

# **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  
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

<b>1.- Justificación de una Política Nacional de Diseño</b>	<b>4</b>
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
<b>2.- Visiones y misiones de una Política Nacional de Diseño</b>	<b>11</b>
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
<b>3.- Principios rectores de la Política Nacional de Diseño</b>	<b>13</b>
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
<b>4.- Actores y sectores estratégicos para la implementación de la Política Nacional de Diseño</b>	<b>16</b>
4.1.- Sectores estratégicos del Sistema de Innovación Design_driven	16
4.2.- Actores institucionales del Sistema de Innovación Design_driven	16
<b>5.- Modelo de Gestión de la Política Nacional de Diseño</b>	<b>19</b>
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
<b>6.- Estrategia de Implementación para una Política Nacional de Diseño</b>	<b>27</b>
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
<b>Palabra Finales</b>	<b>32</b>

## 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 <sup>1</sup>, tiene por finalidad el reconocimiento formal del Diseño como tema estratégico

---

<sup>1</sup> 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:

4. 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 DISEÑO<sup>2</sup>

### 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 MYPE<sup>3</sup>

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.

---

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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.

Actualmente, el Diseño como disciplina, a diferencia de la mayoría de los países emergentes, no ha jugado 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 2002<sup>4</sup>, 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.<sup>5</sup>

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 producción<sup>6</sup>. 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

---

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> 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.<sup>7</sup>

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

---

<sup>7</sup> 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.<sup>8</sup> 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.<sup>9</sup>

---

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

<sup>9</sup> "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.- VISION Y MISION DE LA POLITICA NACIONAL DE DISEÑO<sup>10</sup>

### 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'<sup>11</sup> y la 'Innovación Design\_driven'<sup>12</sup> 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.

---

<sup>10</sup> 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

<sup>11</sup> Sistema-producto, concepto con el cual el Politécnico 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.

<sup>12</sup> El término 'Innovación Design\_driven' significa guiado por el Diseño. Con este concepto, el Politécnico 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 satisfacerlos.

### 2.3.- El Diseño dentro del Sistema Nacional de Innovación <sup>13</sup>

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)<sup>14</sup>, 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.

---

<sup>13</sup> 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.

<sup>14</sup> 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.<sup>15</sup>

#### 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'<sup>16</sup> 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)<sup>17</sup> 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*<sup>18</sup>, 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.

---

<sup>15</sup> 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

<sup>16</sup> '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

<sup>17</sup> 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

<sup>18</sup> 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 O 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 Diseño<sup>19</sup>

### 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.

---

<sup>19</sup> 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

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

<b>CONSEJO NACIONAL DE DISEÑO</b>			
<b>Actores</b>	<b>Nombre</b>	<b>Propósito</b>	<b>Vinculaciones a:</b>
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

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.

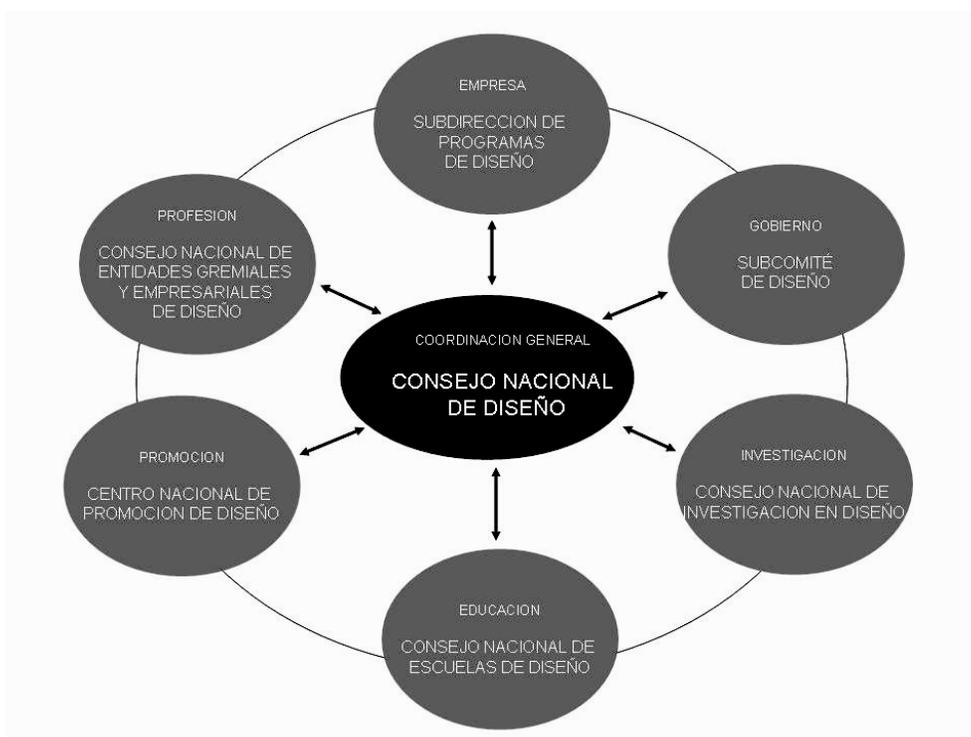
**Figura 14: Matriz lógica de los Actores y Propósitos Institucionales de la Política Nacional de Diseño**

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’<sup>20</sup>, 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**



<sup>20</sup> 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 Diseño<sup>21</sup>

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
<b>SECTOR</b>			
<b>Gobierno</b>	FOMENTO	2 objetivos	4 programas
<b>Empresa</b>	INTEGRACIÓN	5 objetivos	3 programas
<b>Investigación</b>	INNOVACIÓN	4 objetivos	2 programas
<b>Promoción</b>	PROMOCIÓN	4 objetivos	5 programas
<b>Profesión</b>	DESARROLLO	3 objetivos	4 programas
<b>Educación</b>	FORMACIÓN	4 objetivos	4 programas
<b>Coordinación</b>	MEJORA CONTINUA	4 objetivos	2 programas
<b>TOTAL</b>		28 objetivos	24 programas

<sup>21</sup> 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

A continuación, se presenta la propuesta de actuaciones por cada sector, señalando además el actor que 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.<sup>22</sup>
- 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

---

<sup>22</sup> Objetivo inscrito en fin de la Red Latinoamericana de Ecodiseño PNUMA.

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 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.<sup>23</sup>
- 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

---

<sup>23</sup> Idem.

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 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'<sup>24</sup>, 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.

---

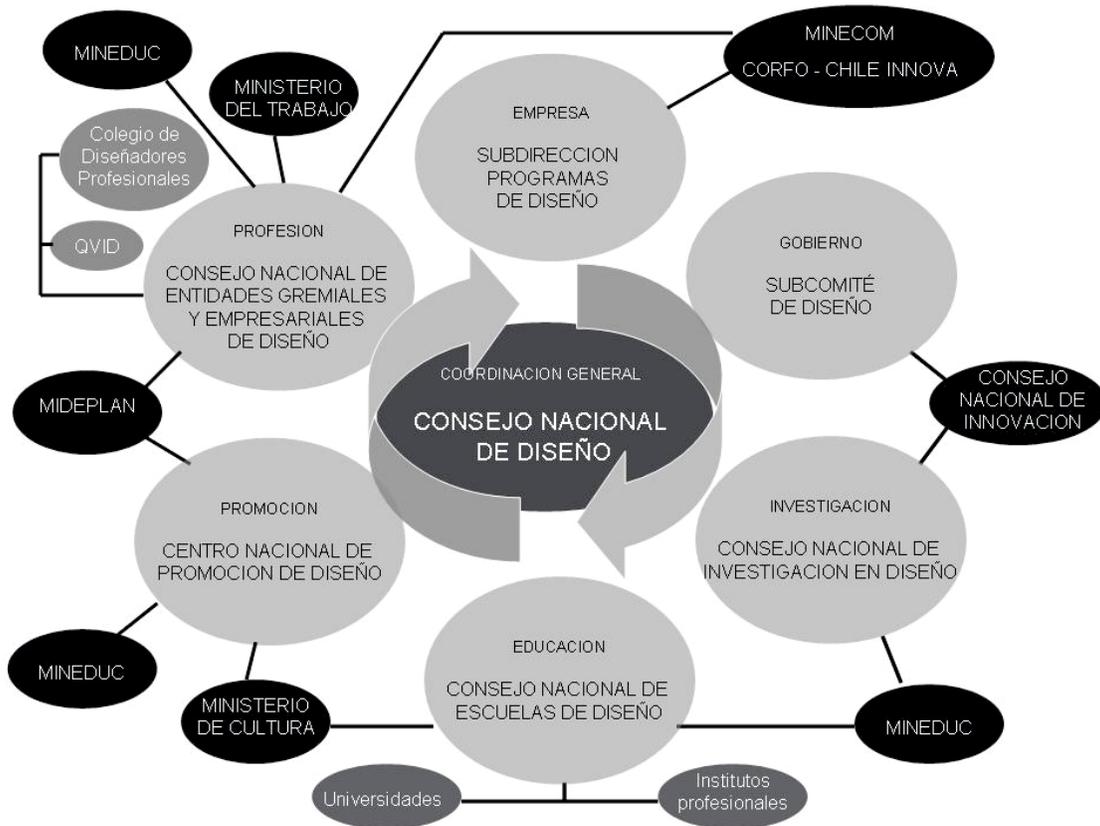
<sup>24</sup> La Mesa Redonda del Diseño (Design Round Table) es un órgano coordinador de la Política Nacional de Diseño en Finlandia.

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 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 IMPLEMENTACIÓN<sup>25</sup>**

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**

---

<sup>25</sup> 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

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 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 status 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 postdoctorado 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 status 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**

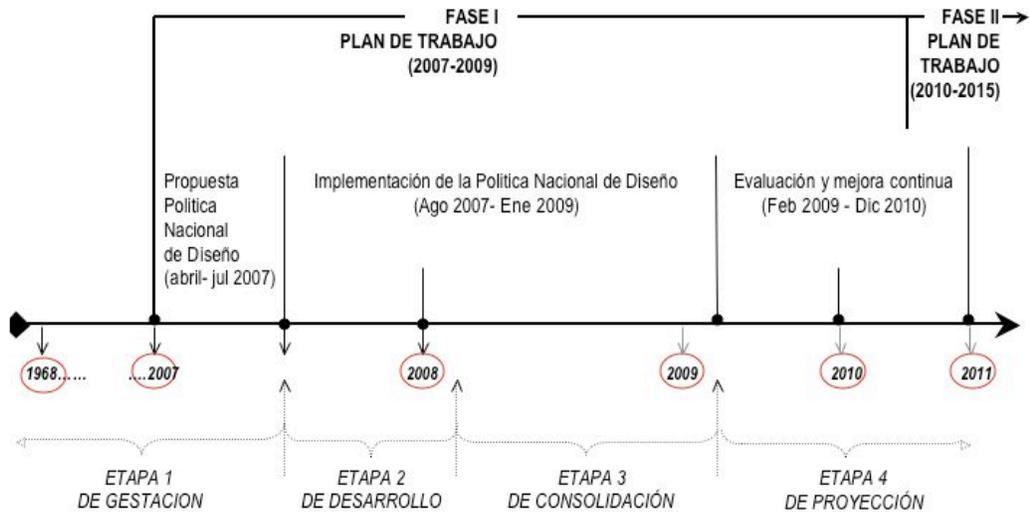
Basado en la evaluación de las actividades vinculadas a la implementación de la Política Nacional y en la promoción de las actividades correctivas para la misma, se recomienda considerar un plan de trabajo a ocho años, en dos fases:

- a) 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).
- b) 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:

1. Programa de promoción Internacional de los servicios de consultoría de Diseños Chilenos.
2. Programa de misiones para participar de Ferias Internacionales de Diseño, con el propósito de promover el Diseño Chileno en el mundo.
3. Programa de registro de propiedad intelectual nacional e internacionalmente a fin de proteger el patrimonio intelectual del Diseño chileno.
4. 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

# **ANEXOS**

---

## **ANEXO 1 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL DISEÑO<sup>26</sup>**

La historia de nuestro Diseño es de muy larga data, con una gran cantidad de hitos que pueden llevarnos muchas veces a la confusión, es por esto que hemos decidido respetar la estructura del trabajo realizado por Hugo Palmarola, desarrollando la siguiente línea de tiempo:

**1849** Creación de la academia de pintura dependiente de la facultad de filosofía y humanidades de la Universidad de Chile

**1929** Creación de la Escuela de Arte Aplicadas de la Universidad de Chile

**1946** Se abre la escuela de Diseño de la Universidad Católica

**1955** Se abre la escuela de Diseño Industrial de la Universidad Católica

**1956** Josef Albers es invitado a la escuela de Diseño de la Universidad Católica como profesor invitado, incorporando el concepto de Vorkurs

**1957** Se otorga el primer diploma de Diseñador Industrial en la Universidad Católica

**1957** Fundación de ICSID en Londres

**1958** Creación del grupo Universitario Los Cerrillos (Escuelas de Arquitectura y Diseño)

**1959** Primer congreso y asamblea general de ICSID en Estocolmo Suecia

**1963** Fundación de ICOGRADA

**1967** Se inician las actividades académicas de la Escuela de Diseño industrial de la aede Valparaíso de la Universidad de Chile, bajo la dirección del profesor Sandalio Valdebenito. Origen de la actual Escuela de la Universidad de Valparaíso.

