



Estudio

Diseño industrial en Bizkaia

Claves para el impulso del sector



Bilbao-Bizkaia Design & Creativity Council (BiDC)
info@bidc-council.net
www.bidc-council.net



Beaz
beaz@bizkaia.net
beaz.bizkaia.net

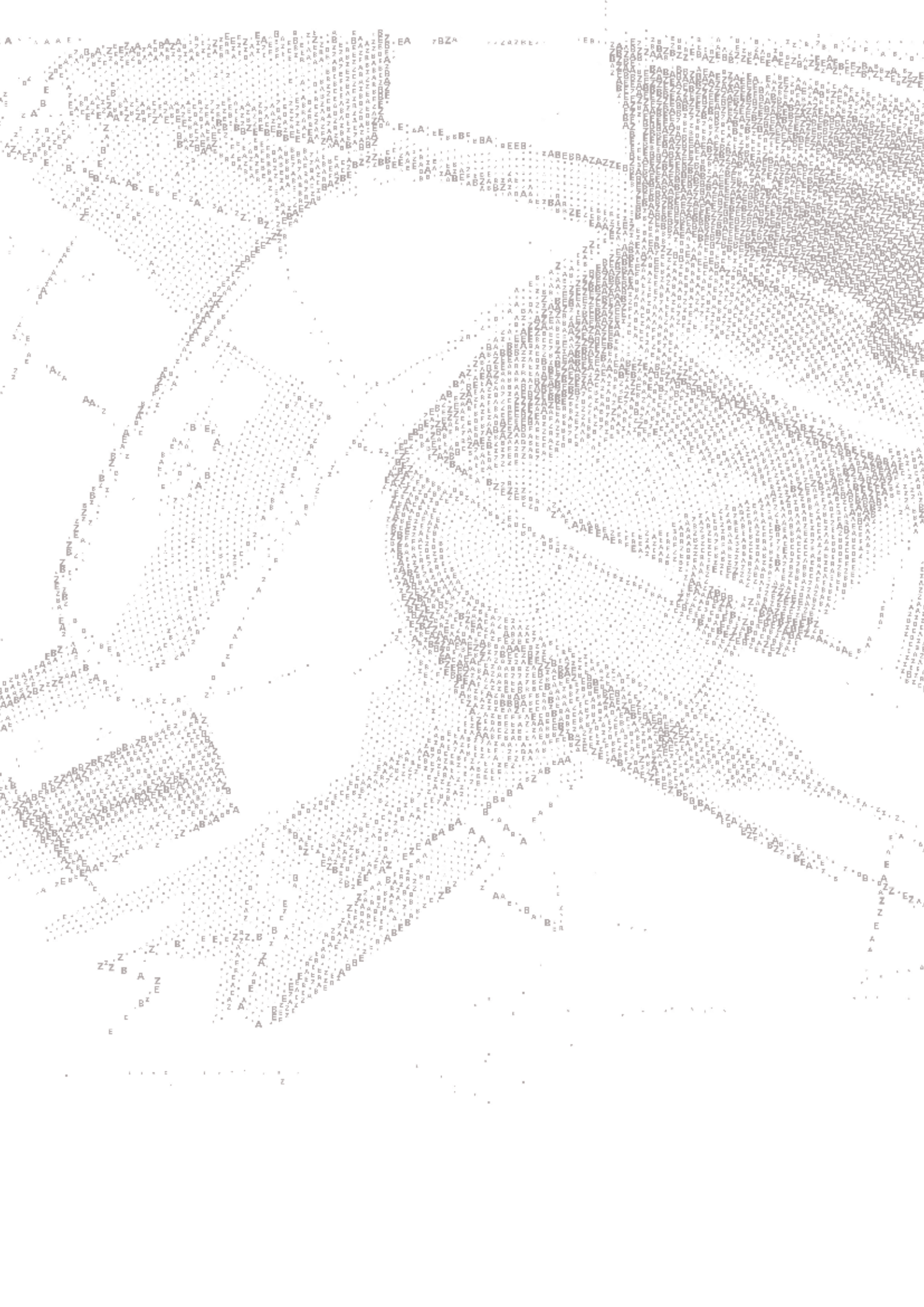
Contenido

1. Introducción	7
2. Diseño industrial	10
3. El diseño industrial en Bizkaia	14
3.1. Contextualización de la economía en la CAPV	14
3.2. Aproximación al sector del diseño industrial. Análisis de la oferta	15
3.2.1. Localización de las empresas	15
3.2.2. Tamaño de las empresas del sector	16
3.2.3. Caracterización de los equipos	18
3.2.4. Especialización sectorial de servicios	18
3.2.5. Especialización por tipología de servicios	19
3.2.6. Competencia	20
3.3. Radiografía de la oferta	21
3.4. Conclusiones del análisis de la oferta	22
3.5. Análisis de la demanda	24
3.6. Conclusiones del análisis de la demanda	26
3.7. Conclusiones globales del análisis	29
4. Diagnóstico competitivo	32
4.1. Metodología de análisis	32
4.2. Posicionamiento competitivo de las empresas proveedoras de diseño	33
5. Análisis de la práctica comparada	38
5.1. Introducción	38
5.1.1. Contextualización	38
5.1.2. Enfoque del análisis	39
5.2. Principales resultados del análisis realizado	40
5.2.1. Modelos sectoriales por país analizado	40
5.2.2. Agentes de influencia en el sector del diseño	43
5.2.3. Buenas prácticas en el sector	45
6. Directorio de diseñadores	52



1.

Introducción



1. Introducción

Desde hace 25 años, la Diputación Foral de Bizkaia promociona el diseño como factor de competitividad empresarial.

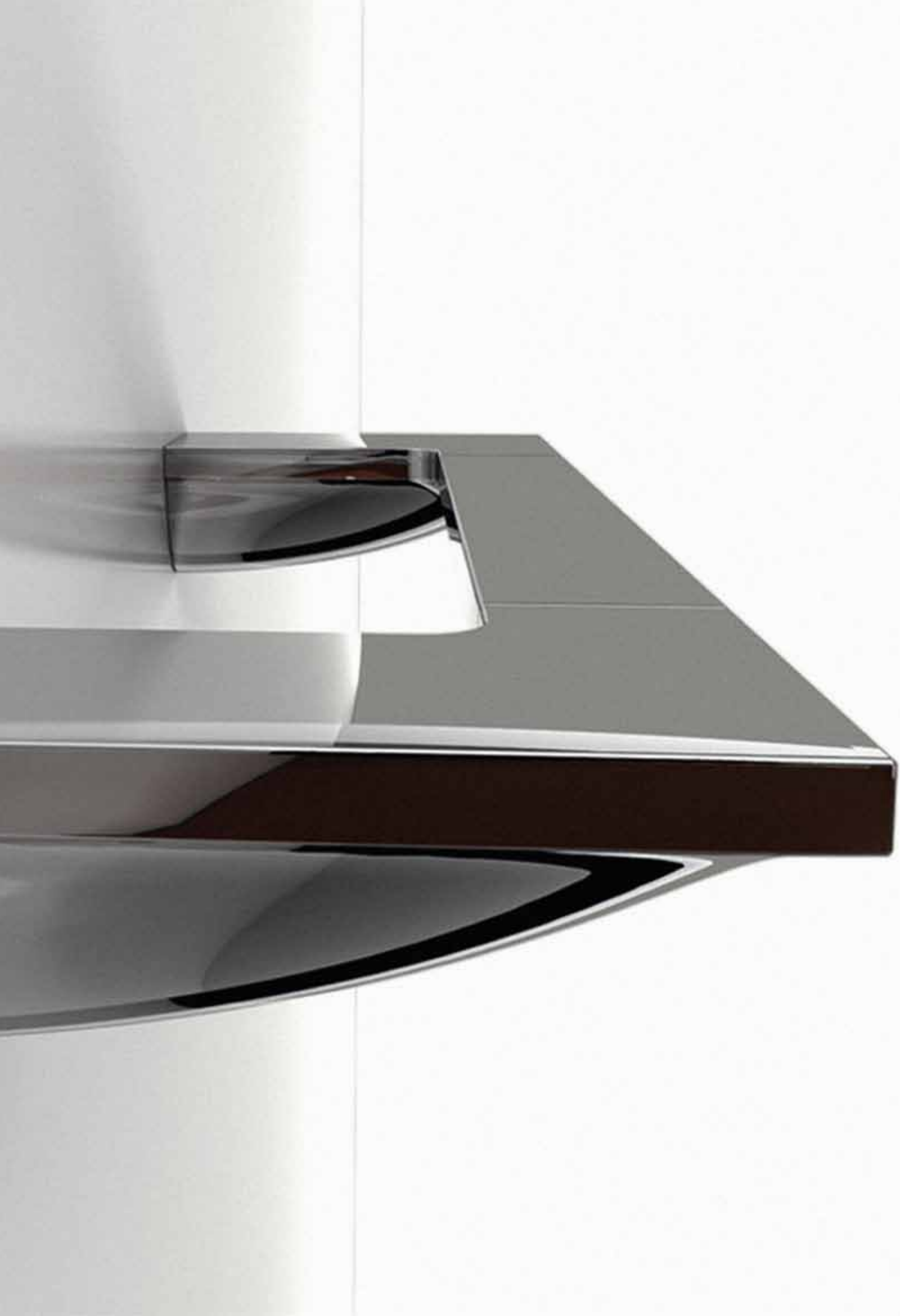
En el informe que ahora presentamos se analizan el estado actual del diseño en Bizkaia y la caracterización de la oferta y la demanda, comparándola con la de cuatro países europeos con mucho peso en el sector.

