diseño a nivel intelectual y estratégico.

Por otra parte, la historia del Diseño en Chile, demuestra que ha existido y existe una diversidad de instancias y eventos desde donde el Diseño se ha visto fortalecido, tanto en la disciplina como en la profesión. La existencia de 12 mil profesionales del Diseño, de 86 instituciones de educación y de sus 125 programas de formación en las diversas especialidades, conforman un contingente de profesionales suficiente para generar, desarrollar y consolidar una Política Nacional de Diseño.

Reconociendo la creciente influencia que el Diseño está teniendo en el desarrollo económico e industrial, y las potentes políticas de promoción de marca llevadas a cabo por economías emergentes similares a la chilena, el mundo del Diseño chileno -a través de sus instituciones más representativas- se ha planteado proponer a las autoridades de gobierno el desarrollo de una Política Nacional de Diseño. Esta Política tiene un claro foco en una estrategia multisectorial para mejorar la calidad y cobertura del Diseño en Chile, optimizar la competitividad de los productos en el mercado interno e incrementar la participación del país en los mercados internacionales a través del valor agregado que significa integrar diseño en la estrategia empresarial, en sus productos y en los servicios, fortaleciendo de esta manera, la imagen país.

En este mismo sentido, la importancia estratégica del Diseño para la competitividad nacional y de la industria se ha posicionado en muchos países del mundo. Muchos gobiernos han formulado políticas y programas en torno al diseño con una cercana cooperación con el sector empresarial. Estas políticas son bastante similares, poniendo énfasis en el Diseño como herramienta estratégica para el progreso económico y mejora de la competitividad, como también desde su rol nacional en la creación de nuevos trabajos y oportunidades empresariales, actuando sobre la dimensión social y ambiental. En otras palabras, articulando a los distintos actores del sistema y haciendo del Diseño un agente activo en el desarrollo cultural de los países.

En muchas regiones, como la Escandinava, las políticas de Diseño son de carácter nacional. Existen políticas financiadas por el gobierno, sin embargo el rol de las empresas, la industria y el sector educacional son cruciales. En países como Italia, España o Australia, la promoción del Diseño es de carácter regional, y las políticas son formuladas para una región específica de acuerdo a sus necesidades. No obstante, en la verdadera competitividad global, la necesidad de especialización nacional y regional es cada vez más importante y el foco debería orientarse hacia fortalezas nacionales y ventajas competitivas de las empresas. Adicionalmente, la importancia de contar con nuevo conocimiento e investigación, aparece como factor crítico, y es el Diseño el encargado de cohesionar los esfuerzos creativos y proyectuales de las distintas áreas disciplinarias que participan en el desarrollo de productos y servicios.

En este sentido, el presente documento preparado por la Comisión de la Propuesta para una Política Nacional de Diseño ¹, tiene por finalidad el reconocimiento formal del Diseño como tema estratégico

¹ La realización de este estudio estuvo a cargo de un equipo de expertos, provenientes del sector de la educación, la profesión y la promoción del Diseño Chileno quienes se constituyeron en la **Comisión para la Propuesta de una Política Nacional de Diseño**. Esta comisión trabajó durante el periodo de Abril a Julio de 2007 y estuvo constituida por Patricio Gonzalez, José Korn, Felix Maldonado, Katherine Mollenhauer, Julio Mejías, Enrique Montero, Alejandro Rodríguez, Diego Rodríguez, Christian Tellez, Ramiro Torres, Rita Soto y Ariel Valdés. La coordinación científica de la Comisión estuvo a cargo de Katherine Mollenhauer y Alejandro Rodríguez. La coordinación ejecutiva de la Comisión estuvo a cargo de Katherine Mollenhauer.

nacional, asociado a la política y a los organismos vinculados al fomento de la innovación para la competitividad del sector industrial, en especial, de las pequeñas empresas.

Este documento contiene una síntesis y las conclusiones del texto Sistema de Innovación Design_driven en Chile, estudio base sobre el cual se estructura la presente propuesta para una Política Nacional de Diseño. Este libro, el cual ha sido elaborado durante el primer semestre de 2007, buscó los siguientes objetivos:

1. Concluir en torno a los antecedentes históricos existentes respecto de la disciplina y la profesión del Diseño en Chile, como un área del conocimiento que ha estado gestándose y desarrollándose a lo largo de los últimos 40 años, y que hoy llega a un estado de madurez suficiente para plantear una Política Nacional de Diseño.
2. Identificar y analizar las 'buenas prácticas' de otros países que han tenido éxito en la implementación de Políticas Nacionales de Diseño y que, por lo tanto, se constituyen en ejemplos emblemáticos a la hora de afrontar un proceso como éste.
3. Identificar y concluir en torno a las actuales oportunidades que existen para el Diseño en Chile, a través de un análisis del sector MYPE y de los instrumentos de financiamiento que hoy día están disponibles para soportar la innovación design_driven (guiada por el Diseño).
4. Concluir en torno a una propuesta que sirva de orientación para la elaboración de una Política Nacional de Diseño, así como de los programas e instrumentos necesarios para su soporte e implementación

Las conclusiones arrojadas por el estudio base sobre el 'Sistema de Innovación Design_driven en Chile, establecen la necesidad de gestar y desarrollar una Política de Diseño nacional. Es necesario articular coherentemente a los *stakeholders* (actores principales) del "Sistema de Innovación *Design-driven* (guiado por el Diseño)" Este sistema, como en la mayoría de los casos extranjeros analizados, se fundamenta en el conjunto de *stakeholders* vinculados al Diseño, vinculados a los sectores de la educación, de la investigación, de la empresas, del gobierno, de la profesión y de la promoción, los cuales trabajan de forma conjunta y coordinada.

El equipo de expertos trabajó en la presente propuesta durante el período de abril a julio de 2007, abordando el tema y analizando diversos documentos relacionados con el trabajo realizado en los distintos países respecto de la gestación, desarrollo y consolidación de sus políticas nacionales de Diseño. Se tuvo en cuenta la experiencia en el desarrollo de la institucionalidad cultural de Chile, así como las conclusiones de diversos trabajos de investigación realizados por los miembros de esta comisión de expertos con relación a la historia, la situación actual del Diseño en otros países, las oportunidades para el Diseño en el ámbito nacional y las proyecciones de éste dentro del Sistema Nacional de Innovación en Chile.

Finalmente, esta comisión agradece la colaboración de profesionales de distintas áreas quienes aportaron con contenidos y enriquecieron la discusión. Del mismo modo, agradece a las distintas instituciones las cuales a través de sus aportes contribuyeron a la realización de esta propuesta.

1.- JUSTIFICACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE DISEÑO²

1.1.- El Diseño y las empresas

Las empresas chilenas de cualquier tamaño, pero especialmente las MYPE, tienen buenas oportunidades de crecer integrándose a nuevos mercados internacionales, pero para competir en ellos deben agregar valor a las materias primas y/o a los productos y servicios que ofrecen.

Esta posibilidad de agregar valor no está dada hoy solamente por la tecnología, que se ha transformado en un *commodity* o mercancía que se transa abierta y libremente en el mercado y que, por lo tanto, cualquiera puede adquirir. La diferenciación está dada por el Diseño. Cuando se compra un artefacto, un mueble, una lapicera, un auto, etcétera, o sea cualquier bien de consumo, se compra porque ese objeto (o su fotografía), ha llamado la atención del comprador. Luego vamos adentrándonos en las características técnicas, en el precio o en otros factores como el servicio postventa, entre otros aspectos que pueden determinar la compra.

La atención de los diseñadores hacia el mundo de las formas visuales y de las formas materiales, permite que estos profesionales desarrollen una capacidad de configuración, de dar forma, de imaginar lo inexistente, bajo parámetros objetivos de orden técnico y parámetros provenientes de factores estéticos. Es decir innovar e introducir en la decisión de compra otros factores que son más poderosos que el precio o los atributos técnicos.

Para que adquiera sentido y sea verdaderamente un factor de creación de valor, el Diseño debe ser integrado en todas las etapas de la cadena de valor del producto o servicio.

a) El Diseño en el origen del producto

El Diseño no es una cosmética a la que haya que recurrir para embellecer algo irremediablemente feo, ordinario o mal construido. Incorporar un diseñador desde el origen de los productos o servicios permite desarrollar el "sistema producto", cuya característica más relevante es provocar sinergia o concentración de esfuerzos en un objetivo común: mejorar la percepción que las personas tienen de la empresa, sus productos y los servicios que lo respaldan, generando de este modo una verdadera y poderosa imagen de marca.

b) El Diseño en el punto de venta

El Diseño es un factor de ventas. Atrae la atención y establece diferencias entre los productos, permite crear y gestionar marcas y hace posible ambientar los espacios en los que tienen lugar las ventas, enfatizando la experiencia del consumidor y creando condiciones ideales para la comunicación y la lealtad de marca.

1.2.- El Diseño y las MYPE³

Como lo han manifestado todos los sectores políticos, el gran esfuerzo del país debe orientarse al desarrollo de las micro y pequeñas empresas, generando mayor emprendimiento, menores barreras de entrada y salida y creando los instrumentos de modernización y apoyo necesarios para que este sector pueda mejorar su rentabilidad y hacerse más competitivo.

Actualmente, el Diseño como disciplina, a diferencia de la mayoría de los países emergentes, no ha jugado

² Basado en el texto que forma parte del análisis del estado del arte del proyecto: *"Integración de Diseño e Innovación en la Empresa"* presentado por Alejandro Rodríguez Musso, Universidad de Valparaíso al Concurso Innova Chile – CORFO, 2007, en la línea de Interés Público.

³ Basado en el texto que forma parte del análisis del estado del arte del proyecto: *"Integración de Diseño e Innovación en la Empresa"* presentado por Alejandro Rodríguez Musso, Universidad de Valparaíso al Concurso Innova Chile – CORFO, 2007, en la línea de Interés Público.

un rol estratégico en esta materia, ya que existe un problema estructural en el mercado chileno del Diseño que dice relación con el posicionamiento que ha adquirido el Diseño como una disciplina artística y con una falla en la educación de los diseñadores y su compartimentación o especialización temprana en las diversas disciplinas en las que se ejerce el Diseño.

En una investigación realizada entre 2001 y 2002⁴, acerca de la integración de Diseño en las empresas chilenas, revela que el 80 por ciento de las grandes empresas integra Diseño en su gestión y lo hace utilizando el concepto de “Sistema Producto”, es decir, desarrollando un concepto genérico que abarca la dimensión física y simbólica del producto, sus comunicaciones y el mercado, basados en la misión y visión de la empresa. Ello les permite efectivamente diferenciarse y posicionar sus marcas. Por lo mismo, un producto diseñado, y particularmente aquéllos que son pensados como sistema, aumenta significativamente su valor (70 por ciento) y sus posibilidades de venta y, por ende, las posibilidades de éxito comercial para su productor.⁵

En el ámbito de las MYPE, sólo un 30 por ciento de los empresarios entrevistados reconoce haber utilizado algún elemento de Diseño en su gestión, es decir, existen 77 mil 640 empresas que no integran Diseño en su sistema de producción⁶. Frente a la pregunta de porqué no lo hacen, responden que es debido a que es un gasto innecesario o bien una inversión muy costosa. Ello revela que no se percibe el valor estratégico del Diseño para el desarrollo empresarial y la generación de nuevos mercados, con estándares más competitivos de calidad tanto en el producto, como en el desarrollo de la marca. En el caso de las microempresas, sólo un 20 por ciento ha integrado esta herramienta estratégica, lo que implica que potencialmente existen 521 mil 956 unidades productivas que requieren de este servicio.

Es posible afirmar que uno de los elementos que incide en la debilidad de las exportaciones de manufacturas chilenas es la falta de Diseño en tales productos, lo cual se ratifica a partir de la investigación acerca de la “*Integración de Diseño en el sistema productivo chileno*”, realizado por la Escuela de Diseño de la Universidad de Valparaíso. De acuerdo con dicho proyecto, quedó de manifiesto entre los empresarios participantes que una de sus principales debilidades para acceder a tales mercados se encuentra en la falta de Diseño de sus productos, en la calidad de las terminaciones y en la comunicación. En el ámbito de las MYPE productivas, el esfuerzo está orientado principalmente a la producción, en tanto que dicho esfuerzo no resulta equivalente en el plano del *marketing* y las ventas y, por lo tanto, el Diseño no se integra con la fuerza necesaria.