**1968** Arriba a Chile Gui Bonsiepe Octubre de 1968, Contratado por la oficina internacional OIT, a petición del Gobierno del presidente Eduardo Frei Montalvo.

---

<sup>26</sup> Documento realizado por Patricio González y Julio Mejías Tomando como referencia la línea de tiempo de Hugo Palmarola agregándole algunos otros Hitos obtenidos durante la investigación realizada.

Alfonso Gómez, Rodrigo Walter, Fernando Shultz y Guillermo Capdevila deciden dejar la carrera y complementar su currículum en otras Facultades de la Universidad de Chile además de integrarse a trabajar con Bonsiepe como ayudantes de SERCOTEC.

**1970** Nace la escuela de Diseño de la Universidad de Chile en Agosto de 1970

**1984-1986** EL Colegio de Diseñadores de Chile obtiene su personalidad Jurídica, hay datos contradictorios en cuanto a la fecha real de su constitución, pero se tiene la certeza que 1986 ya se puede hablar de la existencia de un colegio de diseñadores con personalidad jurídica y estatutos aprobados.

**1984** 3º CONGRESO ALADI

DISEÑO INDUSTRIAL PARA LA TIERRA LATINOAMERICANA

5 al 8 de Noviembre de 1984

Río de Janeiro, Chile

(\*1) Chile se incorpora como miembro de la Asociación Latinoamericana de Diseño Industrial.

**1985** Congreso Internacional de ICOGRADA

El Diseño Gráfico y la Vida Cotidiana

ICOGRADA y Sindicato Nacional de Grafistas / S.N.G.

01 al 06 de Septiembre de 1985

Nice, France

(\*2) La Asociación de Diseñadores Profesionales de Chile / AG se incorpora como miembro del International Council of Graphic Design Associations, ICOGRADA.

**1987** Mediante decreto supremo del ministerio de educación se libera a los institutos profesionales de la tutela de entidades examinadoras en el desarrollo de sus programas de estudio conducentes a la obtención del título profesional de diseñador.

**1990**

Congreso Internacional de Diseño

DISEÑO Y DESARROLLO REGIONAL

22 y 23 de Noviembre,

Universidad del Bío Bío

Chillan, Chile.

COLOQUIO INTERNACIONAL

Diseño y Desarrollo Tecnológico

26 de Noviembre de 1990

Escuelas de Diseño  
Instituto Profesional del Pacífico / Pontificia Universidad Católica  
Santiago, Chile.

**1991 1º BIENAL DE DISEÑO**

Organiza Escuela de Diseño Pontificia Universidad Católica de Chile  
22 al 31 de Agosto de 1991  
Santiago, Chile.

**1993 I Simposium Latinoamericano de Educación del Diseño Gráfico para el Siglo XXI**

La Enseñanza del Diseño Gráfico Reconsiderada  
Hacia un Modelo de Programa Básico de Educación  
3, 4 y 5 de Junio de 1993  
ICOGRADA / Universidad del Pacífico  
Santiago, Chile

**1994 2º BIENAL DE DISEÑO**

El Diseño, Potencial de Creación y Desarrollo  
Organiza Escuela de Diseño Pontificia Universidad Católica de Chile  
13 al 30 de Octubre de 1994  
Santiago, Chile

**1995 XVI Congreso Internacional de ICOGRADA**

Fronteras en Movimiento  
23 al 27 de Julio de 1995  
ICOGRADA / Asociación Portuguesa de Diseñadores  
Lisboa / Porto, Portugal

(\*3) José Korn Bruzzone (Chile) asume la presidencia de ICOGRADA, Primer Latinoamericano en dicho cargo.

**1997 XVII Congreso Mundial de ICOGRADA**

INTERCAMBIO / EXCHAGES  
21, 22 y 23 de Octubre de 1997  
ICOGRADA / Asociación de Diseñadores Gráficos del Uruguay  
Punta del Este, Uruguay.

(\*4) Primer Congreso de ICOGRADA al sur del Ecuador en 35 años de la organización.

**2000 MERCOSUR – DESIGN**

DISEÑANDO EL MERCOSUR:

LA CREATIVIDAD COMO FACTOR DE DESARROLLO

Cooperación Italiana – Centro de Diseño Industrial de Montevideo, Uruguay  
Países participantes: Argentina / Brasil / Chile / Paraguay / Uruguay  
Postgrado 2000

**2001** 1º ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE DISEÑO INDUSTRIAL CHILE 2001  
International Council of Societies of Industrial Design / ICSID  
Escuela de Diseño / DUOC/UC  
Asociación Chile de Empresas de Diseño / QVID  
08,09, y 10 de Marzo de 2001  
Santiago, Chile.

**2002** DISEÑO INDUSTRIAL EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA  
“EL MODELO ITALIANO”  
Organiza: Instituto Italiano para el comercio exterior (ICE)  
Colaboran: Universidad Tecnica Federico Santa María y Univesridad de Valparaíso  
Sede Hotel Carrera  
12 de Septiembre de 2002  
Santiago, Chile.

**2003 a 2007**

Exposición Valparaíso Zona Diseño  
Se crea la red de Escuela de Diseño de Valparaíso. VZD, compuesta por la Universidad de Valparaíso,, de Playa Ancha, de Viña del Mar, del Mar, Instituto Profesional INACAP Y DUOC-UC.

**2003** ICSID INTERDESIGN WORKSHOP  
International Council of Societies of Industrial Design  
Escuela de Diseño DuocUC  
Asociación Chilena de Empresas de Diseño QVID  
Colegio de Diseñadores Profesionales de Chile  
28 de Julio a 8 de Agosto de 2003  
Santiago, Chile.

**2005** ICSID SEGUNDA REUNIÓN REGIONAL LATINOAMERICA DISEÑO  
La Globalización impulsada por el Diseño:  
Oportunidad y Desafíos para Latinoamérica  
Organiza DuocUC  
20 y 21 de Enero 2005  
Santiago, Chile

EL DISEÑO COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA  
PARA LA PyME EXPORTADORA Y CON POTENCIAL EXPORTADOR  
Programa de capacitación AL INVEST de la Comisión Europea  
Organizado por EuroCHILE. Patrocina: Escuela de Diseño Universidad de Valparaíso  
18 al 22 de Abril  
Santiago, Chile.

PREMIO CHILE DISEÑO  
Asociación Chilena de Empresas de Diseño  
Colegio de Diseñadores  
20 de Mayo del 2005  
Santiago, Chile.

**2007** Carlos Hinrichsen Asumirá como Presidente de ICSID en Octubre, Primer Latinoamericano en dicho cargo.

## **ANEXO 2:**

### **ANÁLISIS DE LAS MEJORES PRACTICAS BASADO EN EL ESTUDIO DE OCHO CASOS**

#### **2.1.- El Estudio de Casos.**

Para la elaboración de este estudio de casos, se consideraron aquellos que han tenido éxito en el desarrollo y promoción del Diseño y su integración en los procesos productivos y de comercialización dentro de los sistemas de innovación nacionales.

La información ha sido extraída básicamente del documento *“Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions”* preparado por Designium, el nuevo Centro de Innovación en Design de la University of Art and Design de Helsinki, Finlandia.

Para la elaboración de este estudio de casos, se consideraron un total de 8 casos, comparando los objetivos de cada programa o política. Del total de casos encontrados en el estudio realizado por Designium, se excluyeron aquellos países que escapaban a los parámetros de Chile. Así fue el caso de Estados Unidos, Japon, Inglaterra, etc. Los países que constituyen esta muestra son los siguientes:

- 1) Finlandia,
- 2) Suiza,
- 3) Dinamarca,
- 4) Noruega,
- 5) Irlanda,
- 6) Nueva Zelanda,
- 7) Corea,
- 8) Italia (Ver anexo 2)

#### **2.2.- Resultados del análisis en virtud de los objetivos y de su implementación**

El estudio de casos estuvo orientado a la identificación de las “buenas prácticas” en torno a políticas y programas nacionales de Diseño. Desde este punto de vista, es posible observar que las políticas y programas de promoción nacional apuntan a una o varias áreas del Diseño:

- Diseño en la industria y los negocios,
- Diseño en los negocios y la infraestructura,
- Diseño en la educación e investigación en Diseño,
- Diseño en el sector público, calidad de vida,
- Diseño en el comercio internacional, empresas y mercado.

Los principales focos de las políticas y programas nacionales de promoción del Diseño, se pueden resumir de la siguiente manera:

- Tomar medidas focalizadas en objetivos promocionales, educacionales, de asesoramiento y financiamiento. El propósito es incrementar los beneficios organizacionales y la competitividad nacional e internacional del sector empresarial.
- Tomar medidas focalizadas en el negocio del Diseño, lo cual incluye las empresas de Diseño, los diseñadores independientes y diseñadores dependientes, en función de objetivos de conectividad, educación, de asesoramiento y financiamiento
- Activar los ámbitos de colaboración entre estudiantes de Diseño y otras disciplinas diferentes y mejorar la conciencia del Diseño en estudiantes de negocios, administración y de ingenierías.
- Mejorar y acrecentar la conciencia del valor del Diseño en el sector público para que asuma la responsabilidad de: promover el rol del Diseño de calidad en el sector privado; promover el Diseño, el Diseño de exportación y las aptitudes exportadoras.
- Promover el Diseño nacional y la cultura de Diseño y sus efectos en la calidad de vida mediante la educación del público en general.

### **2.3.- Resultados del análisis de los objetivos y de sus programas**

En general los objetivos de las políticas nacionales de Diseño y sus programas de promoción, son multisectoriales y abarcan el ámbito económico, de educación, calidad de vida y cultura e identidad y básicamente son coincidentes en los siguientes aspectos:

#### **1. Economía**

- a. Promover el Diseño como una herramienta estratégica de desarrollo para el progreso económico en el sector público y privado.
- b. Promocionar el Diseño como una actividad que facilita la creación de nuevos puestos de trabajo y nuevas oportunidades de negocios.
- c. Diseño como herramienta para acrecentar el volumen del comercio internacional.

- d. El Diseño como herramienta para el desarrollo de la competitividad internacional de los negocios y de la propia industria del Diseño.