A simple vista, una mirada retrospectiva refleja que el diseño ha alcanzado madurez en nuestro entorno. Existe una conciencia extendida de que, hoy en día, la innovación vinculada al usuario (y, por tanto, el diseño) es decisiva a la hora de lograr un producto diferenciado y con posibilidades de éxito en el mercado.

El estudio también permite destacar una fortaleza y una debilidad del sector. La fortaleza la representa la altísima cualificación de los profesionales en Bizkaia. La debilidad la falta de internacionalización, especialmente debida a la reducida dimensión de las empresas y gabinetes de diseño de nuestro Territorio. Esta última característica es compartida con países como Alemania, Francia, Italia y Reino Unido que, históricamente, han sido referentes en diseño y a los que hemos considerado necesario lanzar una mirada que nos permita extraer algunas conclusiones sobre las líneas de actuación a emprender.

Siendo el diseño industrial uno de los sectores prioritarios en el programa Bizkaia Creativa, no contábamos con un estudio reciente que permitiese contrastar las políticas de apoyo y las iniciativas para favorecer su desarrollo. Éste es el objetivo del estudio que se ha realizado con la colaboración de los profesionales y empresas del sector para identificar las claves para su potenciación e impulso futuro.

En Bilbao, 2013.



2.

Diseño
industrial

2. Diseño industrial

El **diseño es una herramienta imprescindible para la competitividad, innovación y diferenciación de las empresas** en el mercado global actual.

Existen diferentes concepciones, interpretaciones y descripciones sobre el mismo, oficialmente el International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) define esta disciplina como:

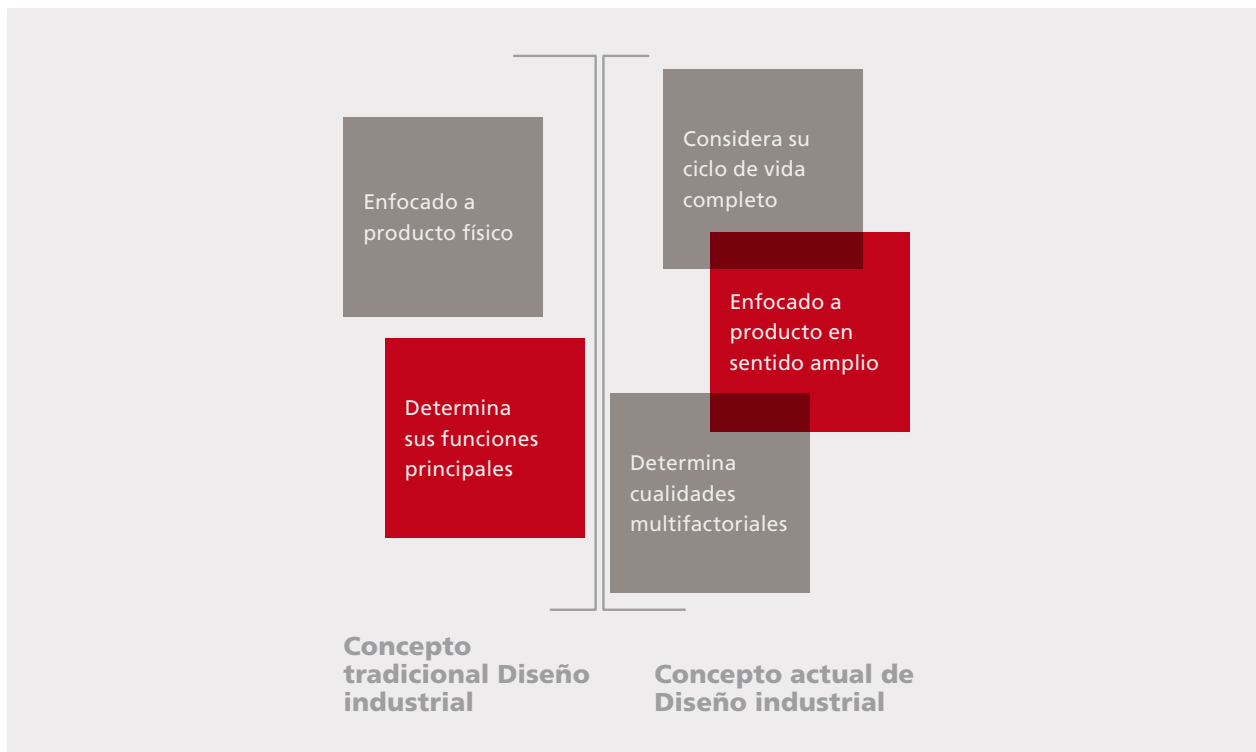
« El diseño es una actividad creativa cuyo objetivo es establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios y sus sistemas en ciclos de vida. Por lo tanto, el diseño es el factor central de la humanización innovadora de las tecnologías y el factor crucial de intercambio cultural y económico »

Y determina que diseñar trata de descubrir y evaluar las relaciones estructurales, organizativas, funcionales, expresivas y económicas para con ello:

- ▶ Aumentar la **sostenibilidad global y protección del medio ambiente** (ética mundial).
- ▶ Dar **beneficios y libertad** a toda la comunidad humana, individual y colectiva.
- ▶ Considerar a los **usuarios finales, los productores y los protagonistas** del mercado (ética social).
- ▶ Apoyar la **diversidad cultural** a pesar de la globalización del mundo (ética cultural).
- ▶ Dar a los **productos, servicios y sistemas**, formas que son expresivas (semiología) y coherentes con (la estética) su complejidad adecuada.

Así, la trascendencia del diseño radica en las importantes implicaciones que tiene en diversos órdenes de la vida:

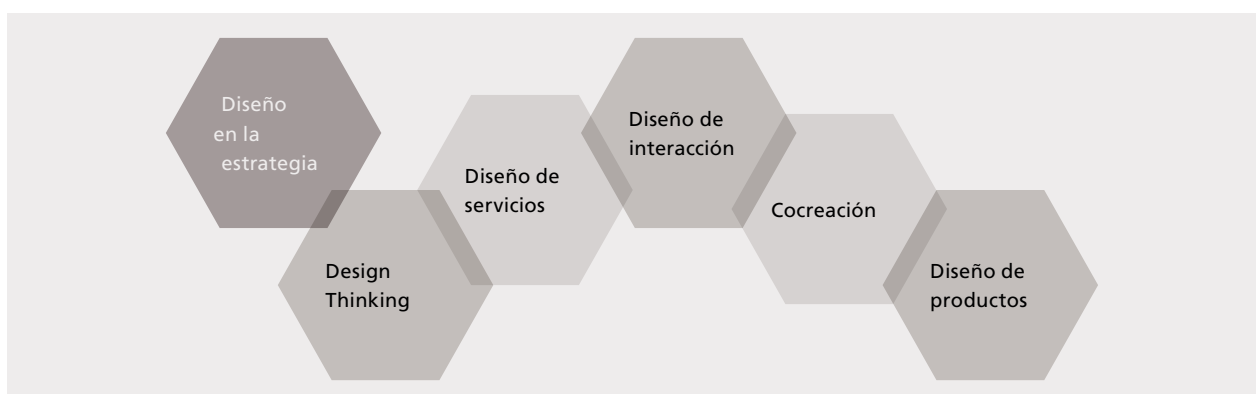
EL DISEÑO... El diseño de comunicaciones El diseño de moda y textil El diseño de interiores y exposiciones El diseño digital y multimedia El diseño de servicios y sistemas El diseño de productos e industrial	PERSPECTIVA SOCIAL Y CULTURAL	<p>Es un elemento generador de oportunidades y facilitador de la integración social.</p>
	PERSPECTIVA MACROECONÓMICA	<p>Es una estrategia económica clave para aumentar las exportaciones.</p> <p>Es una herramienta de eficacia y competitividad a nivel internacional, así como un elemento diferencial y creador de marca de país.</p>
	PERSPECTIVA MICROECONÓMICA	<p>Contribuye a mejorar los negocios, generando beneficios, incrementando las ventas y posicionamiento en el mercado.</p> <p>Genera empleo y oportunidades de negocio.</p> <p>Factor clave de diferenciación respecto a la competencia.</p> <p>Contribuye a la satisfacción de los clientes.</p>