Ello produce un bajo nivel de valoración de las necesidades orientadas al mercado y a la venta. Esfuerzos tales como el desarrollo de la marca, el Diseño del producto (innovación incluida), el envase, el embalaje, el Diseño del punto de venta, los medios de comunicación (catálogos, folletos, web), el Diseño de la experiencia y los procesos de postventa, son vistos como gastos y no como factor orientado al mejoramiento de las ventas. Esto incide en que la mayoría de las veces se tenga una mirada parcial sobre estas variables y no se las perciba como parte de un sistema integrado que interactúa y se relaciona con el cliente de una

⁴ Rodríguez Musso, Alejandro, y Núñez Loyola, Luz; Acevedo, Omar; Iglesias, Ana María; Bustamante, Marinella. “*Análisis de la realidad profesional del Diseño en Chile*”. DIPUV-2000, Universidad de Valparaíso. 2000-2001. Publicado en Revista Hacer Región del Gobierno Regional de Valparaíso, N°2. 2006.

⁵ Proyecto FONDEF D971 1038. “*Diseño como un Sistema Integrado de Producción y Mercado: Factores Básicos para Incrementar la Competitividad*”. Proyecto de investigación desarrollado por la Escuela de Diseño del Instituto Profesional DuocUC en conjunto con la Compañía Tecno Industrial CTI, el Centro Ricerche del Instituto Europeo Di Design CRIED y Design Innovation DI, ambos de Milán, Italia, a través de CONICYT, para el desarrollo de un modelo metodológico tendiente a reducir el Tiempo de Desarrollo (Time to Market) para un producto comercial. Años 1997 - 1999.

⁶ En el caso de Corea, según la misma fuente, el año 2001 el 39% de las PYMEs integra Diseño y a través de la política de fomento, se pretende llegar a un 60% en año 2007.

forma coherente, único medio de generar tanto el valor simbólico del producto, como la confianza necesaria para fidelizar al cliente.

La integración de Diseño a la empresa debe ser realizado interviniendo globalmente, desde una mirada estratégica de Sistema Producto, lo cual implica el desarrollo de proyectos que abarquen los procesos productivos, el producto o servicio y las comunicaciones asociadas. Cuando se tiene este sistema integrado, se logra capturar con mayor eficiencia una mayor cuota de mercado, ya que el efecto que esta estrategia genera en los consumidores es confianza en la marca y, por lo mismo, pueden percibir el valor agregado que ello significa.

1.3.- El Estado y las Políticas de Diseño

La importancia estratégica del Diseño para la competitividad nacional y de la industria se ha posicionado en muchos países del mundo. Muchos gobiernos han formulado políticas y programas en torno al Diseño con una cercana cooperación con el sector empresarial. Estas políticas son bastante similares, poniendo énfasis en el Diseño como herramienta estratégica para el progreso económico y mejora de la competitividad, como también su rol nacional en la creación de nuevos trabajos y oportunidades empresariales. En la mayoría de los casos analizados por esta comisión, ha quedado de manifiesto que es el Estado el llamado a incentivar y promover el uso del Diseño como estrategia de competitividad, pero este proceso no sólo debe ser abordado desde los instrumentos de fomento, sino que debe integrar una política multisectorial que involucre a los sectores empresariales, educacionales, de investigación y desarrollo, a los comunicacionales y a los instrumentos públicos de fomento y promoción de carácter subsidiario. Desde esta perspectiva, el Diseño y su utilización, deben ser desarrollados continuamente, de manera tal de mantener el Diseño como un factor de competitividad.⁷

En la nueva economía mundial, interconectada e integrada, el Diseño se constituye en una herramienta estratégica de desarrollo para las empresas y organizaciones que desean crecer tanto en los mercados locales como internacionales. El Diseño no es un gasto, sino una inversión en desarrollo que hace posible innovar, en algunos casos optimizar procesos, desarrollar la calidad, diversificar las líneas de producción, investigar la utilización de nuevos materiales, en tanto que en otros casos logra mejorar la presentación de los productos, adaptar la producción a diferentes culturas, generar series, posicionar la marca, etcétera. Es decir, el Diseño puede integrarse en lo que podríamos llamar el *hardware* y el *software* de la empresa. O sea, en su sistema productivo concreto y en su sistema de gestión de ventas y gestión de marca.

Quienes logran posicionarse en los mercados internacionales son las grandes marcas de distribución masiva o productos de distribución selectiva que han incorporado el Diseño a su gestión. La calidad y diferenciación estilística que logran les permite introducirse en nuevos mercados y/o aumentar su participación en sus mercados locales. Así, el Diseño contribuye al aumento de las ventas y, por lo mismo, al crecimiento de los negocios. Con la integración de Diseño en los productos y servicios es posible entrar en mercados de mayor exigencia de calidad.

Pero para que ello sea posible, es necesario que el Diseño sea integrado de manera sistémica, incorporándolo en la estrategia de desarrollo de la empresa. Hay que analizar la totalidad del sistema en que se mueve el producto, las costumbres de los usuarios, las tendencias del mercado, la competencia, las fortalezas y debilidades de la empresa, su capacidad para innovar, sus deseos de crecer; es decir, un sinnúmero de variables, que finalmente se expresan en la forma y los materiales, los procesos productivos, la comunicación comercial del producto, el producto o servicio mismo, el Diseño del punto de venta, la forma

⁷ Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions, 2003, Designium, the New Centre of Innovation in Design in the University of Art and Design in Helsinki by Jaana Hytönen, MA and assisted by Hanna Heikkinen, B.Sc.

de exhibir el producto, la web, los catálogos, la utilización de la marca, entre otros factores que se debe tener en cuenta en el sistema producto.

1.4.- Diseño y competitividad

De acuerdo al Instituto de Investigación Económica de Nueva Zelanda (Nzeir), existe una clara relación lineal entre la competitividad de un país y el uso efectivo del Diseño.⁸ Debe haber algo que module, controle y fomente nutrientes de creatividad e innovación hacia la empresa –algo que le dé sentido a la innovación- y este algo es el Diseño, el que actúa como un termostato para la innovación, respondiendo a las voces y miradas de los clientes, empleados, inversionistas, y todos los otros factores que sustentan y dan forma a la cultura de la empresa y a sus operaciones.

1.5.- Sobre el impacto económico del Diseño

El Diseño tiene impactos en la innovación, el desarrollo y la construcción de marcas, presencia en los puntos de venta, diferenciación de los productos, comunicaciones en general, en suma, se trata de los principales factores de competitividad en mercados que alcanzan un determinado nivel de desarrollo económico y principalmente en aquellas economías más sofisticadas desde una perspectiva de la cultura material y de consumo. En la sociedad del conocimiento, la innovación es un factor de competitividad fundamental guiada por el Diseño, cuyo foco está centrado en la integración al producto o servicio de los factores humanos y culturales que en definitiva son los que determinan la compra del producto, integrando de este modo un factor de humanización de la tecnología. Las habilidades y competencias de los diseñadores al ser integradas al proceso de desarrollo de productos, en una forma que da espacio a la creatividad y a la exploración, es capaz de generar prototipos que permiten visualizar y testear las posibilidades de usabilidad, de producción, distribución y comunicación de los productos y servicios, basados en el usuario y antes de su producción, lo cual reduce la incertidumbre respecto de la introducción al mercado de nuevos productos y servicios.

1.6.- Oportunidades para una Política de Diseño en Chile

La economía chilena se estructura en dos grandes bloques de desarrollo: la explotación de Recursos Naturales y el desarrollo de Servicios. En este contexto, el posicionamiento del Diseño se ha visto integrado en un extremo de la cadena de valor, estableciéndose como una herramienta concreta asociada a tareas de comunicación y *marketing* de productos y servicios. En este sentido, es posible reconocer dos bloques de trabajo:

a) Diseño e innovación desde el campo de I+D

Generación y transformación del conocimiento a partir de la investigación y desarrollo, en productos y servicios con demanda de mercado, factibilidad tecnológica y productiva, e innovación como factor de diferenciación.

b) Desarrollo o mejora de productos y/o procesos productivos

Mejoramiento de la competitividad de productos y servicios mediante el ahorro de costos en los procesos productivos, por racionalización de partes y piezas, cadena productiva, simplificación de procesos o el aumento de las ventas, a través de la diferenciación de sus productos en el mercado con más valor agregado.⁹

⁸ "Success By Design", Design Taskforce, in partnership with the New Zealand Government, in support of the growth and innovation framework (gif). 27 may 2003

⁹ "Experiencia Chilena. Colaboración entre la academia y la empresa en la economía chilena. Una contribución a la competitividad nacional en el mercado latinoamericano". Andres Villela, Coordinador, Centro de Producción de Diseño. Escuela de Diseño. Instituto Profesional DuocUC de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile.

En el contexto general analizado en el presente documento, es posible resumir las oportunidades de desarrollo del Diseño en Chile en los siguientes puntos:

1. Ambiente proclive a la innovación y al desarrollo de la competitividad en el país.
2. Recursos gubernamentales disponibles para invertir en innovación y en Diseño.
3. Red nacional de Agencias Regionales de Desarrollo Productivo y Nodos de Corfo permiten articular políticas de esta naturaleza a nivel de todas las regiones.
4. Instrumentos de Corfo y Sercotec adaptables al fomento y promoción del uso de Diseño en las empresas.
5. Aumento de las exigencias de calidad en el mercado nacional y en los mercados internacionales (Tratados de libre comercio).
6. Creciente demanda de productos con respaldo de marca de origen (Trazabilidad).
7. Necesidad de impulsar el crecimiento de las iniciativas emprendedoras.
8. Los aportes del Ministerio de Educación, a través del programa Mecesus para el mejoramiento de la calidad de la educación en Diseño y la formación de recursos humanos calificados para la I+D, la transferencia de tecnología y la innovación.
9. La existencia de educadores, investigadores, profesionales y las organizaciones gremiales, empresas de Diseño, agencias gubernamentales de fomento (Corfo, Sercotec, Prochile) y entes de promoción del Diseño, constituyen una oportunidad para la configuración de una institucionalidad del Diseño, expresada en el Sistema de Innovación conducido por el Diseño.
10. La creciente necesidad de las MYPEs de contar con productos diseñados para responder a las demandas de las grandes empresas.
11. Aumento de la demanda por productos innovadores para mantener ventajas competitivas.

1.7.- El futuro del Diseño en Chile

El Diseño en Chile ha estado presente a través de las empresas productivas y de servicios, las universidades y centros de educación superior, las asociaciones gremiales y culturales. Sin embargo, aún así, el Diseño no ha logrado posicionarse en una forma extendida en el medio empresarial y público chileno. Sin duda, el desafío para el desarrollo del país en los próximos años es integrar y difundir el Diseño como estrategia. Este proceso debería ser abordado desde una perspectiva multisectorial, que incluya educación, investigación, empresa, gobierno y profesión. De esta manera, podremos avanzar decididamente en instalar un “Sistema de Actores Institucionales”.

La integración del Diseño en la cultura y en las conversaciones del sector empresarial es un fenómeno mundial, que se instala al constatarse que el Diseño está teniendo una creciente influencia en el desarrollo económico, en las políticas de promoción llevadas a cabo por economías emergentes similares a la chilena, mejorando la competitividad de los productos en el mercado interno e incrementando la participación del país de origen en los mercados internacionales a través del valor agregado que significa integrar Diseño en la estrategia empresarial, sus productos y servicios, fortaleciendo la imagen país.

El futuro dependerá del Diseño y las innovaciones radicales, pues éstas jugarán un rol mayor en posicionar productos y servicios chilenos en la arena global. Es allí, donde se debe apuntar a posicionar el Diseño como tema estratégico nacional, asociado a la política de fomento de la innovación para la competitividad de las empresas.

2.- VISIÓN Y MISIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE DISEÑO¹⁰

2.1.- ¿Qué entendemos por Diseño en esta propuesta de Política Nacional?