## 2. **Educación**

- a. Promover una educación de Diseño de alta calidad profesional y multidisciplinaria
- b. Promover la circulación efectiva de nuevo conocimiento relativo a Diseño

## 3. **Calidad de Vida:**

Mejorar la calidad de vida y el bienestar de los ciudadanos, a través del desarrollo del,

- a. Diseño ambiental
- b. Diseño ambiental urbano
- c. Diseño sustentable
- d. Promover el valor social del Diseño para los individuos y el público en general

## 4. **Cultura e identidad**

- a. Fortalecer la identidad cultural;
- b. La imagen país y su marca

### **2.4.- Buenas prácticas en procesos conducentes a una Política Nacional de Diseño. Estudio de tres casos.**

A continuación se presentan tres casos donde es posible reconocer las buenas prácticas respecto de los procesos llevados a cabo para la gestación, desarrollo y consolidación de políticas y programas nacionales de soporte al Diseño.

#### **2.4.1. Brasil**

##### *2.4.1.1 Misión del Programa Brasileiro do Design – PBD*

El Programa Brasileiro do Design – PBD, tiene como misión inducir a la Modernidad Industrial y Tecnológica mediante el Diseño, visando contribuir para el incremento de la calidad y de la competitividad de los bienes y servicios producidos en Brasil y su respectiva popularización.

El **Programa Brasileiro de Design** – PBD (Programa Brasileño de Diseño) se destina a fomentar el desarrollo del “Diseño” brasileño, capitalizando la ventaja de ser Brasil un país diferente, de identidad fuerte y creativa, apto para desarrollar la marca Brasil en el competitivo mercado internacional.

El PBD resultó de la aglutinación y articulación de subprogramas de alcance general y específico, fomentando una orientación estratégica única y teniendo un carácter descentralizado. El programa busca motivar a los empresarios y a comprometerlos con el objetivo mayor de incluir el Diseño en el sistema productivo.

El Diseño es un fuerte elemento de competitividad empresarial, en especial para los segmentos presionados por la competencia internacional. Es un diferencial estratégico visto que posibilita la optimización en la utilización de la materia prima, mejoras en las fases del proyecto y en la producción, garantizando mayores niveles de satisfacción del cliente.

El Diseño es el diferencial que fomenta mayor valor agregado a las exportaciones, promoviendo la oferta de los productos diferenciados e innovadores, siendo de fundamental importancia para la creación de una identidad y una imagen favorable que agregue valor al producto nacional.

En los años recientes, la dinámica de la economía mundial, por consecuencia de la globalización y de la introducción acelerada de las innovaciones tecnológicas, ha impulsado la adopción de estrategias de ajuste de parte de las naciones y de sus empresas, visando el aumento de la competitividad y de esta manera aumentando la competitividad.

Un escenario resultante de los análisis de los planes del gobierno muestra un énfasis de la **C&T&I** (Ciencia, Tecnología e Innovación) como elemento estratégico para la mejora de la competitividad de los bienes y servicios producidos en el país, de fundamental importancia para agregar valor a la producción y a las exportaciones.

Dentro de la etapa creativa del producto, el Diseño es una herramienta que estimula la innovación a la medida que se introducen nuevas formas, nuevas materias y nuevos valores conceptuales que colaboran para determinar el desarrollo de los nuevos procesos productivos y tecnológicos para la ejecución de los nuevos productos.

#### *2.4.1.2 Institucionalización de la PBD*

El Diseño pasó a formar parte de las políticas gubernamentales brasileñas a partir de 1995, contemplado en la **Política Industrial, Tecnológica y de Comercio Exterior**, dentro del principio de la re-estructuración y expansión competitivas y de la modernización productiva del sistema industrial brasileño. En este contexto, fue creado el PBD por el Decreto de 09 de noviembre del mismo año. En la actual **Política Industrial, Tecnológica y de Comércio Exterior**, del **Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e Comércio Exterior** (MDIC) lanzada el 31 de marzo de 2004, el Diseño está implícito en las directrices generales de **Innovación y Desarrollo Tecnológico – Innovación del Producto, Proceso y Gestión y**

**en el Programa Imagen del Brasil en el Exterior** corroborando, de esta forma, los objetivos del PBD que también está trabajando en consonancia con los **Foros de Competitividad de las Cadenas Productivas**, con el objetivo mayor de reconocimiento del producto brasileño por su Diseño, calidad y precio.

#### *Sectores beneficiados con el PBD*

- Sector Productivo: industria, comercio y servicios;
- Red de enseñanza Técnica y Superior y sus representaciones;
- Instituciones tecnológicas, de capacitación, promoción y apoyo al desarrollo;
- Público consumidor de los productos con Diseño

#### *2.4.1.3 Actividades contempladas en el PBD*

Design & Excellence Brazil 2004/2005: Lanzado en junio de 2003, es un proyecto cuyo principal objetivo es fomentar el reconocimiento internacional del Diseño de los productos y servicios desarrollados en el País, con vistas al fortalecimiento de la Marca Brasil y de la imagen del producto brasileño con mayor valor agregado. La estrategia adoptada para lograr este objetivo fue el apoyo a la participación de los productos brasileños en premiaciones internacionales de Diseño, ya que, en ese segmento, los sellos indicadores de estas premiaciones son fuertes garantías de diferenciales mercadológicos.

**[www.debrazil.com.br](http://www.debrazil.com.br)**

#### *2.4.1.4 Apoyo institucional a premios, publicaciones y eventos nacionales e internacionales de Diseño*

Dentro de las estrategias del PBD está el incentivo y apoyo a premiaciones de Diseño en los más variados sectores productivos, como forma de diseminar y valorar el Diseño nacional en Brasil y en el exterior.

El reconocimiento del producto nacional mediante la premiación de los productos innovadores y de buen Diseño, que hayan sido desarrollados en el ámbito de la industria o en el medio académico, es otra forma de ampliar la sinergia entre los diversos participantes de las instituciones que se preocupan y fomentan el Diseño en el país. Además de ser una forma de promoción mercadológica de los productos, por las empresas, y de los servicios desarrollados por los estudiantes y profesionales del Diseño.

El PBD actúa directamente en las premiaciones del Diseño como en los proyectos Design & Excellence Brazil donde apoya a las empresas para que participen del IF Design Award en Hannover, y del *Concurso Design de Carácter Social* que se realiza en conjunto con diversas instituciones. Juntamente a los Foros de Competitividad de las cadenas productivas viene,

entre otras acciones, incentivando la creación de los concursos de Diseño, como en el caso del Sector de Transformados Plásticos, que en breve lanzará el Concurso ABIPLAST Asociación Brasileña de la Industria del Plástico de Diseño, y también contribuyendo con el GT7 para la creación de los concursos de Diseño en el ámbito del MERCOSUR.

El PBD apoya institucionalmente a las organizaciones que promueven los concursos de Diseño auxiliándolas en la elaboración de reglamentos, en la divulgación y participando como jurados en los mayores concursos de Diseño en el País.

#### **2.4.2. Argentina<sup>27</sup>**

Desde el 2003 Argentina cuenta con un Plan Nacional de Diseño PND.<sup>28</sup>

El Plan fue creado por resolución en el mes de Mayo de 2003 y depende de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa del Gobierno de Argentina. Tiene como objetivo destacar el Diseño como un factor clave de competitividad industrial y sensibilizar a los empresarios sobre las ventajas de la inserción de gestión de Diseño en la política de calidad de la empresa.

##### **El PND posee cuatro líneas de acción:**

- Promoción del Diseño
- Red Nacional de Diseño
- Capacitación y Eventos
- Fortalecimiento Institucional del Plan

Durante el 2003 el PND creó mediante resolución una *Ventanilla de Diseño* (Consultoría de Diseño) para las empresas, especialmente para las pequeñas y medianas, donde ellas puedan viabilizar sus proyectos de Diseño. Las empresas interesadas deben cumplir algunos requisitos mínimos, llenar un formulario disponible en Internet, describiendo la idea del proyecto. De ser aprobadas, las empresas reciben orientación de acuerdo a sus necesidades de asistencia financiera disponible en Argentina.

Otra iniciativa relevante es la creación del Centro Metropolitano de Diseño CMD<sup>29</sup>. Es una institución pública creada para asesorar las empresas, diseñadores y emprendedores de Buenos Aires, para mejorar su competitividad a partir del Diseño y la innovación. Posee apoyo del Gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires, a través de la Subsecretaría de Industria, Cultura, del Ministerio de Producción.

##### **El CMD actúa en tres áreas principales:**

---

<sup>27</sup> Vease en [www.design.mdic.gov.br](http://www.design.mdic.gov.br)

<sup>28</sup> Vease en [www.industria.gov.ar](http://www.industria.gov.ar)

<sup>29</sup> Vease en [www.cmd.gov.ar](http://www.cmd.gov.ar)

- Innovación
- Diseño Estratégico
- Gestión

Dentro de las áreas de actuación del CMD se destacar INCUBA, una incubadora de servicios creativos, orientada a temáticas de Diseño, industria, culturales y servicios y/o productos de turismo. Las empresas son incubadas por tres años, recibiendo durante ese período los siguientes servicios:

- Asesoría y orientación personalizada en aspectos de gestión de las diferentes áreas del negocio.
- Cursos y seminarios sobre gestión y emprendimiento.
- Asesoría técnica sobre aspectos legales y de comercio exterior.

El Programa INNOVAR<sup>30</sup> es otra iniciativa relevante en el área de la innovación en Argentina. Es un programa de innovación que estimula el uso del Diseño. El programa se propone ser un espacio permanente de solución a problemas que enfrentan los emprendedores en el campo del Diseño, la tecnología, el comercio, para que sus creaciones lleguen y se difundan en el mercado.

La primera iniciativa del programa fue el Concurso Nacional de Productos Innovadores INNOVAR 2005, a través del cual se tomó contacto con creadores y propuestas de muchos emprendedores.

El concurso premia productos y procesos e incentiva la creación original, de nuevos productos e invenciones que representan oportunidades comerciales, protegiendo los derechos de propiedad del autor antes de colocarlo en el mercado.

En una segunda etapa, el programa pretende consolidar centros de apoyo a la innovación en diferentes localidades del país, que actúen como espacios de articulación de ofertas y den asistencia permanente en todo el territorio. El Programa INNOVAR es una iniciativa conjunta del Ministerio de Comunicación, Ciencia y Tecnología, Economía y Producción. Cuenta también con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo BID.<sup>31</sup>

#### **2.4.3. Corea y su proceso hacia una Política Nacional de Diseño**

---

<sup>30</sup> Vease en [www.innovar.gov.ar](http://www.innovar.gov.ar)

<sup>31</sup> Otra iniciativa de Diseño relevante del país: Programa de Diseño del Instituto Nacional de Tecnología Industrial ([www.inti.gov.ar](http://www.inti.gov.ar)). Feria Puro Diseño ([www.feriapurodiseno.com.ar](http://www.feriapurodiseno.com.ar))

Actualmente, Corea representa uno de los ejemplos más interesantes de desarrollo industrial y económico asociados al Diseño en el mundo. En un período no mayor a los 40 años, pasó de ser una economía totalmente basada en la producción de materias primas a una economía fuertemente industrializada, globalizada y líder en innovación tecnológica e investigación aplicada.

El ejemplo coreano expone muchas razones para ser considerado, sin embargo, en este resumen abordaremos solamente dos:

1) La historia y evolución de la industria coreana nos propone un camino a seguir desde la perspectiva de un proceso consolidado.

Si observamos la orientación de las políticas industriales de Corea en los últimos 50 años, podemos observar que en primera instancia se instaló una sólida planta productiva nacional. Sin embargo, desde los años 90 existe una clara tendencia hacia la economía del conocimiento respondiendo claramente a un país con una alta vocación de inserción en el mundo globalizado y digitalizado.

2) El KIDP, ejemplifica claramente cómo puede ser articulada una red que incorpore a todos los actores del sistema de innovación para favorecer la competitividad de una nación a través del Diseño.