Tradicionalmente se ha entendido como un elemento coordinador, integrador y articulador de todos los factores que de distinta manera participan en el proceso constitutivo de la forma de un producto en la industria, dentro de las condiciones de producción de una sociedad determinada¹, es decir, un **proceso multidisciplinar que acompaña a cada etapa del desarrollo productivo**, desde sus inicios hasta su comercialización y que comprende aspectos relacionados con la tecnología, ingeniería, ergonomía, producción y estética. Si bien, esta concepción ha evolucionado a lo largo de los últimos años, ampliándose el alcance del concepto de «diseño industrial» a un planteamiento holístico.

Las **actividades de los profesionales del diseño industrial** se orientan en la actualidad a **nuevas dimensiones de servicio** que responden a esta visión global de los productos y servicios.

Dimensiones actuales del diseño industrial en los servicios profesionales



¹ Fuente: Iváñez Gimeno, J.M. La gestión del diseño en la empresa. McGraw-Hill, Madrid, 2000. Pág. 2.



3.

El diseño
industrial
en Bizkaia

3. El diseño industrial en Bizkaia

3.1. Contextualización de la economía en la CAPV



Superficie: **7.234 km²**

Densidad de población:

301,99 hab/km²

2.169.038 habitantes.

48,86% Hombres.

51,14% Mujeres.

Capital: **Vitoria.**

PIB nominal (millones): 64.464 €

Tasa de desempleo: **11,2%**

Balanza comercial (millones):

3.649 €

Indicador de innovación global:
45

Distribución del **PIB por sectores:**

32% Industria.

67% Servicios.

1% Agricultura.

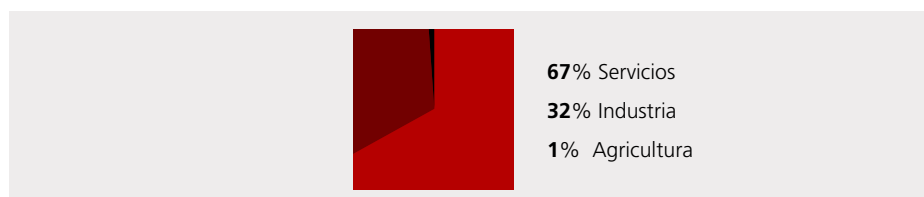
29.988 € PIB per cápita.

171.345 empresas en el año 2010.

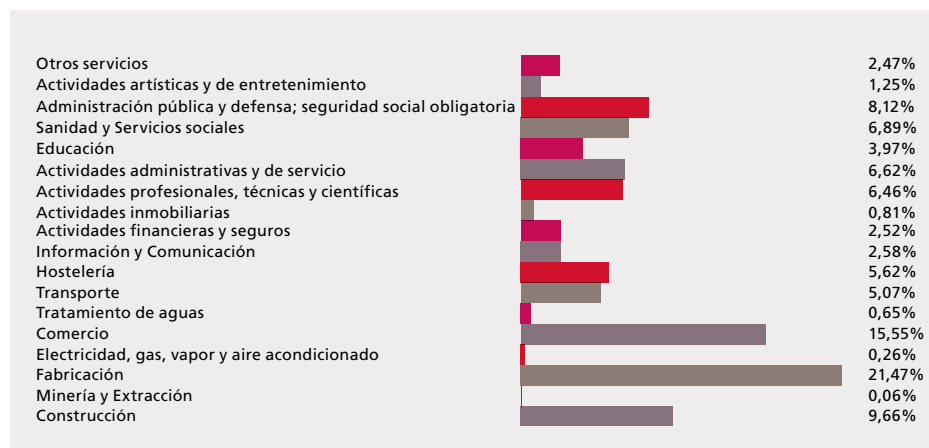
El 50% de las empresas se concentran en el sector de la **construcción**, las **actividades profesionales** y el **comercio**.

La CAPV se caracteriza por el **gran volumen de industrias** que posee y por ser una de las **regiones más ricas de Europa**. El 53% de las empresas son de comercio, construcción y de actividades profesionales. En cuanto al **empleo**, el **comercio** (15,55%) y la **construcción** (9,66%) se mantienen, si bien es la **fabricación la que más personas emplea** (31,47%). Los **servicios a empresas** y el **comercio**, con un 20% y un 12% respectivamente, son las actividades que **más PIB aportan a la economía vasca**, seguido de la **construcción** (16%).

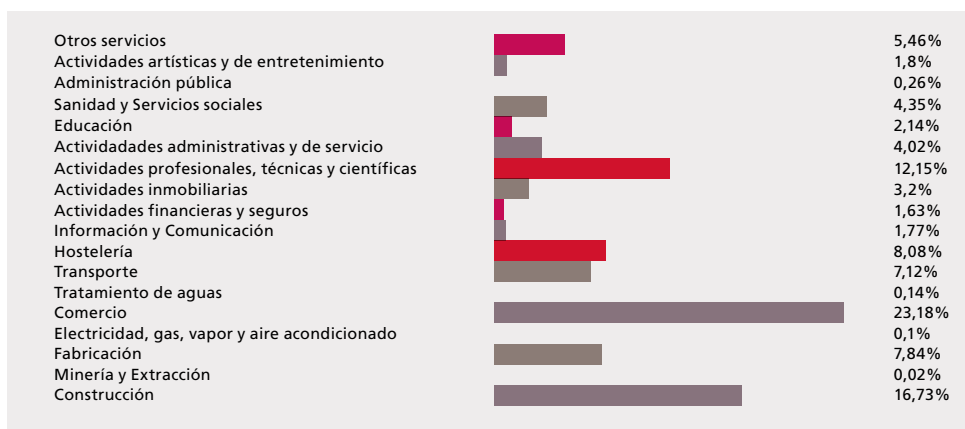
Distribución del PIB por sectores de actividad



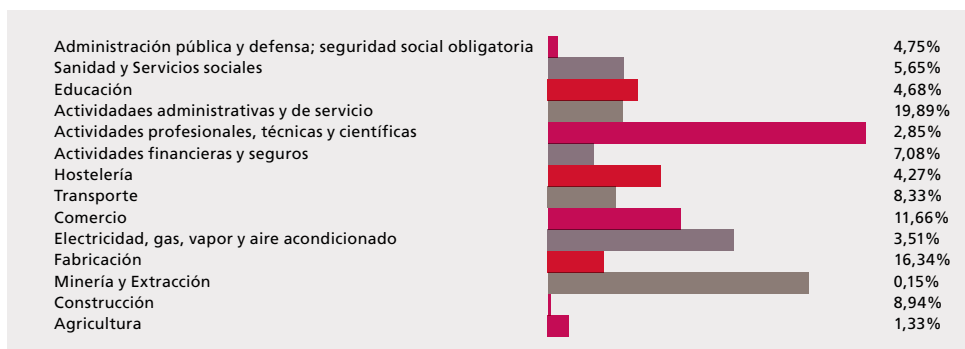
Distribución del empleo por rama de actividad en la CAPV (miles de personas)



Distribución de las empresas por rama de actividad en la CAPV



Contribución al PIB por rama de actividad en la CAPV



Fuente: Eustat, últimos datos disponibles (2010).

Nota: La clasificación de las empresas en ramas de actividad ha sido elaborada en base a la información disponible y por código A31.