El Diseño es una actividad creativa y proyectual, cuyo objetivo es establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios y de sus sistemas en ciclos de vida completos. Diseñar significa proyectar bajo consideraciones éticas y estéticas, teniendo en cuenta el mercado y principalmente el comportamiento de los usuarios. El foco de actuación del Diseño es el sector de la industria, del comercio, de los servicios y de las organizaciones del sector público. Su campo de actuación está vinculado con el desarrollo de un producto, un servicio, una estrategia de comunicaciones, el medioambiente y la identidad corporativa y organizacional. Además, el Diseño mejora la calidad, la competitividad y la demanda de productos y servicios chilenos en el mercado global, por lo tanto promueve el bienestar y el empleo. El Diseño puede también generar productos, servicios e innovaciones en la producción.

Desde esta perspectiva, el Diseño promueve el bienestar de los ciudadanos al crear entornos de alta calidad estética y productos de uso amigable para el usuario. La implementación de la sociedad de la información implica que los productos, los entornos de la vida cotidiana y del trabajo, y los servicios son orientados hacia las necesidades de las personas y de sus habilidades. Hacia un entorno estético, el Diseño también promueve el desarrollo de métodos de producción considerando el desarrollo sostenible y el uso de materiales de manufactura amigables con el ambiente. El *know-how* del Diseño, por su parte, genera innovaciones en la cultura. Una cultura de Diseño nacional de alta calidad con reconocimiento internacional, fortalece la identidad nacional y la imagen cultural de Chile en el exterior.

En esta propuesta, Diseño es un término que abarca el Diseño de Productos, Diseño de Comunicaciones Visual y Multimedial, el Diseño Estratégico, el Diseño de Textiles y de Vestuario, el Diseño de Interiores y las artesanías. Todas estas especialidades, en su conjunto, contribuyen a mejorar y elevar el valor de la vida y, por lo tanto, el término diseñador se refiere a un profesional que ejerce una actividad intelectual, reflexiva y propositiva que se manifiesta a través de una cultura proyectual.

2.2.- El Diseño y la Innovación

Según el Manual de Oslo, las innovaciones que ocurren en el ámbito productivo y principalmente al interior de las empresas son de dos tipos: a) la Innovación de productos, y 2) la Innovación tecnológica de procesos. En este sentido, el Diseño es un aliado estratégico para la innovación en la medida que implica la creación de algo nuevo, con bases en algo preexistente o no, pero que sin duda intenta mejorar lo anterior. El 'Sistema-Producto'¹¹ y la 'Innovación Design_driven'¹² como modelos instrumentales hacen del Diseño y de su dimensión estratégica una herramienta útil en el desarrollo de nuevos significados, nuevos procesos, nuevas formas de comunicaciones y comercialización de productos y servicios, contribuyendo directamente a la innovación incremental y a la radical.

¹⁰ Basado en el texto "*Recomendaciones para una Política Nacional de Diseño para Chile*", documento inédito y extracto de la Tesis doctoral "Sistema de Innovación Design_driven. Modelo instrumental para un desarrollo tecnologico culturalmente sostenible", Barcelona, Noviembre 2006, de Katherine MOLLENHAUER, financiada por Programa MECESUP UTM 0201

¹¹ Sistema-producto, concepto con el cual el Politecnico di Milano define la integración del PRODUCTO + SERVICIO + COMUNICACIÓN en un todo, desarrollando un concepto genérico que abarca la dimensión física y simbólica del producto, basada en la misión y visión de la empresa. Esta sinergia conlleva a la concentración de esfuerzos en un objetivo común: mejorar la percepción que la sociedad y el mercado tienen de la empresa, de sus productos y de los servicios que la respaldan; fortaleciendo de este modo la imagen de marca de la empresa.

¹² El término 'Innovación Design_driven' significa guiado por el Diseño. Con este concepto, el Politecnico di Milano, define a aquella innovación de know-how en la cual no sólo cobra valor la innovación funcional y prestacional, sino que también aquella de significado. La Innovación design_driven se refiere, entonces a los procesos de reconfiguración en la creación del valor como resultado del encuentro entre potencialidad técnica y la potencialidad social. Un encuentro que para tener lugar necesita de una particular capacidad de moverse dentro de diversos universos disciplinarios, organizativos y lingüísticos. Esta relación se da en cuanto existe una relación entre diseño e impresa en el marco de una continua investigación sobre nuevos perfiles de usuarios y de los productos y servicios necesarios para satisfacerlo.

2.3.- El Diseño dentro del Sistema Nacional de Innovación ¹³

La innovación a nivel país se expresa en la voluntad de los diversos actores públicos y privados que intervienen en la innovación y la entienden como un proceso sistémico. El actor principal del *Sistema Nacional de Innovación* (SNI)¹⁴, lo constituye la empresa, en donde finalmente ocurren las innovaciones. La relación esencial, base de todo el sistema, es la que se establece cuando la empresa logra introducir innovaciones en el mercado y de este modo generar utilidades. Por lo tanto, producir un cambio en los productos o procesos existentes requiere haber aprendido algo nuevo o, dicho de otro modo, conocer algo que no se conocía. A nivel de empresas y de países, se suele denominar Investigación y Desarrollo (I+D) al conjunto de acciones realizadas sistemáticamente para desplazar la frontera del conocimiento y derivar nuevas aplicaciones.

En este sentido, el Diseño por su definición proyectual está en condiciones de idear, planificar, desarrollar y ejecutar procesos de investigación y desarrollo con un fuerte impacto en la empresa, y por lo tanto, respecto de los procesos de innovación tecnológica de productos o de procesos, ya sean del tipo incremental o radical. La capacidad de configuración conceptual y formal propios del proceso de Diseño permiten disponer de modelos instrumentales útiles para abordar procesos sistémicos de innovación. Por otra parte, la existencia de 12 mil profesionales del Diseño, de 86 instituciones de educación y de sus 125 programas de formación en las diversas especialidades, dan cuenta de un contingente de profesionales suficiente para generar, desarrollar y consolidar una Política Nacional de Diseño. No obstante, es necesario que el Gobierno reconozca al Diseño como parte del Sistema de Innovación desde sus distintas dimensiones, respecto de sus actores y actuaciones.

¹³ Basado en el documento de la Subsecretaría de Economía, Fomento y Reconstrucción. *"INNOVAR en Chile. Programa de Desarrollo e Innovación Tecnológica"*. Primera edición, 2005, Santiago, Chile.

¹⁴ Para dar cuenta de las múltiples relaciones y estructuras involucradas en la innovación, suele utilizarse el concepto de *Sistema Nacional de Innovación* (SNI), al que Manuel Agosin y Neandro Saavedra definen como "el conjunto integrado de actores e instituciones que, en el ámbito de una nación, se interrelacionan con el fin de llevar adelante el proceso de innovación".

3.- Principios rectores de la Política Nacional de Diseño.¹⁵

3.1.- El Sistema de Innovación *Design_driven* chileno

En los países donde el ‘Sistema Nacional de Innovación’ está conformado, y se dispone de un ‘Sistema Design’ (Sistema de Diseño) relativamente maduro, es posible identificar al Sistema de Innovación *Design_driven*.

El concepto ‘Sistema Design’¹⁶ se refiere al conjunto de actores relevantes y sus interrelaciones que soportan el Diseño para operar dentro de una comunidad, país o región. El ‘Sistema Design’ como instrumento hace posible identificar y visualizar a los *stakeholders*, sus interrelaciones y *performance*, dibujando y delimitando las actividades específicas guiadas por el Diseño, considerando los requerimientos económicos, sociales y culturales.

El concepto “Sistema de Innovación *Design_driven*” (SID_d)¹⁷ está basado en el anterior, y debe funcionar como un subsistema interconectado dentro de los Sistemas de Innovación Nacional, Sistema Design y Económico-productivo. En este sentido, el Diseño puede establecer fortalezas desde un alto nivel entre los actores nacionales y regionales de la política, la economía, la cultura y la educación, al identificar y validar aquéllas donde los procesos de innovación son guiados por el Diseño como una disciplina y profesión estratégica. Esto significa que los procesos de innovación son liderados por el Sistema Design y directamente conectados con el Sistema de Innovación Nacional del mismo modo que con el Sistema Económico-productivo.

En el caso de Chile, el Sistema de Innovación *Design_driven*¹⁸, se ha estado gestando y desarrollando en los últimos 40 años y está conformado por una masa crítica de educadores, investigadores, profesionales, organizaciones gremiales, empresas de Diseño, agencias gubernamentales de fomento y entes de promoción del Diseño; es decir, por el conjunto de actores, actuaciones y buenas prácticas que surgen del Sistema Económico-productivo, Sistema de Innovación Nacional y del Sistema Design.

En este momento, alcanza un nivel de madurez suficiente para enfrentar una etapa de consolidación a través de una Política Nacional de Diseño que promueva la integración de las instituciones gubernamentales, educacionales, empresariales y profesionales, y defina el sistema de planes, programas e instrumentos de fomento en función del objetivo de mejorar la competitividad del sector productivo y de servicios.

¹⁵ Basado en el texto “Recomendaciones para una Política Nacional de Diseño para Chile”, documento inédito y extracto de la Tesis doctoral “Sistema de Innovación *Design_driven*. Modelo instrumental para un desarrollo tecnológico culturalmente sostenible”, Barcelona, Noviembre 2006, de Katherine MOLLENHAUER. financiada por Programa MECESUP UTM 0201

¹⁶ ‘Sistema Design’ concepto con el cual el Politecnico di Mialno define al ‘Sistema de Diseño’, se refiere al conjunto de actores relevantes y sus interrelaciones que soportan el Diseño para operar dentro de una comunidad, país o región. El ‘Sistema Design’ como instrumento hace posible identificar y visualizar a los *stakeholders*, sus interrelaciones y *performance*, dibujando y delimitando las actividades específicas guiadas por el Diseño considerando los requerimientos económicos, sociales y culturales. Vease en Bertola, P.; Sangiogi, D.; & Simonelli G. Milano Distretto del Design. Un sistema di luoghi, attori e relazioni al servizio dell’innovazione (Il sole 24 ore, S. p. A, Milano, 2002

¹⁷ Vease en MOLLENHAUER, Katherine y KORVENMAA, Pekka. “*Designing the Designer: The responsibilities of education in the national/regional system of Design*”, Paper a presentar en la International Conference on Engineering and Product Design Education, 13-14 septiembre 2007, Northumbria University, Newcastle Upon Tyne United Kingdom

¹⁸ El modelo del Sistema de Innovación *Design_driven* esta soportado por: a) seis tipos de actores principales o *stakeholders* provenientes del sector del gobierno, de la educación, de la I+D+i, de la Profesión, de la Industria y la empresa, de la promoción, b) cuatro tipos de actuaciones, leyes o decretos, políticas, planes y programas, instrumentos de financiamiento; y c) cuatro tipos de proyectos guiados por el Diseño, clasificados en proyectos de investigación y desarrollo, proyectos de investigación aplicada y transferencia, proyectos experimentales o pilotos, proyectos de promoción. MOLLENHAUER, K. “*Sistema de Innovación Design_Driven. Modelo Instrumental Para Un Desarrollo Tecnológico Culturalmente Sostenible*”. In *Jornades Doctorials 2006. Desenvolupament Professional Dels Doctors I Formació En La Gestió De L’r+i* (Generalitat De Catalunya– Departament D’educació I Universitats, Collbató 2 al 5 D’octubre De 2006).

Hoy es el tiempo de integrar el Diseño en la cultura económica, tecnológica y social del país, del mismo modo que otras naciones ya lo han hecho. Porque el Diseño no es sólo un valor agregado sino que es un valor en sí mismo, que contribuye a mejorar la calidad de vida y elevar los estándares de desarrollo económico y humano de los pueblos.

En este contexto se ha llegado a la conclusión que para desarrollar una política nacional de diseño, es fundamental abordar el tema desde una perspectiva multisectorial, capaz de generar y articular coherentemente el Sistema Diseño Chile. Este sistema, como en la mayoría de los casos analizados, se fundamenta en un sistema integrado que abarca los sectores educación, empresas y Estado y aborda una estrategia fuertemente basada en el desarrollo de instrumentos de promoción (en el ámbito empresarial, productivo y también en el público en general), fomento y apoyo financiero (mediante subsidios, concursos e incentivos), e inversión en capital humano (mediante programas de postgrado y desarrollo de la investigación).