Desde el año 1970 Corea centró sus esfuerzos en revolucionar el sector exportador a través del Diseño. Para el año 1977 ya se observaba la creación de “estrategias” y “decretos” generados por el gobierno que permitían establecer un marco y un ambiente favorable para el desarrollo de las actividades de Diseño.

#### **2.4.3.1 Los actores, actuaciones y proyectos claves del proceso.**

Uno de los factores fundamentales que dió inicio al proceso fue un cambio en la orientación de las políticas de desarrollo por parte del gobierno después de la guerra con Corea del Norte. Después del tratado de paz en el año 1953, Corea del Sur vivió un proceso de reconstrucción y fuerte inyección de recursos por parte de los países “aliados” que ya para los años 60 se manifestaba en el incipiente desarrollo de la industria ligera. Hacia mediados de los 70 ya se establecía una industria “pesada” y a mediados de los 80 existía una sólida base de industrias ensambladoras y productoras de bienes de consumo. A partir de los 90 sin embargo, el desarrollo de Corea da un vuelco hacia la industria de la informática que ya en el año 2000 se manifestaba en la base para el desarrollo de una industria basada en la información y el conocimiento.<sup>32</sup>

Desde el año 1970, se observan esfuerzos estratégicos por promover actividades relacionadas al Diseño. En ese entonces, fue fundado el Centro de Diseño de packaging coreano, orientado a “agregar valor” a los productos coreanos. En 1977 se redacta el primer “decreto” de promoción del Diseño de packaging. Hacia 1985, Corea comienza una fuerte campaña hacia el desarrollo y promoción de las distintas ramas del Diseño, creando el premio “GD” (good design) una marca que busca generar un “Standard de calidad” del Diseño nacional con claras miras a mejorar la competitividad interna para poder competir globalmente en el futuro. En 1997, Corea enfrenta la crisis asiática y re orienta sus esfuerzos a mejorar la calidad por sobre la cantidad de los productos que exporta, haciendo fuerte énfasis en el uso del Diseño. En el año 2000 se plantea el desafío de promover el Diseño coreano a nivel internacional. En el 2001, se renombra el centro como KIDP ( Korea Institute of Design Promotion). Conjuntamente ese año se revisan los “decretos” de promoción del Diseño industrial y se materializa el edificio sede en donde se lleva a cabo el congreso internacional de ICSDI (international council of societies of industrial design). El año 2003 y el año 2005 se realizan además los eventos internacionales Design Korea, World best design, encuentros que reúnen lo mejor del Diseño a nivel mundial, en donde los coreanos pretenden estrechar vínculos y posicionar su Diseño en el contexto global.

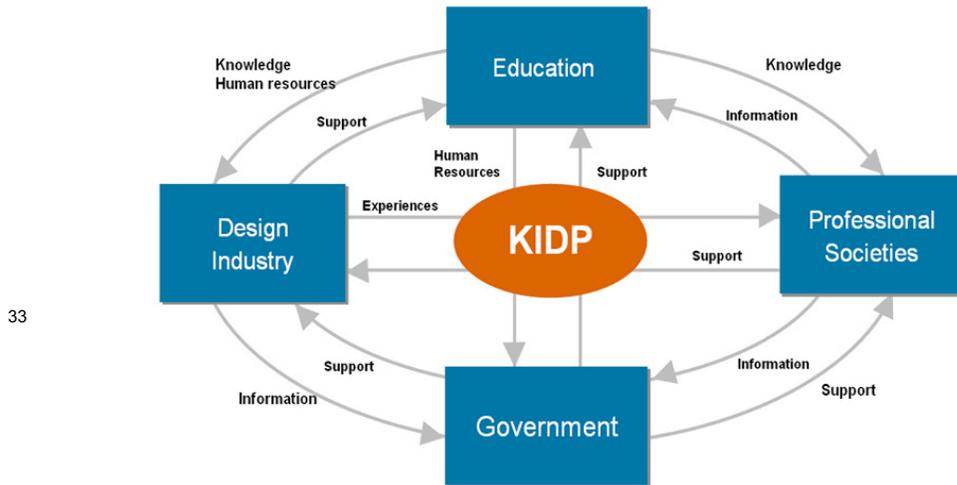
#### **Actores: Kidp, Centro de promoción del Diseño Coreano, ente gestor y ejecutor de las políticas.**

Actualmente el KIDP funciona como el articulador de la red de promoción del Diseño Coreano trabajando como vínculo entre el sector educacional, profesional, la industria del Diseño y el gobierno.

---

<sup>32</sup> Korean Design Policy: “A successful plan for economic development” KIM Jinwoo\_KIDP, 2006

Red de promoción del Diseño Coreano  
 Descripción de la red de promoción del Diseño coreano y como el KIDP lo articula.



33

**Acciones del KIDP (Actuaciones)**

*“La misión del KIDP es contribuir a la economía nacional y a la mejora en la calidad de vida de todos los ciudadanos coreanos, promoviendo las actividades de investigación y desarrollo (i+d) asociadas al Diseño e implementando proyectos que promueven el Diseño de una forma efectiva y sistemática”<sup>34</sup>*

El KIDP se encuentra permanentemente:

- Asistiendo a empresas pequeñas y medianas en la aplicación del Diseño buscando la mejora en la competitividad de sus productos agregando valor.
- Conduciendo actividades de promoción que permitan mejorar el reconocimiento del Diseño y que potencien la venta de productos concebidos desde el Diseño.
- Estableciendo una base de datos con un enfoque en crear una infraestructura de comunicación adecuada.
- Ofreciendo educación y planes de entrenamiento diseñados para acoger, reeducar y calificar a los diseñadores.
- Promoviendo el intercambio internacional y la cooperación, con el fin de asegurar un sitio para Corea entre los países líderes del Diseño del siglo 21.
- Generando investigación de proyectos de Diseño.

<sup>33</sup> Kyung-won Chung, Ph.D. President & CEO KIDP , “Strategic Plan for Design Corea(DK) 2010”, 2003.

<sup>34</sup> <http://www.designdb.com/english/kidp/intro/object.asp>

Para llevar a cabo estas acciones, el KIDP propone una estructura organizacional multilateral que comprende el desarrollo de políticas de Diseño, exhibiciones y la premiación del buen Diseño (tendiente a mejorar la calidad del Diseño) la creación de una base de datos e información sobre Diseño, la cooperación internacional y las relaciones publicas, la investigación, la educación y la consultoría de Diseño orientada a la innovación. Cada una de estas áreas está constituida por equipos de profesionales trabajando full time.

#### **2.4.3.2 Una mirada estratégica a la promoción del Diseño “planes de 5 años para Corea”**

Los planes de largo plazo del KIDP responden a la realidad social, política, económica y cultural del país. De ese modo, los coreanos han creado planes de 5 años con ideas fuerza públicamente conocidas y difundidas. Entre los años 1993 y 1997 el primer plan de 5 años se focalizó en mejorar el nivel de conciencia sobre las capacidades del Diseño “public awarenes of design” y fortalecer las habilidades del Diseño en las corporaciones. Entre los años 1998 a 2002 el enfoque cambió hacia establecer el centro de Diseño coreano, fortalecer la capacidad de Diseño interna, expandir las actividades internacionales y crear centros de innovación en Diseño en las principales universidades.

Entre los años 2003 y 2007 el último de estos planes se enfocó en fortalecer las capacidades de I+D del Diseño, construir centros de Diseño a nivel regional y alcanzar la visión de “COREA DISEÑO”

#### **2.4.3.3 La consolidación del Diseño coreano: design driven companies**

Hoy por hoy, Corea ya es reconocido como uno de los principales actores en el mundo del desarrollo de tecnología e innovación. Superando en algunos casos a potencias como Japón y Estados Unidos. Esta cómoda posición de las industrias manufactureras coreanas evidentemente responde a la lógica que éste país ha llevado por ya más de 15 años y que ha sido ejecutada por el KIDP, entre otras instituciones.

Compañías manufactureras de clase mundial como Samsung, desarrollan toda clase de servicios como inversiones o investigación y productos como electrodomésticos, automóviles o incluso navíos que se venden en todo el planeta, además, “la utilización de Diseño por parte de las compañías coreanas alcanza al 22%”<sup>35</sup>. Lo que indudablemente se traduce en una mayor diversificación de la planta productiva del país, más fuentes de trabajo y una economía más estable que no solamente depende de un solo tipo de industria, si no que además está permanentemente generando nuevo conocimiento e investigación en diversas áreas, en definitiva, nuevas oportunidades para el progreso.

Otro factor no menos importante es la constante presencia de la educación y la búsqueda de un reconocimiento de la actividad. En el caso coreano, observamos cómo sus planes apuntan incluso a los niños de menor edad. Se observa la búsqueda del equilibrio de las

---

35 Korean Design Policy: “A successful plan for economic development” KIM Jinwoo\_KIDP

acciones orientadas a mejorar la competitividad por un lado, pero por otra, prestando siempre un servicio público que busca mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y aportar a la cultura del país. El KIDP, representa el lugar físico donde surgen las ideas para ayudar a que eso ocurra.

#### **2.4.4. Finlandia y su proceso hacia una Política Nacional de Diseño<sup>36</sup>**

##### *2.4.4.1 Finlandia como referente para el Sistema Nacional de Innovación chileno.*

Finlandia ha pasado de ser un país relativamente pobre a situarse en los primeros puestos de los ranking de indicadores económicos, de innovación, de sostenibilidad, de desarrollo social, sin perder por eso su identidad y su concepción de estado de bienestar.

Desde este punto de vista, hay dos buenas razones del porque Finlandia resulta ser un caso emblemático dentro del actual concierto de países líderes que han logrado alcanzar una buena posición dentro de una sociedad globalizada y en especial para Chile.

La primera razón guarda relación con el hecho de que Finlandia es considerado como un referente para el Consejo Nacional de Innovación chileno:

*“El Sistema Nacional de Innovación de Finlandia partió a inicios de los '90 y es un referente de institucionalidad para el Consejo de Innovación chileno, que hoy define la Estrategia Nacional de Innovación para los próximos 12 años. En el tema institucional, el modelo finlandés nos sirve mucho. Miramos cómo está articulado, quiénes son los responsables, cuáles son los ámbitos de acción y quién decide la asignación de recursos”<sup>37</sup>.*

La segunda razón, se presenta hoy, frente al proceso de gestación, desarrollo y consolidación de una Política Nacional para el Diseño en Chile, ya que si bien, Finlandia ya es considerado como referente por su Sistema Nacional de Innovación, cobra aún más fuerza el hecho de que Finlandia incorporó el Diseño a su Sistema Nacional de Innovación en el año 2000, como un agente clave en el desarrollo económico, tecnológico y sociocultural finlandés.

Surge entonces la pregunta: ¿Qué factores, actores y actuaciones influyeron en este proceso?

El factor fundamental fue una decisión política, de gobierno y de estado cuando Pavo Lipponen como primer ministro promueve la inserción del Diseño dentro del Sistema

---

<sup>36</sup> Extracto y traducción del paper de MOLLENHAUER, K & KORVENMAA, P: “ Designing the Designer: The responsibilities of education in the national/regional system of Design”, a presentar en la International Conference on Engineering and Product Design Education, 13-14 septiembre 2007, Northumbria University, Newcastle Upon Tyne United Kingdom

<sup>37</sup> Entrevista a Jose Miguel BENAVENTE, miembro del Consejo de Innovación chileno. En artículo de prensa on line, “Los 5 modelos nórdicos que Chile busca importar” en [www.elmercurio.com](http://www.elmercurio.com), el 8 de Diciembre de 2006.