3.2. Aproximación al sector del diseño industrial. Análisis de la oferta

3.2.1. Localización de las empresas

En el año 2009 el **País Vasco era la quinta comunidad en importancia por el número de empresas dedicadas a las actividades de consultoría, asesoramiento especializado y diseño especializado.**

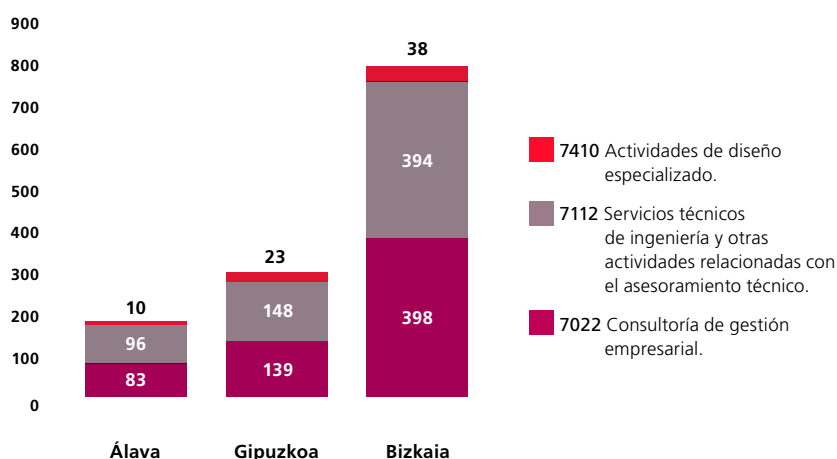
Según la información actualizada a 2010, de las 1.329 empresas registradas, el 63% están localizadas en Bizkaia, el 23% en Gipuzkoa y el 14% restante en Álava. Por lo que Bizkaia concentra geográficamente la oferta en esta materia.

En el año 2009, **Bizkaia era la cuarta provincia del Estado** por orden de importancia en función del número de empresas.

Las actividades de consultoría de gestión concentran el 46,65% de las empresas vascas y las **actividades de diseño especializado se reducen aproximadamente al 5%** tanto en la CAPV en general, como en Bizkaia en particular, que es la provincia que concentra la mayor parte de este tipo de empresas (53,52%) respecto a toda la Comunidad Autónoma.

Esto supone una **aparente mayor concentración de las empresas específicas de Diseño Industrial en el Territorio Histórico de Bizkaia**.

Distribución de las empresas por TH y CNAE



	7410	%	7022	%	7112	%	TOTAL	%
Cataluña	370	29,16%	1.734	33,17%	1.419	19,34%	3.523	25,46%
Madrid	300	23,64%	2.197	42,03%	1.549	21,11%	4.046	29,24%
Comunidad Valenciana	153	12,06%	534	10,22%	774	10,55%	1.461	10,56%
Andalucía	95	7,49%	533	10,20%	739	10,07%	1.367	9,88%
País Vasco	63	4,96%	483	9,24%	515	7,02%	1.061	7,67%
Galicia	49	3,86%	385	7,37%	543	7,40%	977	7,06%
Resto de CCAA	239	18,83%	1.230	23,53%	1.800	24,53%	3.269	23,63%

	7410	%	7022	%	7112	%	TOTAL	%
Barcelona	318	25,06%	1.523	29,14%	1.093	14,89%	2.934	21,21%
Madrid	300	23,64%	2.197	42,03%	1.549	21,11%	4.046	29,24%
Valencia	92	7,25%	336	6,43%	492	6,70%	920	6,65%
Bizkaia	34	2,68%	310	5,93%	329	4,48%	673	4,86%
Resto de provs.	525	41,37%	861	16,47%	3.876	52,81%	5.262	38,03%
Total	1.269		5.227		7.339		13.835	

Fuente: Informes Sectoriales 7410, 7022, 7112. Informa, 2012. (Datos 2009).

3.2.2. Tamaño de las empresas del sector

Se trata de un sector atomizado en el que **la mayor parte de las empresas de la CAPV no cuentan con personal empleado** o, en su caso, cuentan entre 1 y 5 asalariados. A pesar de ello, según datos de SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos), **da empleo a 27.368 personas en total en el País Vasco**.

Entre las empresas participantes en el estudio, el **tamaño medio es de 4,87 empleados**.

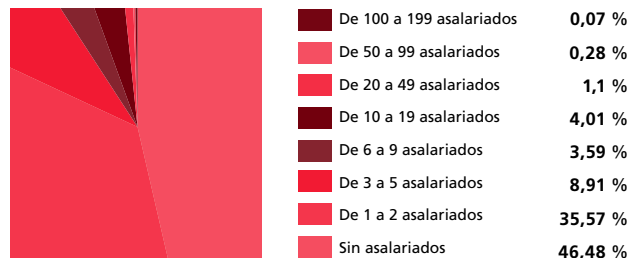
Respecto al peso económico de las empresas analizadas, estas actividades suponen **una facturación global aproximada de 6.034.179.000 €**, en su mayor parte proveniente de las empresas de asesoramiento técnico (3.772.687.000 €) que, además, son las que alcanzan mayores importes medios de facturación en la CAPV (4.282.030 €). Así, mientras la media de facturación **de los tres CNAES es de 3.592.560 €**, por su parte, la cifra de ventas media de las empresas de diseño especializado (7410) en la CAPV es algo menor (347.000 €), lo que coincide aproximadamente con la media de las empresas participantes que es de 294.750 €.

Siguiendo la tendencia general, **Bizkaia concentra la mayor parte del empleo y de la cifra de ventas en todos los CNAES, empleando a 21.039 personas que generan una facturación de 5.246.644.000 €**, es decir, 249.380 euros de media por persona empleada, siendo el más productivo de los tres territorios.

CNAE	Empleados Bizk.	Total CAPV	%	Cifra Ventas Bizk.	Total CAPV	%
7022	5.934	9.896	59,96%	1.871.865.000 €	2.236.707.000 €	83,69%
7112	15.013	17.272	86,92%	3.361.594.000 €	3.772.687.000 €	89,10%
7410	92	200	46,00%	13.185.000 €	24.785.000 €	53,20%
Totales	21.039	27.368	76,87%	5.246.644.000 €	6.034.179.000 €	86,95%

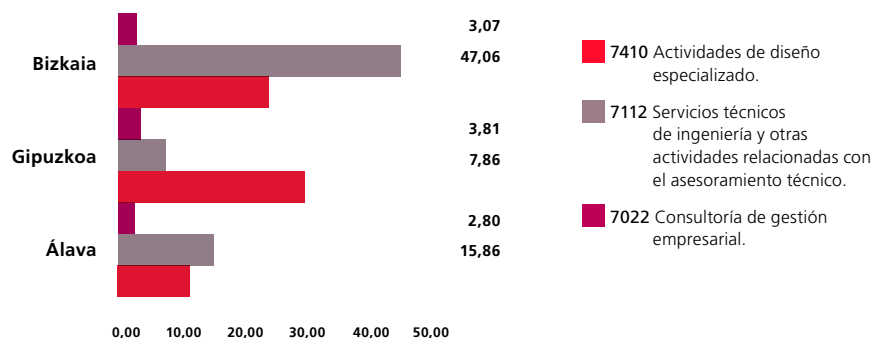
Nota: extractado de la base de datos del Sistema de Balances Ibéricos sobre la base de los CNAE objeto de estudio, se trata de datos de toda la CAPV, que integran la información de "Importe neto de Cifra de Ventas mil EUR Ult. Año" (Son datos de entre 2008 y 2010) en función del último dato disponible para cada empresa. Se trata de datos de 1329 empresas en la CAPV.

Distribución de empresas por número de empleados en la CAPV



Fuente: INE 2011.

Media de empleados de las empresas por TH y CNAE



Fuente: Registro Mercantil 2010.

Facturación media por empleado en base a CNAE y TH

	7022	7112	7410	Total
Bizkaia	315.000 €	223.910 €	143.320 €	249.380 €
Álava	218.000 €	217.000 €	120.540 €	215.810 €
Gipuzkoa	63.000 €	140.150 €	102.810 €	82.250 €
Total	199.020 €	193.530 €	122.220 €	

Fuente: Registro Mercantil.