3.2.- Propósitos de la Política Nacional de Diseño

El propósito de la Política Nacional de Diseño es fortalecer el Sistema Diseño y consolidar un Sistema de Innovación Design_driven dinámico el cual ponga a Chile al frente respecto de la utilización del Diseño como herramienta de competitividad. El objetivo de la Política Nacional de Diseño es mejorar la competitividad a través del desarrollo de la educación, práctica e investigación en el campo del Diseño y la integración del Diseño en el desarrollo del Sistema Nacional de Innovación. El Diseño puede contribuir al Sistema de Innovación al encontrar nuevos modos de acción, produciendo nuevas investigaciones y proyectos de I&D, y preparando expertos con una nueva orientación.

En este sentido, elabora y presenta la siguiente propuesta, como documento base para la preparación e implementación de una Política Nacional de Diseño para Chile, basada en los siguientes propósitos:

- a) El fomento del Diseño desde el sector gobierno.
- b) La integración del Diseño dentro del Sistema económico-productivo del país.
- c) La innovación guiada por el Diseño (design_driven) presente dentro del Sistema Nacional de Innovación.
- d) La promoción del Diseño en todos los sectores de la vida del país.
- e) El desarrollo del Diseño desde y hacia el sector profesional.
- f) La formación en materias de Diseño tanto al interior de la propia disciplina como la proyección de ésta hacia otras áreas de la educación, del conocimiento y del ejercicio profesional.
- g) La mejora continua de esta política basada en la coordinación general y la toma de decisión de cualquier medida correctiva necesaria a implementar.

La Política Nacional de Diseño establece los objetivos para el sector público en el desarrollo del Sistema de Diseño, pero también los lineamientos a seguir por todos los actores del Sistema de Innovación Design_driven. El logro de esos objetivos requiere cooperación entre los diferentes actores del sector público, del sector de negocios e industria, de la educación, de la investigación, de la profesión, de la promoción y de la sociedad en general. Esta cooperación puede crear condiciones favorables para mejorar la calidad del Diseño, promover extensivamente el uso de las oportunidades inherentes al diseño con miras a mejorar la competitividad y el empleo, desarrollar la calidad del entorno vivo y promover una cultura nacional distintiva.

3.3.- Matriz lógica de la Política Nacional de Diseño

La siguiente matriz contiene elementos articuladores de la Política Nacional de Diseño organizados de acuerdo a la estructura del Sistema de Innovación Design_driven (SID_d). El modelo del SID_d está constituido por los actores y las actuaciones de: 1) el Gobierno, 2) la Industria y la Empresa, 3) la Investigación y la Transferencia de Tecnología, 4) la Promoción 5) la Profesión y 6) la Educación. Las actuaciones a su vez se organizan según: 1) La política, 2) El plan, 3) Los programas, y 4) Los instrumentos.

Esta comisión propone a los actores y a las actuaciones que han de ser considerados dentro de las dinámicas propias de la creación de la Política Nacional de Diseño y de la integración del Diseño dentro del Sistema Nacional de Innovación (SNI) a través de la constitución del SID_d chileno. Esta matriz considera los principios sobre los cuales se funda la Política, los objetivos y los programas e instrumentos que deberían considerarse para su implementación. La matriz lógica, como modelo instrumental, se organiza de la siguiente forma:

- a) Actores organizados según: gobierno, empresa, investigación, promoción, educación, profesión.
- b) Actuaciones organizadas según: Principios de la Política, Objetivos del Plan, Programas e Instrumentos.

Figura 11: Matriz lógica general de la Política de Diseño

		ACTUACIONES		
		Propósito de la Política	Objetivos del Plan	Programas e instrumentos
ACTORES	Gobierno			
	Empresa			
	Investigación			
	Promoción			
	Profesión			
	Educación			
	Coordinación			

4.- Sectores y actores estratégicos para la implementación de una Política Nacional de Diseño¹⁹

4.1.-Sectores estratégicos del Sistema de Innovación Design_driven chileno

Los sectores estratégicos del SID_d definidos para la Política Nacional de Diseño son:

- 1) el Gobierno, el cual involucra a todas las instituciones vinculadas al sector público y al gobierno.
- 2) la Industria y la Empresa, el cual involucra a todas las organizaciones vinculadas al sector industrial, empresarial y comercial.
- 3) la Investigación y la Transferencia de Tecnología, el cual involucra a todas las instituciones vinculadas al sector de la I+D, la transferencia tecnológica y la innovación.
- 4) la Promoción, el cual involucra a todas las instituciones vinculadas a la misión de promover el Diseño como ente.
- 5) la Profesión, el cual involucra a todos los organismos vinculados al sector de la profesión y de las empresas basadas en el Diseño, y
- 6) la Educación, el cual involucra a todas las instituciones vinculadas a la educación del Diseño en los niveles universitario, técnico profesional, de la enseñanza media y básica.

Se propone que los actores y las actuaciones institucionales consideradas en la Política Nacional de Diseño persigan, por una parte, la integración del Diseño dentro del Sistema Nacional de Innovación (SNI), como factor de competitividad para las empresas –especialmente las MYPE-, y por otra, la integración del Diseño dentro del quehacer nacional en su conjunto.

4.2.- Actores institucionales del Sistema de Innovación Design_driven chileno

Se propone que, como principio básico para cada uno de los sectores, se defina un actor institucional determinado, cuya función es velar por la integración del Diseño dentro de las políticas públicas del país. Así, tenemos que:

- 1) Para el sector del **Gobierno** se creará el “Subcomité del Diseño” dentro del ya existente Consejo Nacional de Innovación para la competitividad.
- 2) Para el sector de la **Empresa** se creará la “Subdirección de programas de Diseño” en Innova Chile.
- 3) Para el sector de la **Investigación** se creará el “Consejo Nacional de Investigación en Diseño”, vinculado al Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad y al Ministerio de Educación.
- 4) Para el sector de la **Promoción** se creará el “Centro Nacional de Promoción del Diseño” vinculado a Mideplan, al Ministerio de Educación y al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- 5) Para el sector de la **Profesión** se creará el “Consejo Nacional de Entidades Gremiales y Empresariales del Diseño”, vinculado a Mideplan y a los ministerios del Trabajo, Economía y Educación.
- 6) Para el sector de la **Educación** se creará el “Consejo Nacional de Escuelas de Diseño”, vinculado al Ministerio de Educación y al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

¹⁹ Basado en el texto “Recomendaciones para una Política Nacional de Diseño para Chile”, documento inédito y extracto de la Tesis doctoral “Sistema de Innovación Design_driven. Modelo instrumental para un desarrollo tecnológico culturalmente sostenible”, Barcelona, 2007, de Katherine MOLLENHAUER, Gajardo, financiada por Programa MECESUP UTM 0201

CONSEJO NACIONAL DE DISEÑO			
Actores	Nombre	Propósito	Vinculaciones a:
Gobierno	Subcomité del Diseño	Fomentar políticas públicas, planes y programas relacionados al soporte del Diseño como herramienta de innovación, para el desarrollo económico, tecnológico y social del país.	Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad.
Empresa	Subdirección de programas de Diseño	Ejecutar acciones relacionadas con los programas e instrumentos de soporte al Diseño, como herramienta de innovación para el desarrollo económico, tecnológico y social del país.	Minecon Corfo Innova Chile
Investigación	Consejo Nacional de Investigación en Diseño	Innovar basándose en la generación de conocimiento desde y hacia el Diseño, estableciendo directrices respecto de los campos de estudio para el Diseño, respondiendo a las necesidades del sector empresarial y de la sociedad en general en materias de investigación, transferencia e innovación <i>design_driven</i> .	Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad Mineduc
Promoción	Centro Nacional de Promoción del Diseño	Promover el uso del Diseño dentro de los distintos sectores, poniendo en valor su dimensión instrumental y estratégica, integrándolo al desarrollo económico-productivo, tecnológico, social y cultural del país.	Mideplan Consejo Nacional de la Cultura y las Artes Mineduc
Profesión	Consejo Nacional de Entidades Gremiales y Empresariales del Diseño	Coordinar las directrices de la formación en Diseño a nivel nacional, con el fin de identificar las reales necesidades del sector empresarial y responder los requerimientos en materia de formación de pregrado, y formación continua (masters y doctorados), mejorando la calidad de los profesionales del Diseño.	Mineduc Mideplan Ministerio del Trabajo Minecon
Educación	Consejo Nacional de Escuelas de Diseño	Desarrollar la disciplina del Diseño hacia un ejercicio profesional ético y estético, que contribuya al desarrollo económico, social y cultural del país, asumiendo un rol político dentro del desarrollo de la sociedad en su conjunto.	Mineduc Ministerio del Trabajo

Figura 13: Matriz lógica de los Actores Institucionales y de los sectores estratégicos de la Política Nacional de Diseño

Respecto de los primeros cuatro sectores (Gobierno, Empresa, Investigación y Promoción), los actores institucionales no existen y deben ser creados a la brevedad según el plan estratégico propuesto por esta Comisión.

Con relación al sector de la educación, actualmente existe la Red de Escuelas de Diseño del Consejo de Rectores de Universidades del Estado de Chile. Sin embargo, es necesario potenciar la existencia de un órgano que reúna a todas las escuelas de Diseño a nivel nacional, ya sean de universidades estatales o privadas, y que incluyan a los centros universitarios y a los de formación técnica, en definitiva a todos los actores del Sistema de Educación del Diseño chileno.

En el sector de la Profesión, el Colegio de Diseñadores Profesionales A.G (CDP AG.) existe desde 1986. No obstante es necesario vitalizarlo y fortalecer la creación de los Consejos Regionales del CDP AG, hoy en desarrollo, como parte del organigrama contemplado en sus estatutos vigentes. Otro ente de la profesión que también existe es el QVID, es una Asociación de Empresas de Diseño AG, fundada en 1994.

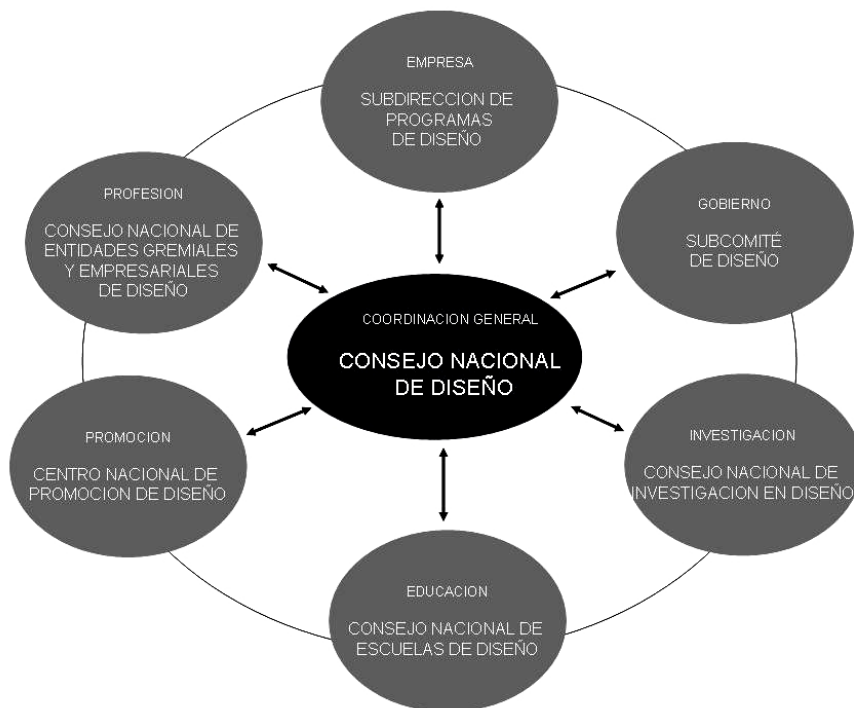
Figura 14: Matriz lógica de los Actores y Propósitos Institucionales de la Política Nacional de Diseño

SECTOR	Propósito	Actor	¿Existe?
1.- Gobierno	FOMENTO	SUBCOMITÉ DE DISEÑO	No
2.- Empresa	INTEGRACIÓN	SUBDIRECCIÓN DE PROGRAMAS DE DISEÑO	No
3.- Investigación	INNOVACIÓN	CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACION EN DISEÑO	No
4.- Promoción	PROMOCIÓN	CENTRO NACIONAL DE PROMOCION DEL DISEÑO	No
5.- Profesión	DESARROLLO	CONSEJO NACIONAL DE ENTIDADES GREMIALES Y EMPRESARIALES DEL DISEÑO	No
6.- Educación	FORMACIÓN	CONSEJO NACIONAL DE ESCUELAS DE DISEÑO	No
7.- Coordinación general	SISTEMATIZACIÓN	CONSEJO NACIONAL DE DISEÑO	No

Finalmente, para velar por un trabajo sistémico de los actores del Sistema de Innovación Design_driven, tanto al interior de éste como en relación con los otros actores del Sistema Nacional de Innovación y la sociedad en general, es necesario la creación de un **Consejo Nacional de Diseño**, el cual se constituya en una especie de ‘Mesa Redonda del Diseño’²⁰, y vele por un desarrollo sistémico de las actuaciones del SID_d chileno dentro del desarrollo del país.