Nacional de Innovación. En ese minuto, el actor fundamental que tuvo un rol clave fue la Educación como parte del Sistema Design, y dentro de esto la University of Art and Design – Helsinki. Desde el punto de vista de las actuaciones fundamentales, fue una estrategia basada en el soporte de la Investigación y la I+D ‘*design\_driven*’ (guiada por el Diseño) la que permitió la total incorporación del Diseño al Sistema de Innovación Nacional.

#### 2.4.4.2 *Los actores, actuaciones y proyectos claves del proceso.*

Los antecedentes de este proceso se remontan a 1996. Entonces el Fondo Nacional de Finlandia para la Investigación y el Desarrollo (SITRA) invitó a un grupo de personas vinculadas al Sistema Diseño para discutir las actuales condiciones del Diseño y el futuro rol que éste podía jugar dadas las condiciones económicas del momento. Aspectos claves fueron discutidos entonces y se formularon preguntas acerca de qué rol podía jugar el Diseño. Si se partía de la base que el Diseño de la post-guerra había sido un elemento integrador de bienestar y calidad de vida durante las décadas posteriores, ¿sería posible repetir el fenómeno en un contexto distinto como el actual?<sup>38</sup> ¿Cuáles eran las condiciones en que las distintas áreas, profesiones e instituciones vinculadas con el Sistema Design finlandés requerían para funcionar en conjunto? ¿Cómo construir un renovado nivel de competencias a través de la educación del Diseño?.

En 1998, el informe ‘*Muotoiltu etu I ja II*’<sup>39</sup>, realizado por Pekka Korvenmaa, profesor de la Universidad de Arte y Diseño de Helsinki (UIAH) fue publicado.<sup>40</sup> Este primer documento sugería la integración del Diseño dentro del Sistema de Innovación como pieza clave para el desarrollo nacional. Las sugerencias del informe fueron aceptadas y el Ministerio de Educación usó este primer informe como documento base para su trabajo y para configurar el primer equipo formal de trabajo y comenzar el proceso. Al mismo tiempo, se integraron también el Ministerio de Cultura, de Comercio e Industria y el de Relaciones Exteriores.

En este contexto, fue solicitada la redacción de la primera Política Nacional de Diseño para Finlandia. El profesor Pekka Saarela<sup>41</sup> de la UIAH lideró un equipo compuesto de personas expertas de distintos ámbitos: sector público, sector industrial y comercio, comunidad del Diseño, sociedad en general. Así estos representantes de la sociedad finlandesa, comenzaron a trabajar en torno a la I Política Nacional de Diseño para Finlandia. Nuevamente la Educación –representada por la UIAH- lideró el proceso. En Junio de 1999, un borrador de la política fue presentado a la comunidad para su discusión. Un año más tarde, el 15 de Junio de 2000 el Programa Design 2005! – primera Política Nacional de Diseño- fue aprobado. La ‘Mesa Redonda del Diseño’ –un grupo de discusión con un alto

---

<sup>38</sup> Se refiere a los inicios de los años 90.

<sup>39</sup> Este reporte esta disponible sólo en finlandés: Korvenmaa, Pekka *Muotoiltu Etu I-II*. SITRA, Helsinki, 1998 (title translated is *Designed Advantage*). – Ver algunos aspectos del informe en: Korvenmaa, Pekka *Rhetoric and Action: Design policies in Finland at the beginning of the third Millennium*. In: *Scandinavian Journal of Design History*, vol. 11, 2001. Copenhagen 2001

<sup>40</sup> KORVENMAA, P. *Design, Innovation and National Development: Finland 1995–2005*. En *Design Policy as civil action. Post-conference workshop* (University of Art and Design Helsinki, Helsinki, August 28th–29th, 2006).

<sup>41</sup> El reporte fue compilado por Pekka Saarela. El era en aquel entonces el jefe del ‘Centre for Extensive Studies at UIAH’. Actualmente, Saarela Director de Administración de la UIAH.

grado de representatividad de los sectores públicos y privados- se configuró con el fin de generar las ideas de cómo implementar el programa durante los años 2002 y 2004.

Cabe señalar que a partir de este momento y hasta hoy, el Diseño y los diseñadores finlandeses han estado anclados en todo lo amplio al contexto político, económico y cultural del país, así como también, han quedado fuertemente ligados a los principales stakeholders de la investigación, del desarrollo y la transferencia tecnológica a través de los aspectos éticos pertinentes en las funciones del Sistema de Innovación Nacional.

En este contexto, la Política Nacional de Diseño para Finlandia, necesitaba un nuevo estudio sobre el Diseño Industrial y como coordinar los objetivos y los fondos de financiamiento dentro del Programa de Diseño Industrial. Un nuevo estudio fue realizado desde la UIAH por Designium, el nuevo Centro de Innovación en Diseño.

Dos programas diferentes con sus respectivos fondos de financiamiento fueron puestos en marcha para constituir un paraguas bajo el cual los aspectos teóricos y prácticos del Diseño Industrial y del desarrollo de productos pudieran ser abarcados. Estos programas fueron:

1) 'Industrial Design Technology Programme 2002–2005', soportado por TEKES (Agencia Nacional de Tecnología) con un presupuesto de €27 millones de euros para investigación aplicada realizada por centros de I+D y de transferencia tecnológica. Los fondos provenían en un 50% del Ministerio de Comercio e Industria a través de TEKES, y el otro 50% de las empresas privadas. Durante el periodo 2002-2005, han sido financiados 17 proyectos y las convocatorias continúan abiertas. Del total de 17 proyectos, 8 han sido desarrollados al interior de la UIAH y de sus centros de investigación MUOVA y Designium, ubicados en Vaasa y Helsinki respectivamente.

2) 'Research Programme for Industrial Design 2004–2007', es un programa interdisciplinario, el cual está soportado por la Academia de Finlandia. El presupuesto para este programa es de € 2 millones de euros para investigación básica. Estos proyectos de investigación han sido desarrollados por 5 Universidades estatales. El dinero proviene complementariamente desde el Ministerio de Educación. Durante el periodo 2004–2007, ocho proyectos han sido realizados. Del total de proyectos, tres han sido realizados por la UIAH.<sup>42</sup>

	STAKEHOLDERS	PROJECTS	ACTIONS
EDUCATION	University of Art and Design Helsinki (UIAH)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>The Shaping of the Professional Designer</b> Professor Pekka Korvenmaa</li> <li>• <b>Industrial Design in the Domestication of Technology</b> Prof.essor Ilpo Koskinen</li> <li>• <b>Semiotic Product Functions</b> Dr Susann Vihmaç</li> </ul>	[1]
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>User Experience design</b></li> <li>• <b>Ergonomics design of mobile devices</b></li> <li>• <b>Industrial design platforms research</b></li> <li>• <b>Proactive design 2005</b></li> <li>• <b>Probes – User experience design</b></li> </ul>	[2]

<sup>42</sup> Información sobre estos programas es posible encontrarlos en SITRA [www.sitra.fi](http://www.sitra.fi)

R&D&i	DESIGNIUM (UIAH) [*]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Development of core competence of leading design consultancies in Finland</li> <li>• Modelling strategic impact of design in Finnish companies</li> </ul>	[2]
	MUOVA (UIAH) [*]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizing product visions as learning tool for SME</li> </ul>	[2]
<p>[1] Research programme for Industrial Design 2004-2007 supported by Academy of Finland</p> <p>[2] The Industrial Design Technology Programme 2002-2005</p> <p>[*] UIAH is also represented by Designium and Muova, both are important centres where design_driven innovation is developed.</p>			

#### 2.4.4.3 El sector de la Educación del Diseño y su rol fundamental en el proceso

Finlandia como ejemplo de sociedad basada en el Estado de Bienestar, donde la educación es considerada un derecho para cada uno de los ciudadanos, puede sin duda ser considerada un buen ejemplo y referente para aprender. Finlandia, después de la crisis económica de los años 90, determinó salir adelante buscando las fortalezas dentro de sus propias potencialidades. El Diseño Industrial fue considerado una de esas fortalezas y desde las universidades se organizaron los actores y las acciones para llevar adelante lo que más tarde se llamaría Design 2005!, la Política nacional de Diseño para Finlandia.

La educación –uno de los cuatro pilares del Sistema Design finlandés- representada por la UIAH ha estado directamente conectado con el desarrollo del sector profesional, cuidando y promoviendo el patrimonio del Diseño finlandés a través de los procesos de educación. Desde este punto de vista, no es coincidencia que el primer estudio –el cual sirvió de base para el Programa Design 2005!- fuera publicado desde la UIAH. El profesor Korvenmaa en la primera etapa y el profesor Saarela en la segunda, ambos jugaron y continúan jugando un rol importante en el desarrollo y consolidación de la Política Nacional. Ambos actores -provenientes del sector de la educación- conjugaron consideraciones técnicas, políticas y éticas como el principal foco de atención de la Política Nacional de Diseño. Pero esto por sí solo, no fue suficiente para mejorar la situación del Diseño finlandés. Fue necesario perfilar a aquellos diseñadores profesionales que llevaran adelante la ejecución de los programas de la Política. En este sentido, la UIAH –como agente educacional- se hizo cargo de este proceso y sus implicancias éticas y políticas.

Actualmente, la UIAH continúa jugando un rol clave a través de los programas de enseñanza y de investigación en Diseño. La UIAH, está trabajando al mismo tiempo en perfilar a los futuros diseñadores que en perfilar los programas de investigación a través de programas de Doctorado. Desde realidades más lejanas como la chilena, se espera que la UIAH continúe en la misma dirección, constituyéndose en referente emblemático de las ‘buenas prácticas’ del Sistema de Innovación Design\_driven finlandés.

### **ANEXO 3 INSTRUMENTOS DE FOMENTO EXISTENTES Y APLICABLES AL DISEÑO**

Para esquematizar los actores y actuaciones dentro del sistema de financiamiento existente para fomento e innovación de las PyMEs, se han definido 4 áreas de desarrollo las cuales son utilizadas igualmente por los diversos organismos aquí expuestos. A continuación se detallan estas áreas y su definición:

- **Área de Emprendimiento**

Apoya el desarrollo de nuevos negocios, la creación de nuevas empresas y la formación de capacidades emprendedoras en el país.

- **Área de I+D e Innovación Empresarial**

Promueve la incorporación de la innovación tecnológica en los procesos productivos y el desarrollo de productos en las empresas, de manera individual y bajo esquemas asociativos y de cooperación.

- **Área de Difusión y Transferencia Tecnológica**

Se orienta a mejorar el conocimiento de alternativas tecnológicas así como la adaptación y adopción de tecnologías de gestión o producción relevantes para las empresas.

- **Área de Innovación Precompetitiva y de Interés Público**

Se orienta a abordar tempranamente los desafíos productivos, los problemas complejos de aplicación productiva, así como aspectos que contribuyan a mejorar las condiciones de entorno de mercados y sectores productivos.

### 3.1 Fondos Sectoriales Ministeriales

Esquema Flujo de  
Financiamiento.