3.2.3. Caracterización de los equipos

En base a la información proporcionada por los agentes de la muestra², los **perfiles profesionales** identificados han sido, por orden de magnitud:

- ▶ Licenciatura en Ingeniería, en algunos casos en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto.
- ▶ Licenciatura en Arquitectura.
- ▶ Licenciatura en Bellas Artes.
- ▶ Licenciatura en Ciencias Empresariales.
- ▶ Arquitectura técnica.
- ▶ Decoración e interiorismo.
- ▶ Licenciatura en Antropología.

Las personas responsables de las empresas participantes presentan perfiles más técnicos que empresariales.

Los estudios analizados presentan una **experiencia media de 14,7 años** trabajando en materia de Diseño Industrial, lo que es indicativo de un grado de **madurez notable de la disciplina en la CAPV**.

Más concretamente, los estudios vizcaínos presentan una media de 14,06 años, con 7 estudios/profesionales que superan los 20 años de experiencia.

3.2.4. Especialización sectorial de servicios

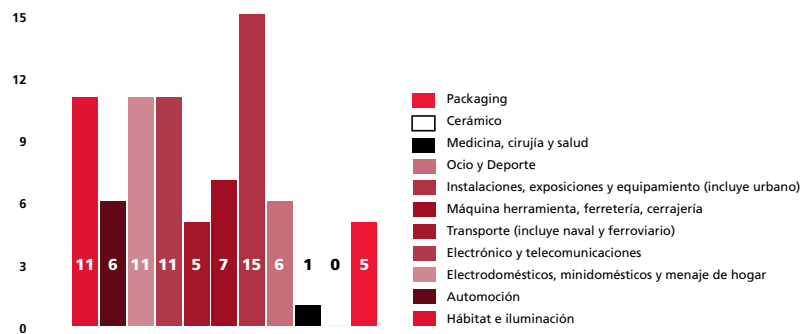
La mayor parte de agentes consultados combinan el diseño de producto, principalmente en los sectores del hábitat (hogar, contract y oficina) y electrodoméstico, minidoméstico y menaje, con el electrónico y telecomunicaciones y el diseño de instalaciones, equipamiento urbano y museístico.

La mayor parte se encuentran bastante **especializados en 2 ó 3 sectores**.

² Según los datos disponibles a fecha de finalización del estudio.

En aquellos estudios más especializados sectorialmente no ha habido una estrategia para ello, sino que el proceso se ha producido por selección "natural" y, dado que la especialización es valorada por la demanda, se ha retroalimentado. En su mayoría se corresponden con los estudios con más experiencia formados en las primeras promociones de DZ Centro de Diseño. En los estudios más modernos, la diversificación sectorial responde a que se mantienen relaciones de exclusividad con algunos clientes, lo que hace necesaria dicha diversificación.

Especialización sectorial de la oferta de Diseño Industrial en la CAPV



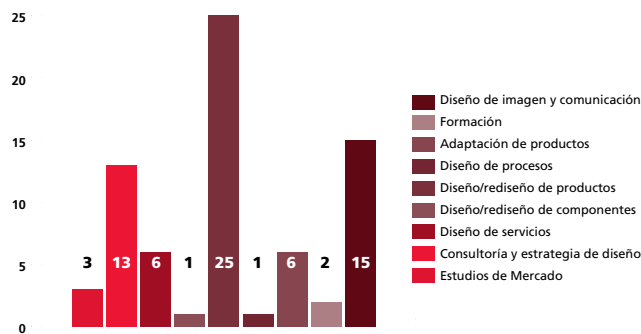
Fuente: Información proporcionada por empresas consultadas.

3.2.5. Especialización por tipología de servicios

La mayor parte de las empresas y profesionales consultados prestan servicios de diseño de producto implicándose en la definición de la imagen de marca, corporativa o comunicación del producto, en unas ocasiones como servicio específico y en otras, como orientación complementaria al servicio principal.

Se observa que se está viviendo una evolución en este sector que, tratando de ser competitivo en el actual contexto de crisis económica, diversifica su oferta de servicios.

Especialización de la Oferta de Diseño Industrial en la CAPV por tipología de servicio



Fuente: Información proporcionada por empresas consultadas.

3.2.6. Competencia

Variables en función de las que es posible describir la competencia:

Ámbito geográfico del mercado:

- ▶ En el mercado local, los competidores son locales.
- ▶ En el mercado nacional, los competidores son nacionales.
- ▶ A nivel internacional, la competencia es global.

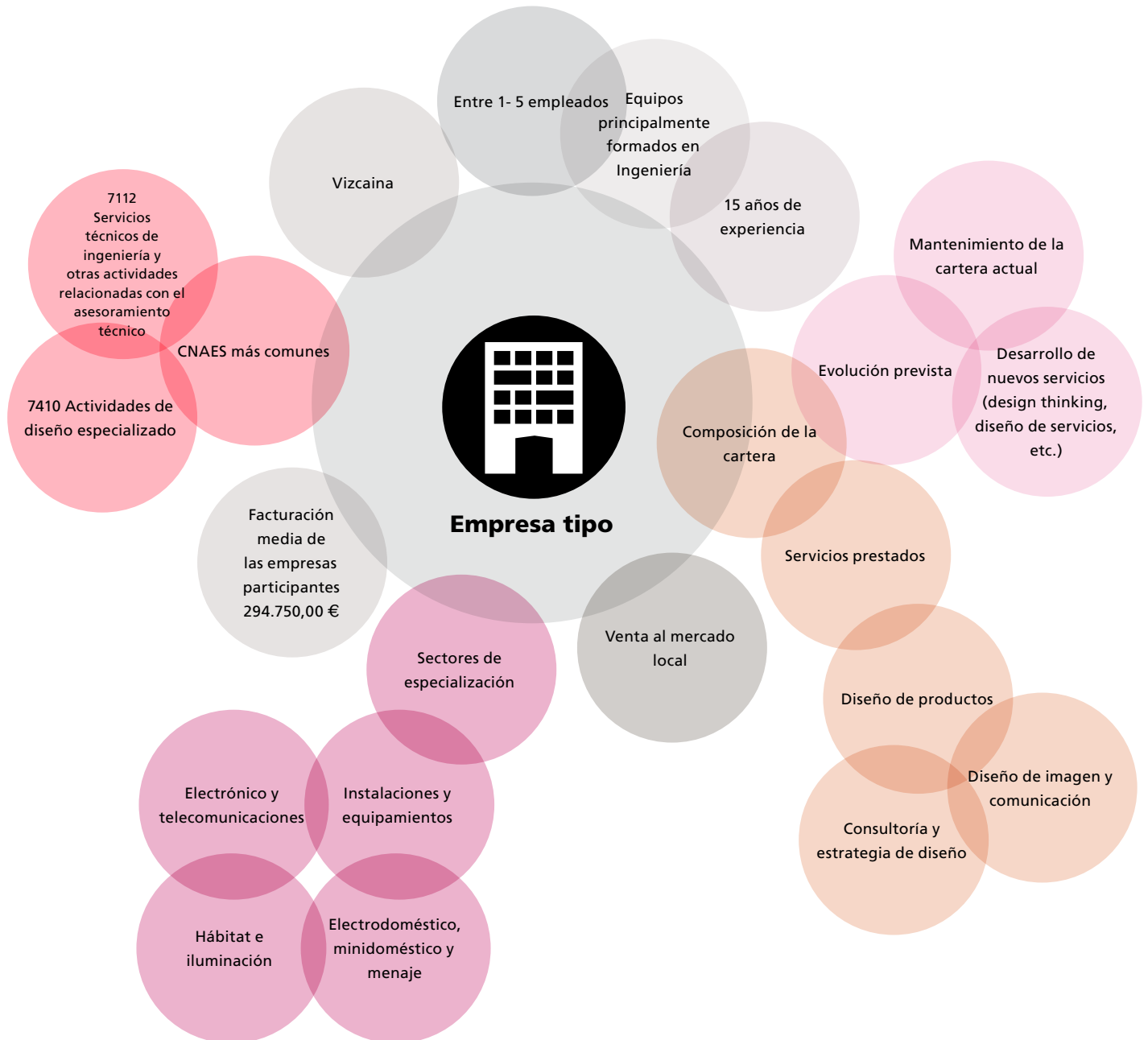
Ámbito dimensional del mercado:

- ▶ Las empresas de mayor tamaño recurren a proveedores tanto locales como nacionales e internacionales.
- ▶ Las empresas de menor tamaño suelen recurrir al proveedor local.
- ▶ Las empresas extranjeras de tamaño medio, en ocasiones, recurren a proveedores vascos.