El citado Consejo soportará y evaluará las prestaciones del SID_d chileno, preparará acciones de mediano y largo plazo para alcanzar las expectativas del Estado, estimulará la interacción entre los diferentes actores y monitoreará el impacto de las medidas tomadas.

Figura 15: Actores y sectores estratégicos para la implementación de la Política de Diseño



²⁰ Alusión a la ‘Mesa Redonda del Diseño’ (Design Round Table) de Finlandia, órgano coordinador de la Política Nacional de Diseño de ese país, la cual se constituyó para desarrollar, consolidar y proyectar Design 2005!, la Política Nacional de Diseño de Finlandia.

5.- Modelo de gestión para una Política Nacional de Diseño²¹

El modelo de gestión de la siguiente propuesta para una Política Nacional de Diseño, se estructura a partir de:

- 1) los principios que soportan la Política,
- 2) los objetivos del Plan, y
- 3) los programas e instrumentos que deben ser creados para su implementación.

Las actuaciones que deben ser consideradas se organizan según el modelo del SID_d y están relacionadas con los sectores de:

- 1) Gobierno,
- 2) Industria y Empresa,
- 3) Investigación y Transferencia de Tecnología,
- 4) Profesión,
- 5) Promoción y
- 6) Educación.

Esta comisión propone que el modelo de gestión de la Política Nacional de Diseño persiga, por una parte, la integración del Diseño dentro del Sistema Nacional de Innovación (SNI) como factor de competitividad para las empresas –especialmente las MYPE- y, por otra, la integración del Diseño dentro del quehacer nacional en su conjunto.

De este modo, las actuaciones quedan organizadas de la siguiente forma:

- 1) los principios que soportan la Política,
- 2) los 28 objetivos de los 6 planes en cuestión, y
- 3) los 24 programas y sus correspondientes instrumentos los cuales deben ser creados para la implementación de la citada Política.

Figura 16: Matriz lógica de los Actores y las Actuaciones Institucionales del SID_d

ACTORES	ACTUACIONES		
	Principios de la Política	Objetivos del Plan	Programas e instrumentos
SECTOR			
Gobierno	FOMENTO	2 objetivos	4 programas
Empresa	INTEGRACIÓN	5 objetivos	3 programas
Investigación	INNOVACIÓN	4 objetivos	2 programas
Promoción	PROMOCIÓN	4 objetivos	5 programas
Profesión	DESARROLLO	3 objetivos	4 programas
Educación	FORMACIÓN	4 objetivos	4 programas
Coordinación	MEJORA CONTINUA	4 objetivos	2 programas
TOTAL		28 objetivos	24 programas

A continuación, se presenta la propuesta de actuaciones por cada sector, señalando además el actor que

²¹ Basado en el texto “*Recomendaciones para una Política Nacional de Diseño para Chile*”, documento inédito y extracto de la Tesis doctoral “Sistema de Innovación Design_driven. Modelo instrumental para un desarrollo tecnológico culturalmente sostenible”, Barcelona, 2007, de Katherine MOLLENHAUER, Gajardo, financiada por Programa MECESUP UTM 0201

debe ser creado o potenciado y las funciones, propiedades e interrelaciones de éste en el marco institucional y nacional.

5.1.- Plan de Fomento del Diseño desde el sector Gobierno

El apoyo desde el Gobierno central y los gobiernos regionales resulta fundamental para que el Diseño se integre dentro del Sistema Nacional de Innovación y pueda hacer su aporte a las estrategias nacionales y regionales de competitividad. En este sentido, el Subcomité de Diseño dependiente del “Consejo Nacional de Diseño para la Competitividad”, tiene como primera misión la elaboración de la Política Nacional de Diseño, la cual oriente las acciones tendientes al desarrollo, consolidación, proyección del Diseño en Chile, y de su aporte estratégico en las actividades vinculadas a los negocios, la empresa, la tecnología, la sociedad y la cultura en general. Este Subcomité del Diseño será una instancia colegiada de representación de los distintos sectores (Gobierno, Educación, Empresa, Organizaciones Públicas y Privadas, y Profesionales y Empresas de Diseño).

Los **objetivos** para el Sector Gobierno son:

- 1) Aumentar la inversión pública y privada en Diseño para otorgar al país una clara identidad basada en productos y servicios innovadores.
- 2) Generar las bases financieras para aumentar la velocidad de emprendimiento a partir del Diseño.

Se propone un **Plan de Fomento vinculado al Estado y al Gobierno** el cual considere los siguientes programas e instrumentos:

- a) Programa de fomento de contratación de servicios de Diseño, adaptando instrumentos actualmente existentes de Corfo y Sercotec.
- b) Programa de fomento a través de capital de riesgo o semilla para el desarrollo de empresas de servicios de Diseño para el desarrollo de la industria creativa.
- c) Programa de fomento a través de capital de riesgo o semilla para el desarrollo de empresas productivas basadas en Diseño (*design – based*).
- d) Programa de desarrollo de Nodos de Promoción y Fortalecimiento del Diseño en todas las regiones del país.

Estos programas deben estar orientados a la integración sistémica de Diseño en la cadena de valor de las empresas, abarcando el mejoramiento de los procesos, el Diseño del producto y/o de los servicios asociados y de la comunicación de los mismos, estableciendo la condición de contratación de diseñadores profesionales para el desarrollo de estos proyectos.

5.2.- Plan de Integración del Diseño al sector MYPE desde el sector empresa

El SID_d considera como principales usuarios al sector de la industria y de la empresa, especialmente al sector MYPE. En este sentido, la construcción de una confianza empresarial hacia el Diseño, mejorando la percepción que los empresarios tienen del éste, resulta fundamental. Para que el Diseño pueda hacer su aporte es clave que sea incorporado de forma sistémica dentro de las estrategias de negocio de las MYPE, tanto en el proyecto, como en el proceso de producción y en las fases de comercialización. El Sistema-Producto y la Innovación *Design_driven* como modelos instrumentales de operación del Diseño en el contexto empresarial, resultan ser herramientas estratégicas a la hora de impulsar procesos de innovación. Por otra parte, la representación de los diversos actores del SID_d, permite estimular, evaluar y mejorar el sistema y sus prestaciones, promoviendo el *joint-venture* y la cooperación entre los diferentes actores. Esto puede -en el futuro- generar un mayor impacto social, económico y cultural.

Para ello, la creación de una '**Subdirección de programas de Diseño**' en Innova Chile, resulta vital para la ejecución de acciones relacionadas a los programas e instrumentos de soporte al Diseño como herramienta de innovación para el desarrollo económico, tecnológico y social del país. Desde un punto de vista regional, la fórmula se repite a través de los Consejos Regionales y la operatividad o puesta en acción de los planes o programas elaborados por esta instancia se canalizarían a través de las **Agencias Regionales de Desarrollo Productivo** y de la creación de **Nodos de promoción del Diseño** de forma tal de generar un impacto transversal de la política en todo el país, vinculándose directamente a las necesidades de cada región.

En este sentido, la creación de una **Subdirección de Programas en Diseño** en la matriz de InnovaChile de Corfo es clave para la ejecución de acciones relacionadas a los programas e instrumentos de soporte al Diseño como herramienta de innovación para el desarrollo económico, tecnológico y social del país. Al integrar una nueva subdirección de programas en el mismo nivel jerárquico de las subdirecciones de Alimentos, TIC, Biotecnología, Cluster Minero, Infraestructura y Turismo de Intereses Especiales, se abre la posibilidad de desarrollo de proyectos público privados en todas las unidades de negocio de InnovaChile (Innovación de Interés Público e Innovación Precompetitiva, Innovación Empresarial, Difusión y Transferencia Tecnológica y Emprendimiento Innovador).

Los **objetivos** para el Sector Empresa son:

- 1) Integrar la innovación guiada por el Diseño (*design driven*) en la cadena de valor en las manufacturas, servicios y las industrias creativas.
- 2) Incorporar la innovación basada en factores humanos, para contribuir al consumo y la producción sustentable.²²
- 3) Aumentar la competitividad de los productos y servicios chilenos a través del fortalecimiento de la imagen de marca país mediante la promoción del Diseño Chileno.
- 4) Desarrollar los negocios regionales basados en el uso del Diseño y sus capacidades de competitividad internacional.
- 5) Promover e incentivar el desarrollo de marcas regionales de productos y servicios en función de la cultura, el turismo y los sistemas productivos locales.

Se propone un **Plan de Integración del Diseño al sector MYPE vinculado al Ministerio de Economía y sector empresarial**, el cual considere los siguientes programas e instrumentos:

- a) Programa fomento para empresas productivas y de servicios basadas en Diseño e Innovación.
- b) Programa de información y promoción orientado al sector empresarial e industrial, cuyo objetivo es lograr el aumento de la inversión privada en Diseño.
- c) Programa de información y promoción orientado al sector público, con el propósito de capacitar en Diseño a los funcionarios públicos encargados de apoyar el desarrollo de la MYPE, con el propósito de lograr que en el desarrollo de proyectos sea correctamente considerado el factor Diseño.

5.3.- Plan de Innovación *Design_driven* desde el Sector Investigación

La configuración de estrategias que combinen la educación, investigación, desarrollo de productos, soporte al desarrollo de negocios, servicio de investigación de datos para las compañías de Diseño y para las empresas de negocios, incubadora de negocios, e internacionalización del *know-how* del Diseño, son claves para que éste pueda contribuir a los procesos de innovación en Chile.

La coordinación de los distintos centros de innovación en Diseño ya existentes, así como la sistematización de los esfuerzos para incrementar la conexión de la investigación del Diseño con la investigación de otras

²² Objetivo inscrito en fin de la Red Latinoamericana de Ecodiseño PNUMA.

disciplinas, a través de programas de investigación multidisciplinarios, son algunos de los desafíos para los nuevos investigadores en Diseño del siglo XXI.

La innovación guiada por el Diseño es posible a partir de la integración de la disciplina profesional de manera transversal en la implementación de las estrategias de las líneas prioritarias para el desarrollo e innovación tecnológica en Chile, cuestión que es prioridad para una política. Es necesario promover la investigación en Diseño en el contexto de las líneas prioritarias referidas a la prospectiva tecnológica y productiva, a las TIC, a la biotecnología, a la producción limpia, a la gestión de calidad, a través de programas de pre-grado y de post-grado, que combinen la investigación y la transferencia en materias de Diseño con las citadas líneas de acción.

En este sentido, la creación de un Consejo Nacional de Investigación en Diseño, dependiente del “Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad”, tiene como misión la elaboración de una política de investigación en Diseño, la cual oriente las acciones tendientes a la identificación de los campos de investigación desde y hacia el Diseño y que contribuyan a los procesos de innovación nacional.