3.1.1 Área de Emprendimiento							
N°	Ministerio	Instrumento de Financiamiento	Entes de coordinación y Gestión	Objetivos	Descripción	Tipo Financiamiento	% Aporte
1	Ministerio de Economía	Capital Semilla	SERCOTEC	Contribuir a que las empresas de menor tamaño conformen un sector dinámico de la economía que aporte significativamente al aumento de la productividad, a la creación de mejores empleos, al desarrollo local, a la superación de la pobreza y a una mejor distribución de los ingresos.	Busca promover y apoyar iniciativas de mejoramiento de la competitividad de la micro y pequeña empresa, y fortalecer la capacidad de gestión de sus empresarios. Trabaja entorno a cuatro grandes ejes: - Profesionalización: generación y transferencia de conocimientos y competencias para la acción empresarial. - Mercados: identificación de oportunidades de negocios para desarrollar nuevos mercados. - Asociatividad: desarrollo de habilidades para asociarse y actuar en red para mejorar la competitividad. - Tecnologías de la información: desarrollo de conocimientos para acceder al mundo de las TIC. Atiende a los empresarios/as y emprendedores/as de los sectores de industria, comercio detallista, pesca artesanal, turismo, artesanía, maderas y muebles.	Cofinanciamiento	Aporte: 1-3 millones de pesos Pyme aporta 20%
2	CNCA Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.	Línea de Desarrollo Infraestructura Cultural	FONDART Fondo Nacional de Desarrollo de la Cultura y las Artes.	Apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuyendo a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el Patrimonio Cultural de la Nación y promover la participación de éstas en la vida cultural del país.	Contempla la presentación de proyectos de adquisición e instalación, cuando corresponda, de bienes de inversión que permitan un mejor funcionamiento de espacios culturales existentes en el país y fomenten la creación, ampliación y diversificación de audiencias, audiencias, en la modalidad de EQUIPAMIENTO. Los proyectos de equipamiento de Infraestructura Bibliotecaria y de Audiovisual, deben postular al Fondo del Consejo de Fomento del Libro y la Lectura y al Fondo de Fomento Audiovisual, respectivamente.	Financiamiento Total o parcial	La línea cuenta con un total de \$307.015.824 dividido por regiones. Monto Mínimo: \$500.000 • Monto Máximo: No puede exceder el 50% de recursos asignados a la región en que se postula.

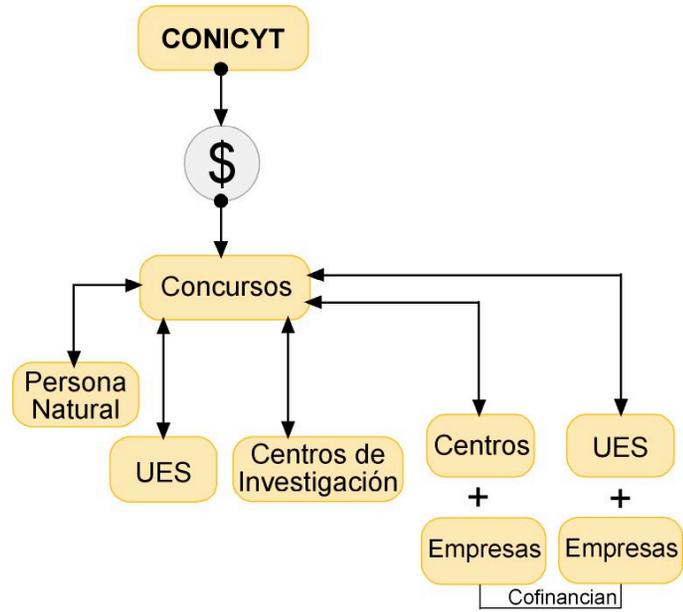
4.1.2 Área de Difusión y Transferencia Tecnológica

N°	Ministerio	Instrumento de Financiamiento	Entes de coordinación y Gestión	Objetivos	Descripción	Tipo Financiamiento	% Aporte
1	CNCA Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.	Línea Conservación y promoción del Patrimonio Inmaterial	FONDART Fondo Nacional de Desarrollo de la Cultura y las Artes.	Apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuyendo a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el Patrimonio Cultural de la Nación y promover la participación de éstas en la vida cultural del país.	Financia total o parcialmente proyectos destinados a la Conservación y Promoción del Patrimonio Inmaterial en las áreas de: • Artesanía • Tradiciones y Expresiones orales • Artes del Espectáculo • Prácticas Sociales, Rituales y Festividades.	Financiamiento Total o parcial	Esta Línea cuenta con un total de \$242.788.906 recursos de asignación regional.
2		Línea de Desarrollo Cultural Regional	FONDART Fondo Nacional de Desarrollo de la Cultura y las Artes.	Apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuyendo a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el Patrimonio Cultural de la Nación y promover la participación de éstas en la vida cultural del país.	Financia proyectos que aporten al desarrollo de la Cultura en las Regiones del país, en las modalidades de: a) FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN: proyectos destinados a crear, ampliar y diversificar audiencias y al perfeccionamiento de artistas y creadores, que potencien el desarrollo de la expresión y producción artística y cultural de la región. b) INVESTIGACIÓN: Contempla la presentación de proyectos de investigación sobre la producción artística y la gestión cultural realizada en la región. c) MANIFESTACIONES CULTURALES LOCALES: Contempla la presentación de proyectos destinados a apoyar manifestaciones culturales locales relevantes para la comunidad, que favorezcan el encuentro y participación social.	Financiamiento Total o parcial	La Línea cuenta con un total de \$699.862.862 recursos de asignación regional
3		Línea Conservación y Difusión del Patrimonio Cultural	FONDART Fondo Nacional de Desarrollo de la Cultura y las Artes.	Apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuyendo a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el Patrimonio Cultural de la Nación y promover la participación de éstas en la vida cultural del país.	Financia proyectos destinados a la conservación y difusión de bienes patrimoniales tangibles, muebles e inmuebles, en las áreas de: • Restauración, mantención y elaboración de expediente técnico • Capacitación • Difusión • Investigación	Financiamiento Total o parcial	La Línea cuenta con un total de \$236.222.387 recursos de asignación regional.

4	Ministerio de Agricultura	Programa Mejoramiento del Etiquetado e Imagen de los Alimentos Envasados por la AFC	INDAP Programas Especiales	Generar condiciones para la incorporación de la <b>Agricultura Familiar Campesina</b> , AFC, en el proceso exportador bajo estándares de certificación internacional.	El Programa de Mejoramiento del Etiquetado 2007 considera una admisión de 100 empresas, con hasta cuatro productos cada una, con un enfoque territorial a nivel país. Ello significa que pueden postular productores(as) de todas las regiones. Mediante este programa los(as) productores(as) reciben el <b>Diseño de una etiqueta</b> en cuatro colores, la información nutricional y el código de barras con el primer año pagado. De esta manera se dan soluciones a temas reglamentarios y se satisfacen las demandas que generan los mercados. De ahí que el programa se oriente a pequeños(as) agricultores(as), cuyos productos tengan restricciones de acceso o permanencia en sus mercados debido a un pobre etiquetado o incumplimiento de la obligatoriedad de incluir en ésta la debida información nutricional.		Pueden inscribirse actuales o potenciales usuarios(as), que cuenten con iniciación de actividades y resolución sanitaria vigente, además de no estar morosos. El nivel de ventas debe ser superior a las 50 UF anuales, y de más de 200 UF en los últimos doce meses para la tramitación de Códigos de Barras.
5		PRODESAL Programa de Desarrollo Local	INDAP	Desarrollar capacidades productivas, de gestión, organizacionales y habilidades personales en los/as beneficiarios/as, pequeños/as productores/as agrícolas y/o campesinos/as y sus familias, que les permitan aumentar el aporte de la actividad silvoagropecuaria y agroindustrial en la estrategia de generación de ingresos. Asimismo, desarrollar emprendimientos articulados principalmente con mercados locales, donde la dotación de recursos productivos no sea una limitante.	El Programa de Desarrollo Local, PRODESAL, es un instrumento que INDAP pone a disposición de las familias de los/as pequeños/as productores/as agrícolas y campesinos/as de menores recursos beneficiarios/as de INDAP, a través de los municipios que ejecutan el programa. Mediante éste se entregan incentivos económicos para <b>financiar asesorías en el ámbito de la producción, mejoramiento ambiental, desarrollo de la asociatividad y gestión local.</b>		
6		SAT Servicio de Asesoría Técnica	INDAP	Su objetivo es generar condiciones que permitan a los pequeños agricultores (as) modernizarse y competir con mayores ventajas en los mercados.	Es un instrumento que INDAP pone a disposición de los(as) pequeños(as) productores(as) agrícolas y sus organizaciones económico-productivas. Entrega incentivos económicos para financiar asesorías que, en conjunto con otros instrumentos, contribuyan a mejorar la competitividad de sus negocios agropecuarios, a través de la solución de problemas relevantes y/o el aprovechamiento de oportunidades.		

## 4.2 Fondos Conicyt para Ciencia y Tecnología.

Esquema Flujo de  
Financiamiento.



4.2.1 Área de I+D / Innovación Empresarial

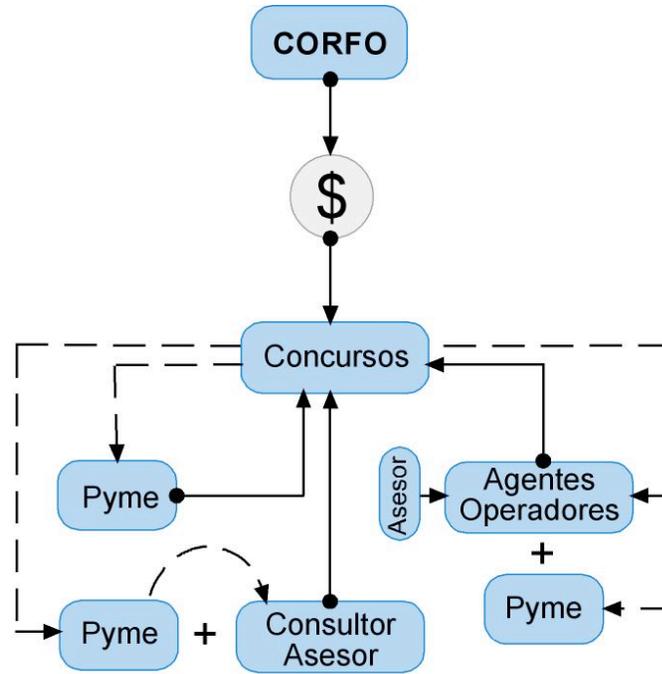
N°	Instrumento de Financiamiento	Entes de coordinación y Gestión	Objetivos	Descripción	Tipo Financiamiento	% Aporte
1	<b>FONDEF Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico/ Programa Transferencia Tecnológica.</b>	Conicyt	Fortalecer y aprovechar las capacidades científicas y tecnológicas de universidades, institutos tecnológicos y demás organizaciones orientadas a la investigación para incrementar la competitividad de la economía nacional y contribuir a mejorar la calidad de vida de todos los chilenos y chilenas.	Se encuadra en lo que la experiencia internacional denomina proyectos precompetitivos. Asimismo, se financian estas iniciativas en Áreas a partir de criterios como: Las que son bases tradicionales de la economía nacional y, mediante investigación y desarrollo, pueden aumentar su competitividad. Por ejemplo, Agropecuaria, Forestal, Pesca, Minería, Agua y Energía. Las de alto dinamismo en la construcción de valor como Tecnologías de Información y Comunicación y Manufactura. Las de alto impacto social, como Salud y Educación. Otras.	Cofinanciamiento	Fondef aporta un máximo de 55% del costo total del proyecto con un máximo de \$450 millones para proyectos de hasta 36 meses.
2	<b>PROGRAMA REGULAR DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN</b>	Fondecyt	Prospectar, difundir, transferir o adecuar tecnologías de gestión o de producción de las empresas con el propósito de contribuir a su modernización. Financiar proyectos y programas de investigación al más alto nivel de excelencia, se espera que sus hallazgos se expresen en contribuciones científicas en los medios corrientes de comunicación especializada, es decir, que se traduzcan en artículos de revistas de corriente principal	Período de ejecución de 2 a 4 años <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abierto a todas las áreas del conocimiento</li> <li>• Considera iniciativas individuales (Investigador Responsable) o grupales (Investigador Responsable más Coinvestigadores) con aval institucional</li> <li>• Financia Honorarios, Tesis, Personal Técnico, Viajes, Gastos de Operación y Bienes de Capital. Publicaciones científicas en revistas con Comité Editorial, de corriente principal de acuerdo a la naturaleza de la disciplina</li> <li>• Formación de Recursos Humanos</li> <li>• Difusión de resultados en Congresos y Seminarios.</li> </ul>	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	70% a empresas con ventas inferiores a 100.000 UF 50% con ventas superiores a ese monto. Aporte máx. M\$45.000