Ámbito sectorial del mercado:

- ▶ En el sector del hábitat (sobre todo hogar, y en menor grado en contract y oficina) e iluminación la competencia se encuentra articulada en torno al renombre de los diseñadores de manera que, más que la capacidad de los equipos técnicos, lo que prima es la imagen de marca que supone contar con un diseñador reconocido. Por ello, **la competencia se localiza en estudios-diseñadores concretos, que generalmente suelen provenir a nivel europeo de Italia y a nivel estatal de Cataluña.**
- ▶ En lo relativo a los **minidomésticos**, la tendencia a la compra de productos de gama blanca por parte de las empresas locales hace que las propias empresas que los produzcan incluyan en la negociación la personalización, ofreciendo al cliente diversos diseños para su elección. Por ello, la competencia en este subsector se encuentra también **en las propias empresas productoras deslocalizadas.**
- ▶ En el resto de sectores, la competencia se basa más en la especialización y experiencia, motivo por el que algunas empresas vascas han internacionalizado sus servicios y compiten en mercados globales.

3.3. Radiografía de la oferta



3.4. Conclusiones del análisis de la oferta

Las principales conclusiones obtenidas son:

- ▶ **Alta concentración de empresas en el Territorio Histórico de Bizkaia**, si bien, se observa un progresivo aumento de la oferta en la zona de Gipuzkoa, con altas capacidad en innovación empresarial y en servicio.
- ▶ Entre **1 y 5 empleados** y **experiencia** media de **15 años**.
- ▶ Equipos formados principalmente en **estudios superiores de ingeniería de diseño**, considerándose necesaria la formación complementaria en el extranjero.
- ▶ Se manifiestan **no especializados sectorialmente**, abogando por la necesidad de conocimiento multisectorial para el desarrollo de su trabajo.
- ▶ Los sectores en los que más empresas mencionan tener experiencia son el **hábitat e iluminación, instalaciones y equipamientos, electrónico y telecomunicaciones y electrodoméstico, minidoméstico y menaje**.
- ▶ Venta de servicios principalmente en el **mercado local**.
- ▶ Tendencia al desarrollo de relaciones sectoriales de **exclusividad con un cliente fidelizado**.
- ▶ **Evolución prevista: diversificación del catálogo** a través del diseño de la estrategia, diseño de transformaciones organizacionales, diseño de servicios, etc.



3.5. Análisis de la demanda

		Hábitat e Iluminación	Automoción	Electrodoméstico y Menaje del Hogar	Electrónico y Telecomunicaciones
Hábitat e Iluminación	1. Valor 2. Compra Actual 3. Compra Futura	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
	Principal perspectiva de diseño	•Estética	•Técnica •Tecnológica	•Técnica •Tecnológica •Estética	•Técnica •Tecnológica •Estética
	Decisor de compra	•Gerencia •Departamento de producción técnico •Responsable de diseño/I+D	•Departamento de producción •Departamento de I+D	•Gerencia •Departamento de Producción - Responsable de Producto – Oficina Técnica	•Departamento de producción técnico
Tipología de Servicios demandados	Servicios de Diseño Industrial tradicional	•Diseño productos •Diseño de componentes •Adaptación de productos •Diseño de procesos	•Diseño productos •Diseño de procesos •Diseño de componentes	•Diseño productos •Diseño de componentes •Adaptación de productos	•Diseño productos •Diseño de componentes •Adaptación de productos
	Servicios de Diseño complementarios	•Consultoría de diseño	•Design Thinking •Estudios de mercado		•Estudios de mercado •Consultoría de diseño •Formación de diseño
Selección de oferentes	Criterios de valor	1.Prestigio 2.Conocimiento sectorial 3.Conocimiento de la empresa 4.Tamaño	1.Conocimiento sectorial 2.Calidad 3.Precio 4.Prestigio 5.Conocimiento de la empresa	1.Conocimiento sectorial 2.Calidad 3.Precio 4.Conocimiento de la empresa 5.Prestigio	1.Conocimiento sectorial 2.Conocimiento de la empresa 3.Cercanía 4.Precio 5.Prestigio
	Grado de integración	•Externo	•Interno	•Mixto	•Interno
	Grado de fidelización del cliente	•Medio	•Bajo	•Bajo	•Bajo
	Grado de cobertura por la oferta local	•Baja	•Baja	•Medio	•Bajo
Competencia	Localización	•Cataluña (Barcelona) •Internacional	•Regional	•Internacional	•Regional
	Ámbito profesional	•Arquitectura	•Ingenierías •Universidades/ Centros Tecnológicos	•Fabricantes •Ingenierías	•Diseñadores industriales •Empresas de marketing y comunicación •Universidades/ Centros Tecnológicos

Transporte y Logística	Máquina-Herramienta, maquinaria y ferretería	Instalaciones, Exposiciones y Equipamiento Urbano	Ocio, Juguete y Deporte	Energía
1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
<ul style="list-style-type: none"> •Técnica •Estética 	<ul style="list-style-type: none"> •Técnica •Tecnológica •Estética 	<ul style="list-style-type: none"> •Estética 	<ul style="list-style-type: none"> •Técnica •Tecnológica •Estética 	<ul style="list-style-type: none"> •Técnica •Tecnológica
<ul style="list-style-type: none"> •Departamento de diseño/I+D 	<ul style="list-style-type: none"> •Responsable comercial 	<ul style="list-style-type: none"> •Gerencia 	<ul style="list-style-type: none"> •Responsable comercial 	<ul style="list-style-type: none"> •Gerencia •Departamento de Producción - Responsable de Producto – Oficina Técnica
<ul style="list-style-type: none"> •Diseño productos •Diseño de componentes •Adaptación de productos •Diseño de procesos 	<ul style="list-style-type: none"> •Diseño productos •Diseño de componentes •Diseño de procesos •Adaptación de productos 	<ul style="list-style-type: none"> •Consultoría de diseño •Diseño productos 	<ul style="list-style-type: none"> •Diseño productos •Adaptación de productos 	<ul style="list-style-type: none"> •Diseño productos •Diseño de componentes
<ul style="list-style-type: none"> •Estudios de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> •Estudios de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> •Diseño de marca 	<ul style="list-style-type: none"> •Diseño de marca 	
<ol style="list-style-type: none"> 1.Experiencia multisectorial 2.Cercanía 3.Conocimiento de la empresa 4.Tamaño 5.Conocimiento del sector 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Conocimiento de la empresa 2.Conocimiento sectorial 3.Cercanía 4.Precio 5.Experiencia multisectorial 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Cercanía 2.Conocimiento sectorial 3.Precio 4.Conocimiento de la empresa 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Precio 2.Conocimiento sectorial 3.Tamaño 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Conocimiento sectorial 2.Conocimiento de la empresa 3.Cercanía 4.Experiencia multisectorial 5.Precio
<ul style="list-style-type: none"> •Mixto 	<ul style="list-style-type: none"> •Interno 	<ul style="list-style-type: none"> •Mixto 	<ul style="list-style-type: none"> •Externo 	<ul style="list-style-type: none"> •Interno
<ul style="list-style-type: none"> •Bajo 	<ul style="list-style-type: none"> •Alto 	<ul style="list-style-type: none"> •Alto 	<ul style="list-style-type: none"> •Bajo 	<ul style="list-style-type: none"> •Bajo
<ul style="list-style-type: none"> •Bajo 	<ul style="list-style-type: none"> •Medio 	<ul style="list-style-type: none"> •Medio 	<ul style="list-style-type: none"> •Medio 	<ul style="list-style-type: none"> •Bajo
<ul style="list-style-type: none"> •Europeo y Local 	<ul style="list-style-type: none"> •Regional (para el diseño expositivo y de marca) 	<ul style="list-style-type: none"> •Local y regional 	<ul style="list-style-type: none"> •Regional, Nacional e Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> •Internacional
<ul style="list-style-type: none"> •Ingenierías 	<ul style="list-style-type: none"> •Empresas de marketing y comunicación •Ingenierías 	<ul style="list-style-type: none"> •Empresas de diseño de stands, espacios y exposiciones •Estudios de arquitectura 	<ul style="list-style-type: none"> •Fabricantes 	<ul style="list-style-type: none"> •Ingenierías •Universidades/ Centros Tecnológicos

3.6. Conclusiones del análisis de la demanda

Las principales conclusiones obtenidas son:

- ▶ Preminencia de una **visión estético-funcional** del diseño industrial tradicional.
- ▶ **Asociación a producto final** cuyo destino es el consumo por parte de clientes/usuarios.
- ▶ **Bajo conocimiento de la oferta y de sus capacidades.** En cualquier caso, esto no supone la búsqueda de proveedores en el extranjero, por lo que la compra de servicios es eminentemente local.
- ▶ **Cartera de proveedores vinculados al diseño diversificada sectorialmente**, además del propio sector de diseño industrial se compran servicios a ingenierías, estudios de arquitectura, marketing y a los propios fabricantes que integran el diseño en su oferta de producto.
- ▶ **Concepción como servicio especializado y de proximidad:** conocimiento sectorial y cercanía como criterios de valor clave para elección de proveedor.
- ▶ **Diferentes niveles de penetración del diseño** en las cadenas de valor sectoriales, aunque en términos generales, se suele posicionar en los eslabones finales, más cercanos a los clientes/usuarios finales.