Los **objetivos** para el Sector Investigación son:

- 1) Integrar la investigación en Diseño en el contexto de las líneas de acción referidas a la prospectiva tecnológica y productiva, a las TIC, a la biotecnología, a la producción limpia, a la gestión de calidad y al desarrollo de modelos de integración de Diseño en la MYPE y a cualquier otra área que el país defina como importante.
- 2) Fomentar el desarrollo de nuevos centros de investigación y transferencia de tecnología basada en el Diseño.
- 3) Potenciar los centros ya existentes de investigación.
- 4) Desarrollar las capacidades del Diseño mediante apoyo financiero para estudios de postgrado en Chile y en el extranjero, actualización del pregrado y perfeccionamiento de postítulo para profesionales.

Se propone un **Plan de Integración de la Innovación *design_driven***, el cual considere los siguientes programas e instrumentos:

- a) Programa de fomento a la creación y consolidación de centros de I+D y transferencia de tecnología guiada por el Diseño.
- b) Programa de apoyo para continuar con estudios de doctorado y postdoctorado en Chile y en el extranjero que combinen la investigación y la transferencia en materias de Diseño.

5.4.- Plan de promoción del Diseño como factor de competitividad y mejoramiento de la calidad de vida. Desde el Sector Promoción.

La promoción del Diseño resulta un factor clave a la hora de construir conocimiento actualizado y para integrarlo a la sociedad, alcanzando el reconocimiento de la dimensión estratégica del Diseño como factor clave de diferenciación. Para ello resulta vital la creación de un Centro Nacional de Diseño para la promoción de su uso en el sector de la empresa, la industria y la sociedad en su conjunto.

En este sentido, la creación de un **Centro Nacional de Promoción del Diseño** vinculado a Mideplan, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, resulta vital para la ejecución de acciones relacionadas a los programas e instrumentos orientados al desarrollo y promoción del Diseño como parte de la identidad y cultura del país.

Los **objetivos** para el Sector Promoción son:

- 1) Apoyar actividades tendientes a crear espacios de conservación del patrimonio tangible e intangible del Diseño, para hacerlo conocido desde sus primeros tiempos hasta las tendencias contemporáneas, por medio de colecciones, exhibiciones, publicaciones, concursos, seminarios y educación del público en general.
- 2) Fortalecer el estatus de la educación del Diseño en el desarrollo de las directrices de los programas curriculares de otras áreas del conocimiento, haciendo énfasis en la importancia del Diseño para la usabilidad de los productos y servicios y para el medioambiente, basado en el desarrollo estético y sustentable.
- 3) Incorporar aquellos logros destacados del Diseño como parte de la imagen país, tanto a nivel nacional como en el exterior, considerando el mobiliario y equipamiento de los edificios de propiedad del gobierno en territorio chileno, así como las embajadas y consulados en el exterior como vitrinas del Diseño chileno.
- 4) Conectar la producción del Diseño chileno con las estrategias de *marketing* internacional, asegurando una base de cooperación para la comunicación de la actividad del Diseño a través de las TIC que ofrecen una interfaz interesante y constantemente actualizada

Se propone un **Plan de Promoción del Diseño como factor de competitividad y mejoramiento de la calidad de vida**, el cual considere los siguientes programas e instrumentos:

- a) Programa de información y promoción orientado al sector público, cuyo objetivo es mejorar la calidad de la demanda de Diseño y diseñadores desde el Estado y el sector empresarial.
- b) Programa de información y promoción orientado al público en general, cuyo objetivo es aumentar la demanda por Diseño y diseñadores desde los consumidores.
- c) Programa “Sello *DesignChile*”, cuyo objetivo es promover la calidad e innovación guiada por el Diseño en materias de exportación y como una acción concreta de promoción de la identidad del Diseño chileno.
- d) Programa de “Compra pública verde” para la incorporación del factor ambiental en las compras públicas y privadas desde una responsabilidad social corporativa en pro de una mejor calidad de vida para todos, cuyo objetivo es la incorporación del Diseño chileno en materias de EcoDiseño, del consumo sostenible y de la producción limpia.²³
- e) Programa Ruta Turística del Diseño Chileno para la incorporación de la actividad vinculada al turismo como sector económico, así como a las empresas de productos y servicios asociados a éste.

5.5.- Plan de Desarrollo de la profesión del Diseño desde el sector Profesión

El fortalecimiento del Colegio de Diseñadores resulta ser un aspecto clave dentro de la estrategia para el desarrollo de la Profesión del Diseño. El posicionamiento del Diseño dentro del universo de las profesiones – llamado *situs*- y el reconocimiento de éste por parte de la sociedad –llamado *estatus*- son dos focos de atención de esta Política Nacional de Diseño.

La Política Nacional velará por el desarrollo del Diseño como sector económico. La comercialización de los conocimientos basados en el Diseño será la base de nuevas formas de servicios y producción de Diseño. El objetivo debería ser combinar la producción en pequeñas series de artesanías con otras actividades económicas locales orientadas a la internacionalización. El soporte de la Política será fundamental para privilegiar a aquellos negocios que consideren las características especiales del campo del Diseño y que las incorporen. Esto contribuirá a la consolidación del Diseño como parte de las estrategias nacionales de competitividad.

En este contexto resulta fundamental la creación de un Consejo Nacional de Entidades Gremiales y Empresariales que vele por el fortalecimiento de las institucionalidades profesionales y de las organizaciones empresariales que buscan fortalecer la disciplina profesional y al Diseño como sector económico activo

²³ Idem.

dentro del PIB. El Colegio de Diseñadores Profesionales (CDP A.G), junto con la Asociación de Empresas de Diseño (QVID AG), son actores de este sector. La Política Nacional de Diseño debe fortalecer estas instancias y promover otras nuevas que mejoren el situs y el estatus profesional. Es importante que el sector profesional se organice a nivel nacional (geopolíticamente), dando respuestas al compromiso ético y cultural que la profesión posee en el desarrollo de nuestro país.

Los **objetivos** para el Sector de la Profesión son:

- 1) Desarrollar nuevas áreas de aplicación de la profesión del Diseño vinculadas al desarrollo nacional.
- 2) Promover el desarrollo de negocios de Diseño a fin de crear un cluster de Diseño que tenga un impacto positivo dentro del PIB nacional/regional.
- 3) Mejorar la percepción de la sociedad y del entorno respecto del aporte del Diseño al desarrollo del país, a través de una práctica basada en un código deontológico sólido.

Se propone un **Plan de Desarrollo de la Profesión del Diseño**, el cual considere los siguientes programas e instrumentos:

- a) Programa de fortalecimiento del situs y estatus profesional.
- b) Programa de fortalecimiento de los campos tradicionales del Diseño.
- c) Programa para el desarrollo de nuevos campos profesionales para el Diseño.
- d) Programa para el desarrollo del Diseño como cluster.

5.6.- Plan de Formación y Capacitación en Diseño desde el sector Educación

La consolidación y proyección de la educación del Diseño exige ampliar el concepto para apoyar la competitividad nacional y el sistema de la innovación. Para ello resulta vital, por una parte, aumentar las competencias del Diseño mediante la educación continua y de nivel internacional y, por otra, construir una estrecha cooperación entre los sectores educacionales y empresariales para producir elevados estándares de conocimiento en torno a los requerimientos de Diseño.

En este sentido, la creación de un **Consejo Nacional de Escuelas de Diseño** vinculado al Ministerio de Educación, resulta vital para la ejecución de acciones relacionadas a los programas e instrumentos orientados a la mejora de la calidad de la educación del Diseño como parte de una estrategia integral que posicione a la disciplina y a la profesión dentro de la excelencia académica a niveles nacionales e internacionales.

Los **objetivos** para el Sector Educación son:

- 1) Fortalecer el mejoramiento continuo de la Educación del Diseño a través de la evaluación permanente de los contenidos presentes en los actuales programas, con el fin de anticipar las necesidades de las empresas que utilizan el Diseño, ilustrando el conocimiento y las habilidades necesarias por parte de los profesionales que deben desempeñarse desde el Diseño, y anticipando progresos cuantitativos y cualitativos respecto de las necesidades de la mano de obra necesaria.
- 2) Integrar en los programas de Educación de Diseño (de pregrado) el desarrollo de competencias orientadas a fortalecer las áreas de tecnología, negocios y ciencias sociales, ampliando con énfasis el conocimiento de los mercados, del desarrollo social, de los cambios en estructuras de la producción, de los procesos de negocio intensivos en Diseño, y de las innovaciones culturales.
- 3) Fortalecer programas de formación continua (de post-títulos y postgrados), integrando a las escuelas de administración y negocios, de tecnologías y de ciencias sociales, focalizándose sobre el rol estratégico del Diseño en el desarrollo de productos, servicios y sistemas.
- 4) Integrar en la educación continua del Diseño conocimientos técnicos del negocio de los diseñadores en los campos de la producción, del desarrollo del concepto, de la comercialización y del negocio del Diseño

como tal, con el fin de crear un cluster del Diseño.

Se propone un **Plan de Formación y Capacitación en Diseño**, el cual considere los siguientes programas e instrumentos:

- a) Programa de apoyo al desarrollo de la educación, a través, de estudios y evaluaciones permanentes sobre las necesidades del entorno productivo nacional que permitan una constante actualización de los programas y competencias.
- b) Programa de apoyo para continuar con estudios de maestrías en Chile y en el extranjero.
- c) Programa de apoyo para la incorporación del Diseño en otras áreas como las ingenierías, tecnologías y negocios, a fin de lograr una integración desde y hacia el Diseño.
- d) Programa de Diseño para la educación de Diseño en los niveles educacionales primario y secundario (Educación Básica y Media).
- e) Programa de mejoramiento de la calidad de la educación en el pregrado.

5.7.- Plan del Sistema de Innovación *Design_driven* desde el sector Coordinación General

Finalmente, y a modo de 'Mesa Redonda del Diseño'²⁴, el Consejo Nacional de Diseño coordinará a los actores del Sistema de Innovación *Design_driven*, otorgando una perspectiva estratégica al desarrollo, consolidación y proyección de la Política Nacional de Diseño.

El Consejo Nacional de Diseño, como organismo colegiado, deberá velar por el buen desarrollo del total de las iniciativas y por la coordinación sistémica de los actores del SID_d que participan en ellas tanto al interior de éste como en la relación con los otros actores del Sistema Nacional de Innovación y la sociedad en general.

El Consejo Nacional de Diseño monitoreará permanentemente la implementación de estos programas y llevará a cabo las acciones propuestas y las medidas adicionales que hagan falta para su mejora continua.

Los **objetivos** para el Sector Coordinación son:

- 1) Coordinar a los actores y a las actuaciones institucionales del SID_d desde una perspectiva estratégica para el buen desarrollo, consolidación y proyección de la Política Nacional de Diseño.
- 2) Monitorear la implementación de los programas y de los instrumentos creados dentro del marco de la Política Nacional de Diseño.
- 3) Evaluar los resultados de la implementación de la Política Nacional de Diseño respecto del plan estratégico y sus etapas.
- 4) Llevar a cabo las acciones correctivas necesarias para corregir y realizar un proceso de mejora continua.