#### 4.2.2 Área de Difusión y Transferencia Tecnológica

N°	Instrumento de Financiamiento	Entes de coordinación y Gestión	Objetivos	Descripción	Tipo Financiamiento	% Aporte
1	<b>FONDEF</b> <b>Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico/ Programa Transferencia Tecnológica.</b>	Conicyt	Contribuir a que el conocimiento generado en Chile por actividades de investigación y desarrollo, I+D, se aplique a productos y servicios nuevos o mejorados que permitan mejorar el nivel de vida de los habitantes de nuestro país.	El programa financia la ejecución de proyectos de transferencia de conocimientos resultantes de proyectos de investigación científica o de investigación y desarrollo ejecutados y financiados por CONICYT. Cada proyecto tiene 2 etapas: Etapa I: Elaboración de un plan de negocios que permita evaluar el potencial económico-social del conocimiento que se pretende transferir y de un plan de trabajo para la transferencia de ese conocimiento. Etapa II: Ejecución del plan de trabajo para la transferencia del conocimiento.		Financia hasta \$ 60 millones de pesos por proyecto presentado por instituciones elegibles, y de un máximo de \$40 millones por proyecto presentados por personas naturales.
2	<b>FDI</b> <b>Fondo de Desarrollo e Innovación Tecnológica</b>	Conicyt	Promover el desarrollo de iniciativas que contribuyan de manera sustantiva a la generación y gestión de procesos de innovación y cambio tecnológico en áreas de impacto estratégico en el desarrollo económico y social del país.	El fondo de recursos se asigna tras la realización de concursos de proyectos y de licitaciones convocadas para la ejecución de temas específicos, éstos están referidos a los siguientes ámbitos: desarrollo y adaptación de nuevas tecnologías, difusión y transferencia de tecnologías a empresas e instituciones chilenas; desarrollo de capacidades tecnológicas necesarias para la generación y gestión de cambios tecnológicos, y perfeccionamiento de mercados relacionados al desarrollo del sistema innovativo nacional.		
3	<b>TIC-EDU Programa Tecnologías de Infocomunicación Efectivas para la Educación</b>	Conicyt FIC y recursos regulares de FONDEF.	Contribuir con el sistema educativo chileno mejorando la efectividad de la industria TIC para la educación, mediante el establecimiento y utilización de capacidades para el suministro de productos y servicios a las empresas desarrolladoras de TIC aplicadas a la educación.	Se ha identificado a la industria TIC para la Educación como una importante oportunidad para el desarrollo del país, tanto para mejorar la calidad, equidad y cobertura de la educación para las personas durante todo su ciclo de vida, así como para <b>generar una nueva actividad económica con potencial exportador.</b>		

### 4.3 Fondos Corfo para Emprendimiento e Industria.

Esquema Flujo de  
Financiamiento.



#### 4.3.1 Área de Emprendimiento

N°	Instrumento de Financiamiento	Entes de coordinación y Gestión	Objetivos	Descripción	Tipo Financiamiento	% Aporte
1	<b>Negocios Tecnológicos</b>	Innova Chile	Introducir al mercado resultados o productos innovadores obtenidos de la ejecución de proyectos de desarrollo e innovación tecnológica	Acceden a el Entidades calificadas como Centros Tecnológicos y Empresas Privadas nacionales que han desarrollado innovación. Financia áreas tales como: Recursos Humanos, Subcontratos, Gastos de inversión, Gastos de Operación, Misiones Tecnológicas Empresariales y Difusión.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Aporte hasta 70% con un tope de 50 millones
2	<b>Capital Semilla</b>	Innova Chile	Fomentar el surgimiento de nuevos emprendedores mediante la asignación de recursos a la formulación y ejecución proyectos de negocios innovadores, en sus etapas de creación, puesta en marcha y despegue.	Cofinancia la definición y formulación de proyectos de negocios innovadores, considera dos líneas de financiamiento: Línea 1: Estudios de preinversión para proyectos de capital semilla. Línea 2: Apoyo a la puesta en marcha de proyectos de capital semilla. Entre sus principales requisitos figuran que se refieran a productos o servicios técnicamente validados, que presenten una diferenciación significativa respecto del mercado, que no hayan sido implementados en el país y que muestren oportunidades comerciales, expectativas de rentabilidad y de crecimiento futuro.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Aporte: Línea 1: hasta 80% con un tope de 6 millones. Línea 2: hasta 90% con un tope de 40 millones.
3	<b>Creación de Incubadoras de Negocios</b>	Innova Chile	Fomentar la capacidad emprendedora y la creación de nuevas empresas en Chile.	Ayuda a gestar y comenzar a operar con éxito su proyecto. Brinda asistencia técnica, administrativa, infraestructura y acceso a los contactos que usted necesita para formar su empresa. Pueden acceder universidades, institutos, centros de formación técnica.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Aporte hasta 70% con un tope de 300 millones
4	<b>Redes de Capitalistas Ángeles</b>	Innova Chile		Los inversionistas "ángeles" son individuos que disponen de recursos y buscan invertir en negocios nuevos y con alto potencial de crecimiento, a cambio de alguna participación accionaria en la compañía.		

5	<b>Capital de Riesgo</b>	Innova Chile		Son Fondos de Inversión, para la expansión de nuevos negocios con gran potencial de crecimiento y rentabilidad.		Financiamiento en forma de créditos de largo plazo a Fondos de Inversión por un monto de hasta el 300% de los aportes hechos por los inversionistas privados a los Fondos,
6	<b>Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)</b>	Corfo	Apoyar la creación y desarrollo de nuevos negocios que por su naturaleza o magnitud pueden abordarse mejor en forma conjunta, generando así una nueva empresa asociativa con mayores capacidades y competitividad.	Cubre parte del costo de la preparación y ejecución de un proyecto de negocio asociativo, desarrollado por grupos de al menos 5 empresas, destinado a lograr metas comunes de aumento de competitividad, tanto para el grupo como para cada empresa integrante de este Proyecto Asociativo de Fomento. Las actividades de un PROFO se dividen en tres etapas: Etapa de Formulación, Etapa de Ejecución, Etapa de Desarrollo.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Etapa de Formulación: aporta hasta el 50% del costo total, con un máximo de 800 UF por grupo. Etapa de Ejecución: CORFO aporta hasta el 50% del costo total, con un máximo de 3.000 UF anual. Etapa de Desarrollo: CORFO aporta hasta el 50% del costo total, con un máximo de 3.000 UF anual.

#### 4.3.2 Área de I+D / Innovación Empresarial

Nº	Instrumento de Financiamiento	Entes de coordinación y Gestión	Objetivos	Descripción	Tipo Financiamiento	% Aporte
1	<b>Innovación Empresarial Individual</b>	Innova Chile	Introducir al mercado resultados o productos innovadores obtenidos de la ejecución de proyectos de desarrollo e innovación tecnológica	Apoya proyectos de innovación de las empresas, ya sea en el desarrollo de tecnologías de nuevos productos, bienes o servicios y la incorporación de nuevos procesos a la producción, incluyendo modelos, prototipos y experiencias piloto.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Hasta 400 millones
2	<b>Estudios de preinversión de consorcios</b>	Innova Chile	Abordar con éxito iniciativas de alto riesgo y alto potencial e impacto económico.	Apoya proyectos de innovación y desarrollo tecnológico con aptitudes para formar consorcios tecnológicos-empresariales con la participación de entidades nacionales y extranjeras	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Aporte hasta 80% con un tope de 30 millones
3	<b>Desarrollo de Consorcios</b>	Innova Chile	Desarrollo de consorcios	Apoya consorcios, los que se entenderán por la concurrencia de entidades para el desarrollo conjunto de un proyecto en los ámbitos de investigación, desarrollo e innovación. Dos empresas nacionales. Una empresa nacional con instituto, centro tecnológico, universidad.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Aporte hasta 50% con un tope de 600 millones
4	<b>Fondo de Desarrollo y Modernización de Microempresas</b>	Corfo	Contribuir a financiar un programa piloto de apoyo a las microempresas regionales, que implica ejecutar un plan de negocios tendiente a fortalecer su gestión e incorporar mejores herramientas de trabajo al interior de la empresa.	Para el desarrollo y la modernización de microempresas, CORFO financia actividades asociadas al fortalecimiento, relocalización y entrenamiento en el trabajo del microempresario y de los nuevos trabajadores contratados.		Aporta recursos para el proceso de selección, implementación y puesta en marcha del programa. Adicionalmente, entrega a cada microempresario hasta 90 UF, cantidad que puede destinarse indistintamente o en su totalidad al fortalecimiento, relocalización y/o al entrenamiento en el trabajo del microempresario o de un nuevo trabajador contratado.

5	<b>Fondo de Desarrollo y Modernización de Microempresas</b>	Corfo	Contribuir a financiar un programa piloto de apoyo a las microempresas regionales, que implica ejecutar un plan de negocios tendiente a fortalecer su gestión e incorporar mejores herramientas de trabajo al interior de la empresa.	Para el desarrollo y la modernización de microempresas, CORFO financia actividades asociadas al fortalecimiento, relocalización y entrenamiento en el trabajo del microempresario y de los nuevos trabajadores contratados.		Aporta recursos para el proceso de selección, implementación y puesta en marcha del programa. Adicionalmente, entrega a cada microempresario hasta 90 UF, cantidad que puede destinarse indistintamente o en su totalidad al fortalecimiento, relocalización y/o al entrenamiento en el trabajo del microempresario o de un nuevo trabajador contratado.
---	---	-------	---	---	--	--

### 4.3.3 Área de Difusión y Transferencia Tecnológica

N°	Instrumento de Financiamiento	Entes de coordinación y Gestión	Objetivos	Descripción	Tipo Financiamiento	% Aporte
1	Misión Tecnológica	Innova Chile	Prospectar, difundir, transferir o adecuar tecnologías de gestión o de producción de las empresas con el propósito de contribuir a su modernización.	Conocer en terreno las mejores prácticas a nivel mundial en materia de gestión o de producción. incluye visitas a empresas, universidades y centros tecnológicos, asistencia a ferias	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	70% a empresas con ventas inferiores a 100.000 UF 50% con ventas superiores a ese monto. Aporte máx. M\$45.000
2	Pasantía Tecnológica	Innova Chile	Que los profesionales y técnicos de la empresa adquieran capacidad de absorción y adaptación tecnológica.	Enviar a un profesional o técnico de su empresa a efectuar una pasantía a un centro tecnológico internacional o a una compañía extranjera, realizando en terreno labores ejecutivas u operativas del modo que se ejecutan en esos entornos más avanzados, incorporando ese conocimiento a su empresa.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Empresas con ventas anuales inferiores a 100.000 UF: 70% del costo total. Máx. \$16.000.000.- Empresas con ventas anuales igual o superior a 100.000 UF: 50% del costo total. Máx. \$16.000.000.-
3	Consultoría Especializada	Innova Chile	Prospectar, difundir, transferir o adecuar tecnologías de gestión o de producción a las empresas con el propósito de contribuir a su modernización productiva.	Contratación de expertos o consultorías de nivel internacional en tecnologías y procesos productivos altamente especializados. Puede ser contratado de manera individual o junto a otras empresas que tengan un requerimiento similar.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	70% a empresas con ventas inferiores a 100.000 UF 50% con ventas superiores a ese monto. Aporte máx. M\$30.000
4	Centros de Difusión Tecnológica	Innova Chile	Impulsar y facilitar el uso de la tecnología como herramienta de competitividad del conjunto de empresas que integran dicha entidad. Etapa 1: Diagnóstico Tecnológico y Factibilidad del CDT. Etapa 2: Constitución del CDT. Etapa 3: Fortalecimiento de CDTs existentes	Apoya la creación y fortalecimiento de Centros de Difusión Tecnológica privados	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Etapa 1: hasta 60%, con un aporte máx. de 15.000 UF. Etapa 2: 50%, con un aporte máx. de 15.000UF. Etapa 3: 40%, con un aporte máx. de 10.000 UF.