Tipos de diseño vinculados con los productos



Agentes desarrolladores del diseño.

Se ha constatado que, en rasgos generales, la demanda identifica diferentes tipologías de diseño ligadas a la industria y a sus productos, como son:

- ▶ Estos tipos de diseño se integran habitualmente **por el propio fabricante** y, en algunos casos, se cubren por él mismo mediante la creación de Centros de I+D+i.
- ▶ Las **funciones de diseño tecnológico** requieren de un **conocimiento específico alto y capacidad de inversión en I+D+i**. Generalmente se desarrollan de forma externa.
- ▶ Las **funciones de diseño técnico** requieren una **alta especialización en el producto/ componente concreto**. Generalmente se desarrollan de forma interna y, si se subcontratan, es como apoyo mediante un dimensionamiento empresarial flexible o para la mejora de la eficiencia de los procesos de trabajo.

- ▶ Las **funciones de diseño estético** con cierto componente de funcionalidad del producto (ergonomía, accesibilidad, movilidad, usabilidad, ecodiseño, etc.) son las vinculadas a la oferta de diseño industrial identificada en el País Vasco.

El grado de subcontratación de estas funciones es variable entre y dentro de los propios sectores, dependiendo de la sensibilidad de las empresas. Así, es posible distinguir **dos tendencias diferenciadas** respecto a la **provisión de esta tipología de diseño**:

- Los sectores para los que **diseño estético-funcional supone un factor de diferenciación** de sus productos generalmente cuentan con proveedores externos. (*Hábitat e iluminación, Instalaciones, exposiciones y equipamiento urbano*).
- Los sectores para los que esta tipología **no supone un factor de diferenciación de sus productos**, sino que adquiere un carácter complementario a lo técnico y tecnológico, **en ocasiones contratan a diseñadores industriales, pero también suelen integrar este tipo con el diseño técnico**, bien como actividad interna o bien externalizada **o con la fabricación del producto**. (*Automoción, Electrodoméstico, minidoméstico y menaje; Electrónico, Informático y telecomunicaciones; Transporte y Logística, Máquina herramienta, Ocio, Juguete y Deporte; y Energía*).

En función de estos parámetros, se han clasificado los sectores analizados en el estudio ofreciéndose una perspectiva general del entendimiento y posicionamiento del diseño industrial según la tipología en la que se enmarcan:

Sectores técnico-tecnológicos

Sectores pertenecientes a esta tipología:

- ▶ Automoción
- ▶ Electrónico, informático y telecomunicaciones
- ▶ Energía
- ▶ Transporte y logística
- ▶ Electrodoméstico, minidoméstico y menaje
- ▶ Maquinaria, máquina herramienta y ferretería
- ▶ Ocio, juguete y deporte

Estos sectores presentan una sensibilidad algo mayor hacia el valor aportado por el diseño estético-funcional a sus productos y, aunque en diferente grado, lo incorporan a sus productos en la actualidad y prevén un aumento de la demanda de este tipo de servicios.

Factores de compra

- ▶ **Conocimiento sectorial**: la alta tecnicidad de sus productos provoca que el conocimiento especializado del sector y sus tendencias e innovaciones sea el factor más altamente valorado.
- ▶ **Conocimiento de la empresa**: también por su alta tecnicidad, el conocimiento concreto de la empresa, de sus productos y de sus procesos es un valor crítico sobre todo para la reducción de los tiempos de los proyectos.

- ▶ **Cercanía:** tratándose de servicios que requieren una relación constante a largo plazo, y un conocimiento detallado de la empresa, la cercanía es altamente valorada por estos sectores, concibiéndose a los diseñadores como partners o colaboradores más que como proveedores. Si bien debe estar combinada con los factores anteriores, por sí misma, no supone un valor diferencial.

Posicionamiento actual de las empresas vascas de diseño

- ▶ **Conocimiento sectorial:** pocas empresas D.I. vascas reconocidas por su conocimiento sectorial específico.
- ▶ **Conocimiento de la empresa:** las empresas D.I. vascas más reconocidas sectorialmente desarrollan relaciones estables de colaboración y fidelizan a sus clientes, pero la oferta es reducida, por lo que el conocimiento del mercado también.
- ▶ **Cercanía:** la cercanía es alta, si bien al combinarse con los factores anteriores, pierde peso específico y no supone un valor autónomo para el posicionamiento, sino complementario.

Sectores estético-funcionales

Sectores pertenecientes a esta tipología

- ▶ Hábitat e iluminación
- ▶ Instalaciones, exposiciones y equipamiento urbano

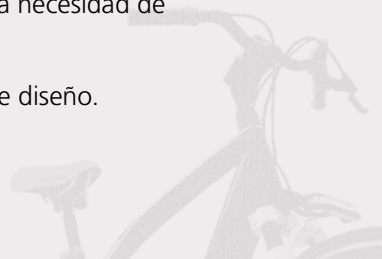
Factores de compra

- ▶ **Prestigio/ Conocimiento sectorial:** el reconocimiento y prestigio del diseñador de los productos debe ir unido al conocimiento del sector y de su evolución. El propio sector potencia este factor, empleando el nombre del diseñador como elemento de marca de sus productos.
- ▶ **Cercanía:** supone un valor complementario al anterior que pierde peso en la medida en que éste aumenta de valor.

Posicionamiento actual de las empresas vascas de diseño

- ▶ **Prestigio/ Conocimiento sectorial:** pocas empresas D.I. vascas reconocidas por su conocimiento y reconocimiento sectorial, en menor medida en el sector del Hábitat y la Iluminación, donde no se cuenta con empresas D.I. de prestigio internacional.
- ▶ **Cercanía:** la cercanía es alta, y en virtud de la misma se producen colaboraciones puntuales en el sector del Hábitat e Iluminación, y algo más estables en el del Mobiliario urbano, donde la entrada en el sector es más permeable.

3.7. Conclusiones globales del análisis

- ▶ Concepción como servicio especializado y de proximidad.
 - ▶ Alta fidelización entre clientes y proveedores.
 - ▶ Bajo conocimiento y sensibilización por parte de la demanda sobre los beneficios que reporta el diseño.
 - ▶ Desencuentro entre la opinión de oferta y demanda en torno a la necesidad de especialización sectorial para la prestación del servicio.
 - ▶ Escaso apoyo institucional para la subcontratación de servicios de diseño.
- 



4.

Diagnóstico
competitivo

4. Diagnóstico competitivo

4.1. Metodología de análisis

En este marco, cualquier estrategia para la mejora de la competitividad del Diseño Industrial vasco en el mercado deberá considerar los diferentes posicionamientos competitivos de los proveedores de diseño, en función del tipo de sector sobre el que se desee incidir. Por ello, se ha construido una metodología para el análisis competitivo que se basa en dos parámetros:

1. Conocimiento sectorial:

Entendido como la percepción que las empresas demandantes tienen del grado de especialización técnica de los diferentes proveedores de diseño.

2. Cercanía / Conocimiento de las empresas de D.I.:

Entendido como el grado de conocimiento y reconocimiento que las empresas demandantes tienen respecto a los proveedores de diseño y sus capacidades.