Se propone un **Plan del Sistema de Innovación *Design_driven***, el cual considere los siguientes programas e instrumentos:

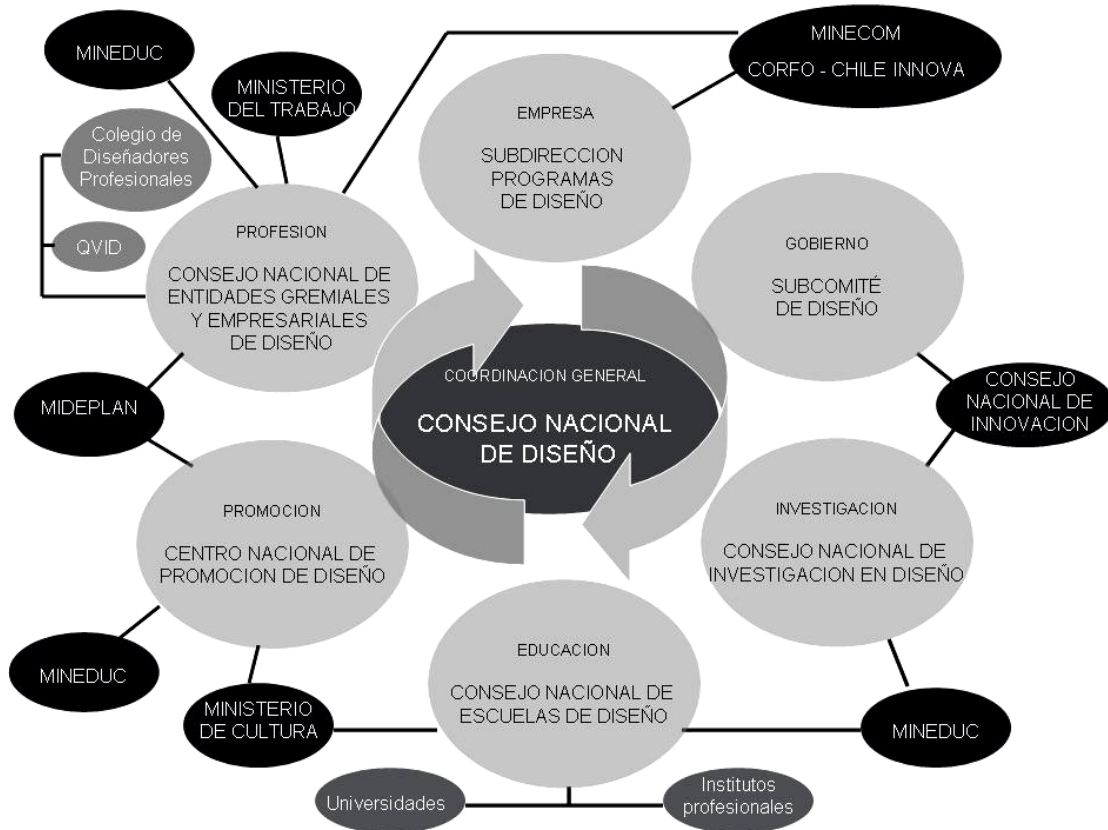
- a) Programa de Sistematización de la Política Nacional de Diseño.
- b) Programa de Mejora Continua de la Política Nacional de Diseño

Finalmente cabe destacar que este Consejo Nacional de Diseño encuentra sus orígenes en la actual Comisión para la Propuesta de la Política Nacional de Diseño, la cual en su calidad de gestora y coordinadora de la presente propuesta se constituye en un ente competente para continuar con el trabajo y constituirse junto a los otros actores representantes del SID_d en el equipo que sustente a dicho Consejo en

²⁴ La Mesa Redonda del Diseño (Design Round Table) es un órgano coordinador de la Política Nacional de Diseño en Finlandia.

su rol de promotor, coordinador y evaluador de la presente propuesta para una Política Nacional de Diseño. La labor del Consejo Nacional de Diseño, así como de la Comisión para la Propuesta de la Política Nacional de Diseño, es la mejora continua de la Política, de sus planes y programas.

Figura 26: Modelo de gestión de la Política Nacional de Diseño



6.- ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN²⁵

La dimensión espacio-tiempo en la constitución del SID_d chileno resulta ser un factor crucial para involucrar a los actores institucionales relacionados con la Política Nacional de Diseño. Por lo tanto, pensar y proponer un plan de trabajo y su estrategia para llevarla a cabo, es también labor de la Comisión de la Propuesta.

La estrategia debe contemplar, por una parte, la fundación de los entes institucionales necesarios para constituir el SID_d chileno y, por otra, la creación de los planes, programas e instrumentos necesarios para implementar la citada Política Nacional de Diseño.

Con el fin de organizar espacio-temporalmente a los actores y a las actuaciones institucionales necesarias para alcanzar los objetivos enunciados, la Comisión Propuesta de la Política Nacional de Diseño, plantea la siguiente estrategia, con sus correspondientes etapas y períodos:

- a) Etapa 1 de Gestación, con objetivos a corto plazo, en un período de cuatro (4) meses (marzo a julio de 2007).
- b) Etapa 2 de Desarrollo, con objetivos a mediano plazo en un período de seis (6) meses (agosto de 2007 a enero de 2008).
- c) Etapa 3 de Consolidación, con objetivos a mediano plazo en un período de doce (12) meses (febrero de 2008 a enero de 2009).
- d) Etapa 4 de Proyección, con objetivos a largo plazo en un período de veinte y dos 22 meses (febrero de 2009 a diciembre de 2010).

Desde este punto de vista, podemos dividir la estrategia para la creación de los actores institucionales y la estrategia para la implementación de las actuaciones institucionales:

6.1.- Estrategia para los actores institucionales del SID_d

6.1.1.- Etapa 1 GESTACIÓN

Esta etapa está siendo llevada a cabo en un período de cuatro meses, entre marzo y julio de 2007, con el fin de constituir el equipo de expertos que llevará a cabo la presente propuesta para una Política Nacional de Diseño. Para esto ha sido necesario:

- 1) Constituir la Comisión Propuesta de una Política Nacional de Diseño, para llevar adelante el estudio base de trabajo desde donde se soporta la presente propuesta.

Cabe señalar que la Comisión Propuesta de una Política Nacional de Diseño, es el ente primigenio de lo que más tarde será el Consejo Nacional de Diseño, como organismo colegiado y a cargo de la coordinación estratégica, de la evaluación y de la mejora continua de la Política Nacional de Diseño.

6.1.2.- Etapa 2 DESARROLLO

Esta etapa debe ser llevada a cabo en un período de seis meses, entre agosto 2007 y enero 2008, con la finalidad de fundar los entes institucionales que permitan arrancar con el SID_d chileno en la perspectiva de hacer del Diseño un actor presente en el proyecto país para el Bicentenario. Para ello es necesario llevar a cabo las primeras acciones de esta propuesta:

- 1) Crear la Subdirección de Programas de Diseño de InnovaChile como institución operativa y de

²⁵ Basado en el texto “*Recomendaciones para una Política Nacional de Diseño para Chile*”, documento inédito y extracto de la Tesis doctoral “*Sistema de Innovación Design_driven. Modelo instrumental para un desarrollo tecnológico culturalmente sostenible*”, Barcelona, 2007, de Katherine MOLLENHAUER, Gajardo, financiada por Programa MECESUP UTM 0201

apoyo a acciones que favorezcan la integración del Diseño en el sector empresa e industria, tales como detección de oportunidades, coordinación de actividades sectoriales en atención a las demandas productivas del sector privado, construcción de redes de contacto, promoción de alianzas estratégicas que faciliten el acceso y demandas de los recursos de InnovaChile. Esta subgerencia tiene la misión de gestionar el primer paquete de planes e instrumentos de fomento con impacto directo a las MYPE con el objetivo de alcanzar la meta de 500 empresas como ejemplos de buenas prácticas en el uso del Diseño para productos, servicios y sistemas.

- 2) Crear el Centro Nacional de Promoción del Diseño, con el fin de promover el Diseño como palanca de desarrollo económico-productivo, tecnológico, social y cultural del país. El directorio de este centro tiene como misión crear, planificar e implementar el Centro de Promoción del Diseño, así como también, el 2º Seminario Internacional MYPE Diseña (con enfoque a muestra nacional) y el 3º Seminario Internacional MYPE Diseña (con enfoque en la muestra internacional de resultados, posicionamiento líder a nivel latinoamericano).
- 3) Formalizar el Consejo Nacional de Diseño como continuidad del trabajo iniciado por el grupo de expertos que constituyen la actual Comisión para la Propuesta de una Política Nacional de Diseño. Este Consejo tendrá como misión gestionar, evaluar y mejorar la Política Nacional de Diseño en las etapas posteriores, así como velar por el desarrollo, consolidación y proyección de la misma.

En ambos casos, la finalidad es dar atención al sujeto principal de la Política Nacional de Diseño: el sector de la industria y la empresa.

6.1.3.- Etapa 3 CONSOLIDACIÓN

Esta etapa debe ser llevada a cabo en un período de doce meses, entre febrero de 2008 y enero 2009, con la finalidad de fundar los organismos restantes que permitan consolidar el SID_d chileno como parte del proyecto país para el Bicentenario. Para ello es necesario llevar a cabo las siguientes actividades:

- 1) Crear el Subcomité de Diseño vinculado al Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad, como una instancia colegiada -donde estén representados todos los *stakeholders* del Sistema de Innovación *Design_driven* (Estado, Empresa y Organizaciones Públicas y Privadas relacionadas con el Diseño)- y que sea funcional a las acciones tendientes a la innovación y la competitividad. Este Subcomité tendrá como misión gestionar el segundo paquete de planes e instrumentos de fomento con impacto directo a las MYPE con el objetivo de alcanzar una segunda meta de 500 empresas como ejemplos de buenas prácticas en el uso del Diseño para productos, servicios y sistemas.
- 2) Crear el Consejo Nacional de Investigación en Diseño para coordinar las líneas de investigación en Diseño con las líneas prioritarias de I+D y de la transferencia de tecnología de interés para el desarrollo nacional. Este Consejo estará a cargo de la Primera Encuesta Nacional para la mejora de la competitividad de las MYPE sobre la base del Diseño y del Primer Informe Nacional para la Mejora de la Competitividad MYPE 2010 de cara al Bicentenario.
- 3) Crear el Consejo Nacional de Entidades Gremiales y Empresariales de Diseño, con el fin de fortalecer el situs y el estatus del Diseño a través del desarrollo, consolidación y proyección del Diseño como sector económico (cluster), el cual contribuya al PIB nacional. Este consejo deberá implementar estrategias de apoyo a todas las demás instancias.

6.1.4.- Etapa 4 PROYECCIÓN

Esta etapa debe ser llevada a cabo en un período de 22 meses, entre febrero del 2009 y diciembre de 2010, con la finalidad de evaluar y aplicar las mejoras necesarias para proyectar a los actores y las actuaciones del SID_d chileno. Para ello es necesario llevar a cabo las siguientes actividades:

- 1) Crear el Consejo Nacional de Escuelas de Diseño, para mejorar y ajustar la oferta profesional del Diseño a las necesidades de la industria, la empresa y la sociedad en general. Este consejo deberá organizar y gestionar la I Asamblea Nacional y lineamientos generales para la enseñanza del Diseño a nivel nacional y latinoamericano.

6.2.- Estrategia para las actuaciones institucionales del SID_d

6.2.1.- Etapa 1: GESTACIÓN

Esta etapa está siendo llevada a cabo en un periodo de cuatro meses, entre marzo y julio de 2007, con el fin de presentar la presente propuesta para una Política Nacional de Diseño. Para esto ha sido necesario realizar las siguientes actividades:

- 1) Formular el documento base para la Política Nacional de Diseño del gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet.
- 2) Presentar el documento y entregarlo al Ministerio de Economía durante el evento nacional “MiPyME Diseña”, organizado por Conapyme los días 24 y 25 de julio de 2007.

6.2.2.- Etapa 2: DESARROLLO

Esta etapa se propone sea llevada a cabo en un período de seis meses, entre agosto 2007 y enero 2008. El objetivo de esta etapa es proponer las formas de administrar recursos orientados al desarrollo del Diseño como industria, en el sector de la MYPE, en el sector de la Educación, de la Profesión, del Estado y de la sociedad en general, cuyas áreas de interés en el corto y mediano plazo se concentren en los planes que a continuación se detallan:

- 1) Plan de Fomento para el Sector Gobierno y Estado con los programas:
 - a) Programa de fomento de contratación de servicios de Diseño, adaptando instrumentos actualmente existentes de Corfo y Sercotec.
 - b) Programa de fomento a través de capital de riesgo o semilla para el desarrollo de empresas de servicios de Diseño para el desarrollo de la industria creativa.
 - c) Programa de fomento a través de capital de riesgo o semilla para el desarrollo de empresas productivas basadas en Diseño (*design – based*).
- 2) Plan de Integración del Diseño al sector MYPE:
 - a) Programa de fomento para empresas productivas y de servicios basadas en innovación *design_driven* que contribuyan a la competitividad de las MYPE.
 - b) Programa de información y promoción orientado al sector público, con el propósito de capacitar en Diseño a los funcionarios públicos encargados de apoyar el desarrollo de la MYPE, con el propósito de lograr que en el desarrollo de proyectos, el factor Diseño sea correctamente considerado.
- 3) Plan de Integración de la Innovación *Design_driven*:
 - a) Programa de apoyo para continuar con estudios de doctorado y post-doctorado en Chile y en el extranjero que combinen la investigación y la transferencia en materias de Diseño.
- 4) Plan de Promoción del Diseño como factor de competitividad y mejoramiento de la calidad de vida:
 - a) Programa de información y promoción orientado al sector público, cuyo objetivo es mejorar la calidad de la demanda de Diseño y de diseñadores desde el Estado y el sector empresarial.
 - b) Programa de información y promoción orientado al público en general, cuyo objetivo es aumentar la demanda por Diseño y diseñadores desde los consumidores.
- 5) Plan de Desarrollo de la Profesión del Diseño:
 - a) Programa de fortalecimiento del situs y estatus profesional.