5	<b>Programa de Difusión Tecnológica</b>	Innova Chile	Apoyar la difusión tecnológica	Financia proyectos y programas destinados a la prospección tecnológica en el extranjero y a la posterior difusión de los resultados obtenidos, a nivel de centros, entidades tecnológicas y universidades, para facilitar el acceso a la información y conocimiento relativos a alternativas tecnológicas de aplicación productiva.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Aporte de 80% del costo, con un tope de 80 millones
6	<b>Nodos Tecnológicos</b>	Innova Chile	Apoyar, asesorar y capacitar a la Pyme, promoviendo la difusión y transferencia de tecnología, e incorporando innovación a sus procesos. Estos identifican las necesidades tecnológicas, reconocen las posibles fuentes de soluciones y favorecen los vínculos entre dichas empresas y éstas últimas.	Actúa como puente entre las empresas y las fuentes de tecnología, sean estas nacionales o extranjeras. Pueden ser Nodos Tecnológicos Universidades, centros e institutos de formación técnica reconocidos por el Estado, Persona jurídica públicas y privadas con o sin fines de lucro, especializadas en asesoría y capacitación.		Aporte de hasta 80% del costo, con un tope de 60 millones
7	<b>Protección de la Propiedad Intelectual</b>	Innova Chile	Incentivar el desarrollo tecnológico y la protección de inventos e innovaciones en las empresas e instituciones nacionales.	Aporte para solventar los gastos asociados a la obtención de una patente u otra protección de la propiedad industrial o intelectual.	Aporte no reembolsable o bonificación.	Aporte 80% con un tope de 50 millones
8	<b>FAT Fondos de Asistencia Técnica</b>	Corfo	Incorporar en la empresa, a través de consultorías especializadas, técnicas de gestión que le permitan mejorar su competitividad.	Apoya parte del costo de una asesoría especializada, contratada con el fin de mejorar la gestión de la empresa. Las consultorías pueden ser en áreas tales como formación empresarial, finanzas, <b>Diseño, procesos productivos, comercialización, marketing,</b> planificación estratégica y otras. Existen dos modalidades: Individual o Colectiva.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	<b>Fat Individual:</b> Para el diagnóstico, CORFO aporta 17 UF, debiendo el empresario contribuir con 3 UF. Para la asistencia técnica, CORFO cubre hasta el 50% del costo total de dicha consultoría, con un mínimo de 30 UF y máximo de 150 UF. <b>Fat Colectivo:</b> Para la caracterización y evaluación de pertinencia del proyecto de consultoría, CORFO aporta 5 UF por empresa, con un tope de 30 UF por grupo, debiendo cada empresa participante contribuir con 2 UF. Para la asistencia técnica, CORFO aporta hasta 50% del costo total de dicha consultoría, con un mínimo de 60 UF y máximo de 100 UF por empresa.

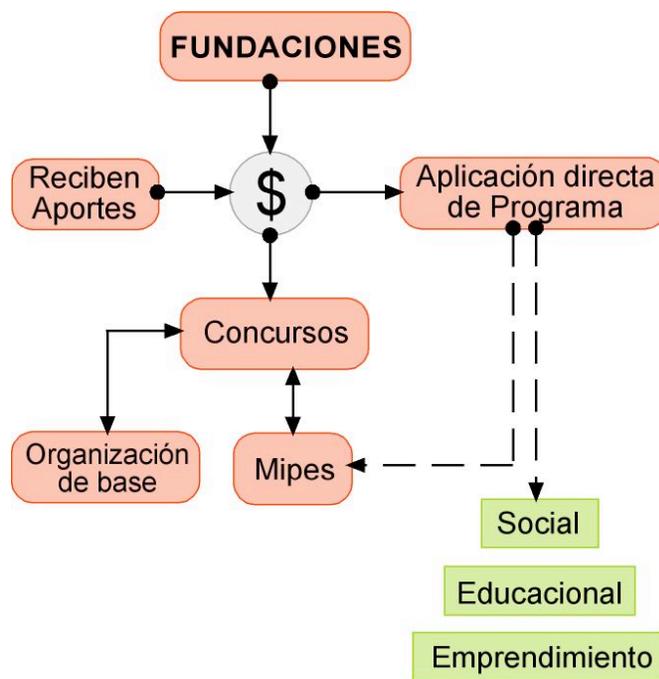
9	<b>PAG Programa de Apoyo a la Gestión de Empresa</b>	Corfo	Cubre parte del costo de la contratación de asesorías especializadas por parte de empresas productivas.	Abarca actividades de diagnóstico, Diseño e introducción de mejoras en la gestión, efectuadas por empresas consultoras especializadas, inscritas en el Registro Nacional de Consultores Corfo, categoría PAG.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	
---	--	-------	---	---	---	--

#### 4.3.4 Área de Innovación Precompetitiva y de Interés Público

Nº	Instrumento de Financiamiento	Entes de coordinación y Gestión	Objetivos	Descripción	Tipo Financiamiento	% Aporte
1	<b>Innovación Precompetitiva</b>	Innova Chile	Desarrollar nuevas formas de introducción y posicionamiento de los sectores productivos en los mercados	Apoya proyectos de universidades, centros tecnológicos y organismos públicos, que en el mediano y largo plazo tengan aplicación en el sector productivo. Sus resultados tienen altas externalidades sectoriales, e involucran importantes esfuerzos de I+D+I		Los aportes son variables en función de la materia propia de cada convocatoria.
2	<b>Innovación de Interés Público</b>	Innova Chile	Generar información y soluciones innovadoras que corresponden a necesidades o demandas del sector público, ya sea para la toma de decisiones o la concreción de políticas públicas respecto de sectores productivos especializados.	Apoya proyectos que buscan mejorar las condiciones de funcionamiento de los mercados y entornos para la innovación y el desarrollo tecnológico.		Los aportes son variables en función de la materia propia de cada convocatoria.

#### 4.4 Fondos Fundaciones e Instituciones Públicas y Privadas.

Esquema Flujo de  
Financiamiento.



#### 4.4.1 Área de Difusión y Transferencia Tecnológica

N°	Fundación	Instrumento de Financiamiento	Objetivos	Descripción	Tipo Financiamiento	% Aporte
1	<b>Fundación Chile</b>		Introducir innovaciones y desarrollar el capital humano en los cluster claves de la economía chilena a través de la gestión de tecnologías y en alianza con redes de conocimiento locales y globales.	Ejecuta principalmente proyectos de transferencia tecnológica, de articulación institucional y de agregación de valor en sectores productivos basados en recursos naturales renovables. Además, promueve el desarrollo de los recursos humanos. La mayor de sus contribuciones ha consistido en incorporar a nuestra economía nuevas tecnologías de éxito en el exterior.		
2	<b>FIA Fundación para la Innovación Agraria</b>	<b>Programas de Innovación Territorial por rubros, cadenas o sistemas productivo</b>	Son iniciativas que articulan un conjunto de instrumentos de fomento para la innovación, tras un objetivo común, que responde a una problemática (u oportunidad) identificada dentro de límites territoriales definidos, lideradas por una agrupación de actores relevantes y representativos de una cadena agroalimentaria en el territorio al cual pertenecen.	Este conjunto de instrumentos de fomento a la innovación son aquellos que tradicionalmente FIA ha puesto a disposición en forma separada para el apoyo de iniciativas individuales (proyectos, estudios, giras tecnológicas, consultores, y otras). El programa debe identificar y reunir al conjunto de actores que se espera que participarán en la implementación de las acciones sobre el territorio, del <b>sector productivo</b> , industrial, tecnológico, de gestión, de fomento u otros, incorporando a todos los actores relevantes, para dar representatividad al programa tanto a nivel del rubro como del territorio	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Financia hasta \$200 millones anuales, con un máximo de 3 años, monto que no debe superar el 70% del costo total del Programa
3		<b>Giras Técnicas</b>	Favorecer el aprovechamiento, por parte del sector productivo nacional, del conocimiento técnico, experiencias en torno avances y desarrollos tecnológicos, información o contactos disponibles en el sector silvoagropecuario y dulceacuícola relacionado con la agricultura, en Chile y en el extranjero.	Son visitas de grupos de personas ligadas al sector silvoagropecuario y dulceacuícola relacionado con la agricultura a centros de excelencia en el país o el extranjero, donde existan tecnologías, experiencias, información y/o contactos que presenten interés desde la perspectiva de la innovación sectorial. pueden postular empresas, agrupaciones de agricultores, universidades e institutos de investigación, que se dediquen a la producción, procesamiento, comercialización, docencia o investigación aplicada con orientación comercial desempeñarse como productores, empresarios, investigadores, profesionales y técnicos en el sector silvoagropecuario y dulceacuícola relacionado con la agricultura.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Monto máximo de \$5.000.000 en destinos nacionales y \$15.000.000 en destinos internacionales, el cual no puede representar más del 70% del costo total de la Gira.

4		<b>Contratación de Consultores</b>	Favorecer el aprovechamiento, por parte del sector productivo nacional, del conocimiento técnico, experiencias en torno avances y desarrollos tecnológicos, información o contactos disponibles en el sector silvoagropecuario y dulceacuícola relacionado con la agricultura, en Chile y en el extranjero.	Consiste en la contratación de asesorías chilenas o extranjeras cuyas competencias contribuyan a la innovación en productos, procesos, marketing, organización o gestión en el sector silvo-agroalimentario y dulceacuícola relacionado con la agricultura.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Monto máximo de \$4.500.000, que no puede representar más del 70% del costo total de la Consultoría
5		<b>Participación en Eventos Técnicos</b>	Favorecer el aprovechamiento, por parte del sector productivo nacional, del conocimiento tecnológico, experiencias, información y/o contactos disponibles en el sector silvo-agroalimentario y dulceacuícola relacionado con la agricultura, mediante la captación y difusión de estos en el país o en el extranjero.	Consiste en la asistencia de personas o grupos de personas del sector silvo-agroalimentario y dulceacuícola relacionado con la agricultura a eventos técnicos internacionales tales como seminarios, simposios, congresos, jornadas y ferias tecnológicas organizadas por instituciones chilenas o extranjeras de reconocido prestigio, contribuyendo a la innovación en producto, proceso, marketing y organización.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Monto máximo de \$1.500.000 por participante, el cual no puede representar más del 70% del costo total de la participación en la actividad
6		<b>Estudios y Proyectos de Innovación</b>	Apoyar iniciativas que contribuyan a aumentar la competitividad del sector mediante el desarrollo, adaptación, validación o incorporación de nuevos productos, procesos o servicios, en alguna etapa de la cadena productiva de la agricultura y producción dulceacuícola relacionada con la agricultura.	Las iniciativas deben estar orientadas a elaborar y sistematizar información técnica, económica y/o comercial, que en su conjunto permita identificar y definir nuevas líneas de acción que mejoren la competitividad de la agricultura y producción dulceacuícola relacionada a la agricultura. Los procesos productivos, agroindustriales y de comercialización deben tener incorporados aspectos tales como estándares de calidad, respeto por el medio ambiente y responsabilidad social empresarial, como elementos diferenciadores de la producción agrícola nacional.	Subsidio no reembolsable. Cofinanciamiento	Los Proyectos de Innovación pueden durar hasta 4 años. máximo de \$ 25 millones por año. En el caso de Estudios, el financiamiento de FIA puede llegar a un total de \$ 20 millones. En ambos casos, el aporte de FIA puede representar como máximo el 70% del costo total de la iniciativa.