- b) Programa de fortalecimiento de los campos tradicionales del Diseño.
- 6) Plan de Educación y Capacitación en Diseño:
 - a) Programa de mejoramiento de la calidad de la educación en el pregrado, a través de estudios y evaluaciones permanentes sobre las necesidades del entorno productivo nacional, que permitan una constante actualización de los programas y competencias.
 - b) Programa de apoyo para continuar con estudios de maestrías en Chile y en el extranjero.
- 7) Plan del Sistema de Innovación *Design_driven*:
 - a) Programa de Sistematización de la Política Nacional de Diseño.

La finalidad de esta etapa 2, es la de llevar a cabo las primeras acciones de esta propuesta relacionadas con la adecuación de los instrumentos actualmente disponibles para que el Diseño pueda comenzar a operar con el principal sujeto de esta Política Nacional: el sector de la Empresa.

6.2.3.- Etapa 3: CONSOLIDACIÓN

Esta etapa se propone que sea llevada a cabo en un periodo de doce meses, entre febrero 2008 y enero 2009. El objetivo de esta etapa es terminar de articular el Sistema de Innovación *Design_driven* chileno, integrando al conjunto de actores institucionales y complementando las actuaciones iniciales de la Política Nacional de Diseño. Estas actividades se detallan a continuación:

- 1) Plan de Fomento para el Sector Gobierno y Estado:
 - a) Programa de Desarrollo de Nodos de Promoción y Fortalecimiento del Diseño en todas las regiones del país.
- 2) Plan de Integración del Diseño al sector MYPE:
 - a) Programa de información y promoción orientado al sector empresarial e industrial, cuyo objetivo es lograr el aumento de la inversión privada en Diseño.
- 3) Plan de Integración de la Innovación *Design_driven*:
 - a) Programa de fomento a la creación y consolidación de centros de I+D y transferencia de tecnología guiada por el Diseño.
- 4) Plan de Promoción del Diseño como factor de competitividad y mejoramiento de la calidad de vida:
 - a) Programa “Sello Design Chile”, cuyo objetivo es promover la calidad e innovación guiada por el Diseño en materias de exportación y como una acción concreta de promoción de la identidad del Diseño Chileno.
 - b) Programa de “Compra pública verde” para la incorporación de factor ambiental en las compras públicas y privadas desde una responsabilidad social corporativa en pro de una mejor calidad de vida para todos, cuyo objetivo es la incorporación del Diseño chileno en materias de EcoDiseño, del consumo sostenible y la producción limpia.
- 5) Plan de Desarrollo de la Profesión del Diseño:
 - a) Programa para el desarrollo de nuevos campos profesionales para el Diseño.
 - b) Programa para el desarrollo del Diseño como cluster.
- 6) Plan de Educación y Capacitación en Diseño:
 - a) Programa de apoyo para la incorporación del Diseño en otras áreas como las ingenierías, tecnologías y negocios, a fin de lograr una integración desde y hacia el Diseño.
 - b) Programa de fortalecimiento de la educación de Diseño en los niveles educacionales primario y secundario (Educación Básica y Media).
- 7) Plan del Sistema de Innovación *Design_driven*:
 - a) Programa de mejora continua de la Política Nacional de Diseño.

6.2.4.- Etapa 4: PROYECCIÓN

Esta etapa de PROYECCIÓN de la Política Nacional de Diseño, considera la evaluación de las actividades realizadas en las etapas anteriores de GESTACION, DESARROLLO Y CONSOLIDACION, y la toma de medidas correctivas que permitan mejorar y continuar con los planes y programas de la Política en el contexto de las necesidades del país.

6.3.- Plan de Trabajo para una Política Nacional de Diseño

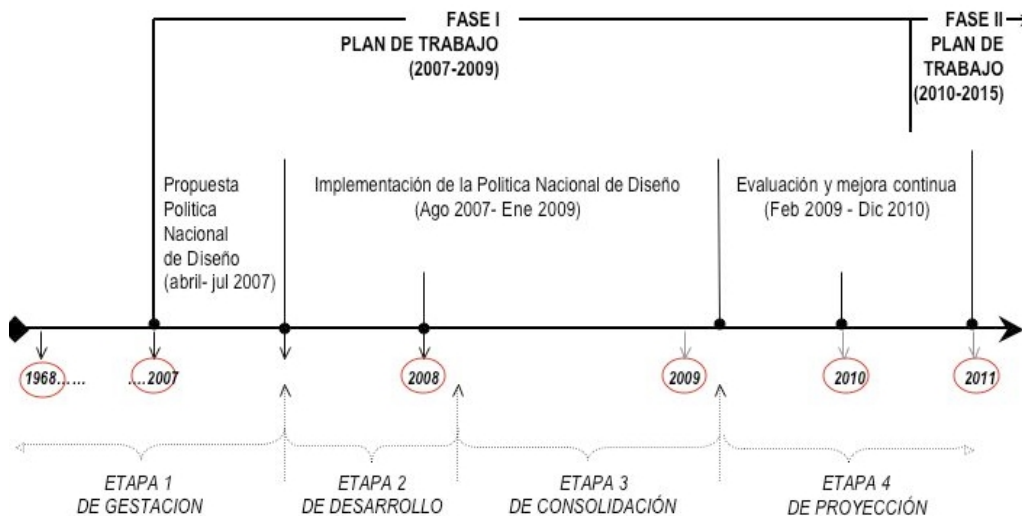
Basado en la evaluación de las actividades vinculadas a la implementación de la Política Nacional y en la promoción de las actividades correctivas para la misma, se recomienda considerar un plan de trabajo a ocho años, en dos fases:

- Fase I del Plan de Trabajo, periodo 2007-2009, que contempla las etapas de GESTACIÓN (2007), DESARROLLO (2007-2008) y termina con la etapa 3 de CONSOLIDACIÓN (2008-2009).
- Fase II del Plan de Trabajo, periodo 2010-2015, la que contempla la evaluación y la mejora continua de la Política Nacional de Diseño. Esto implica nuevos estudios sobre el 'estado de la cuestión' en ese momento, los que entreguen información sobre los lineamientos a seguir acorde a las tendencias globales y locales.

Es deseable en ese momento evaluar otras iniciativas programáticas, como por ejemplo:

- Programa de promoción Internacional de los servicios de consultoría de Diseños Chilenos.
- Programa de misiones para participar de Ferias Internacionales de Diseño, con el propósito de promover el Diseño Chileno en el mundo.
- Programa de registro de propiedad intelectual nacional e internacionalmente a fin de proteger el patrimonio intelectual del Diseño chileno.
- Programa de integración del “**Consejo Nacional de Diseño**” en los programas de desarrollo ligados a las políticas de infraestructura nacional.

Figure 29: Fase I y II del Plan de Trabajo para una Política Nacional de Diseño



PALABRAS FINALES

En el presente documento hemos entregado una serie de antecedentes que avalan y justifican la implementación de una Política Nacional de Diseño. El Diseño como ámbito del quehacer nacional, se ha gestado y desarrollado en los últimos 40 años y en este momento alcanza un nivel de madurez suficiente para, por una parte, enfrentar una etapa de consolidación a través de la generación de una Política Nacional de Diseño, que promueva la integración de instituciones gubernamentales, educacionales, empresariales y profesionales, y por otra, definir un sistema de planes, programas e instrumentos de fomento en función del objetivo de mejorar la competitividad del sector productivo y de servicios.

Entendemos que el Diseño es una actividad creativa y proyectual, cuyo objetivo es establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios y de sus sistemas en ciclos de vida completos. Diseñar, significa proyectar bajo consideraciones éticas y estéticas, teniendo en cuenta el mercado y principalmente el comportamiento y las necesidades de los usuarios. El término diseñador, a su vez, se refiere a un profesional que ejerce una actividad intelectual, reflexiva y propositiva, la que se manifiesta a través de una cultura proyectual, ideando, planificando, desarrollando y ejecutando procesos de investigación y desarrollo con un fuerte impacto en la empresa, respecto de los procesos de innovación tecnológica de productos y/o de procesos.

La capacidad de configuración conceptual y formal, propios del proceso de Diseño, permiten disponer de modelos instrumentales útiles para abordar procesos sistémicos de innovación. Es así, como dentro de la relación Diseño – Innovación han surgido conceptos como Sistema Producto e Innovación Design_driven como modelos instrumentales, los cuales hacen del Diseño Estratégico, una herramienta útil en el desarrollo de nuevos significados, nuevos procesos, nuevas formas de comunicación y comercialización de productos y servicios. Todo esto, con el fin de contribuir directamente al Sistema Nacional de Innovación, encontrando nuevos modos de acción, produciendo nuevas investigaciones y proyectos de I&D, y preparando a expertos con una nueva orientación.

El concepto del Sistema de Innovación Design_Driven, funciona como un subsistema interconectado dentro de los Sistemas de Innovación Nacional, del Sistema Design y de Sistema Económico-productivo, esto significa, que los procesos de innovación design_driven son liderados por el Sistema Design y directamente conectados con el Sistema de I+D y el Sistema Económico-productivo. Este sistema, se fundamenta en un sistema integrado que abarca los sectores educación, empresas y Estado y aborda una estrategia fuertemente basada en el desarrollo de instrumentos de promoción, (tanto del ámbito empresarial y productivo como del público), de fomento y apoyo financiero (mediante subsidios, concursos e incentivos), e inversión en capital humano (mediante programas de postgrado y desarrollo de la investigación).

Desde esta perspectiva, el propósito de la Política Nacional de Diseño, es fortalecer y consolidar un Sistema de Innovación Design_driven dinámico el cual ponga a Chile al frente respecto de la utilización del Diseño como herramienta de mejoramiento de la competitividad, principalmente a través del desarrollo de la educación, de la práctica y de la investigación en el campo del Diseño y de la integración del Diseño en el desarrollo del Sistema Nacional de Innovación. Por lo tanto, el contar con un Política Nacional de Diseño nos permitirá reunir los esfuerzos en materia de innovación de los diferentes actores que conforman el panorama nacional y del Diseño como sector económico.. Estos esfuerzos se han de expresar, por una parte, en el fomento de la I+D en pos de generar nuevo capital de conocimiento, clave en la nueva economía global, y por otra, en la administración y aplicabilidad de este nuevo conocimiento traducido a nuevos productos y servicios ligados a la producción nacional.

El no contar con una Política Nacional de Diseño, significa renunciar a la posibilidad histórica que tiene el país para pasar de una economía en vías de desarrollo estable en los índices macroeconómicos, a una de país desarrollado, basado en la integración de este nuevo factor de mejora que permitirá que las industrias (Micro, Pequeñas y Medianas) apuesten por la innovación, tanto de sus procesos, como de sus productos y/o servicios, permitiendo realzar y proyectar este sector de la economía tan deprimido hoy en día y proyectar.

A partir de lo anterior, esperamos que en un breve plazo, la autoridad política incorpore al Diseño en el Sistema Nacional de Innovación y en la vida del país en general, a partir de los planes y programas aquí propuestos. Estamos convencidos que, contar con una Política Nacional del Diseño incorporada a los procesos de innovación y a las políticas generadas por el Estado, permitirá un mayor desarrollo de las unidades productivas y de los mercados nacionales tanto al interior como al exterior del país.

Comisión Propuesta de la Política Nacional de Diseño
Santiago, Julio de 2007