Estos parámetros se han medido en escalas de bajo-alto de modo que, del posicionamiento de cada uno de los tipos de proveedores en ambos, se deriva la estrategia a poner en marcha para la mejora de su posicionamiento siguiendo la siguiente lógica:

Conocimiento sectorial	Cercanía / Conocimiento	Estrategia a desarrollar
Bajo	Bajo	<p>Especializar: siendo el factor de compra más relevante, la especialización puede obtenerse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Formación específica y/o conocimiento "on the job". ▶ Alianza con agentes especializados técnicamente.
Alto	Bajo	<p>Promocionar: existiendo los conocimientos sectoriales necesarios, se requeriría una mejora/aumento de las actividades promocionales con el fin de que la demanda conozca y reconozca las capacidades de los proveedores.</p>
Alto	Alto	<p>Mantener: tratándose de la situación óptima, la estrategia se centraría en el mantenimiento de un conocimiento actualizado, dado que las relaciones que se generan en el sector DI suelen ser de confianza y fidelización de los clientes.</p>
Bajo	Alto	<p>Penetrar en nuevo mercado: enmarcado en aquellos casos en los que se conoce al proveedor por su capacidad en diseño sin especialización. Supone una oportunidad de entrada en el mercado mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Formación específica y/o conocimiento "on the job". ▶ Alianza con agentes especializados técnicamente.



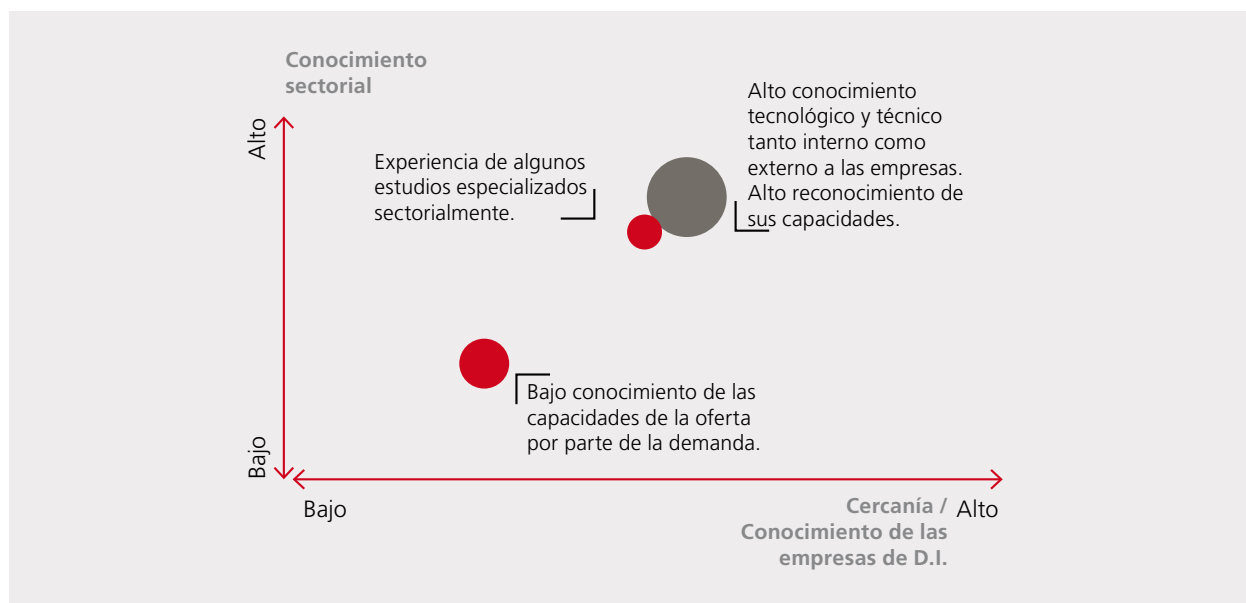
4.2. Posicionamiento competitivo de las empresas proveedoras de diseño

Siguiendo este enfoque, la percepción que las empresas de demanda tienen de la oferta de diseño industrial se describe del siguiente modo:

Proveedores de diseño



Sectores técnico-tecnológicos



Para una mejora del posicionamiento de la oferta vasca de Diseño Industrial en este tipo de sectores resulta necesario:

- ▶ Potenciar el conocimiento sectorial, adquiriendo **especializaciones que permitan aportar valor** a los productos **en elementos** que constituyan un factor de competitividad: ergonomía, seguridad y salud en el trabajo, ecodiseño, usabilidad.
- ▶ La **colaboración con el resto de eslabones** de la cadena para ofrecer proyectos integradores "llave en mano" a los fabricantes.

Sectores estético-funcionales



Para una mejora del posicionamiento de la oferta vasca de Diseño Industrial en este tipo de sectores resulta necesario aumentar la visibilidad y prestigio de las empresas vascas mediante:

- ▶ Su mayor **dimensionamiento**.
- ▶ El establecimiento de **alianzas** entre empresas.
- ▶ Mejora de su **capacidad promocional e imagen**.



5.

Análisis de
la práctica
comparada

5. Análisis de la práctica comparada

5.1. Introducción

5.1.1. Contextualización

Este análisis Benchmark se ha centrado en el estudio de países de referencia en el sector del diseño industrial, de forma que su valoración conjunta permita identificar o extraer conclusiones de interés para el impulso del sector del diseño industrial en Bizkaia.

- ▶ El análisis comparativo se ha centrado en cuatro **regiones de referencia en el sector del diseño industrial a nivel internacional**, cuya selección responde a los siguientes criterios:
 - **Reconocimiento de estos países a nivel internacional como líderes / referentes de diseño.**
Todos los países seleccionados cuentan con una amplia trayectoria en diseño, siendo el sector y sus profesionales reconocidos y valorados más allá de sus propias fronteras.
 - **Relevancia del propio sector del diseño en el país**, tanto en cuanto al peso económico del mismo, como a la capacidad tractora que puedan ejercer en relación a otros sectores de actividad económica.
 - **Rol de las Instituciones Públicas** como agente impulsor del sector, estableciendo diversas fórmulas para el apoyo y la dinamización del mismo.
- ▶ Así, los países y territorios analizados han sido:
 - Reino Unido
 - Francia
 - Italia
 - Alemania
- ▶ Asimismo, la CAPV ha sido analizada bajo las mismas premisas que los otros cuatro territorios con el fin de poder establecer su posicionamiento.

Nota: incluimos todos los CNAES objeto de estudio y en muchos casos, hay empresas inscritas en estos CNAES cuya actividad no está relacionada directamente con el diseño industrial.

5.1.2. Enfoque del análisis

El análisis de cada uno de los países y territorios analizados se estructura en tres grandes bloques:

Recopilación de los principales indicadores de cada país, de forma que a modo de radiografía se presente el resumen de la situación macroeconómica del país.

1— Contextualización Socio Económica

En este capítulo se recoge un análisis tanto de la oferta vinculada con el sector y su caracterización, como de la demanda interna del país vinculada a los servicios de diseño.

2— Análisis del sector de Diseño Industrial

Identificación de las principales iniciativas que se hayan desarrollado desde los organismos públicos de cada país para impulsar el sector del diseño industrial en campos como el apoyo financiero, la formación, el emprendimiento etc.

3— Buenas prácticas realizadas en el sector

5.2. Principales resultados del análisis realizado

5.2.1. Modelos sectoriales por país analizado

Las empresas de la CAPV presentan una media de facturación mayor que las empresas de Reino Unido; Francia y Alemania, un tamaño medio en empleados mayor que Reino Unido, Francia e Italia y una antigüedad del sector similar a la de Reino Unido y Francia.



CAPV

Concepto de diseño industrial:

- ▶ **No hay un consenso en la oferta en torno a la concepción de Diseño Industrial.**

Oferta:

- ▶ 352 empresas de diseño y 63 empresas de diseño industrial.
- ▶ Facturación total de 4.716.000 € y **facturación media de 294.750 €** por empresa.
- ▶ Tamaño medio de **4,87 empleados por empresa.**
- ▶ **15 años de experiencia media** en el sector.

Demanda:

- ▶ Demanda de diseño proviene de empresas entre 50 y 250 empleados del sector mobiliario.



Reino Unido

Concepto de diseño industrial:

- ▶ Diseño industrial definido como **diseño de producto.**

Oferta:

- ▶ 2,72% de representatividad según los códigos NACE.
- ▶ 83.200 empresas de diseño en el país, de las cuales el **11% de las empresas de diseño ofrece servicios de diseño industrial.**
- ▶ 17.850 millones de € facturados en total, con un **ingreso medio mayoritario de 120.000 €.**
- ▶ Empresas pequeñas **entre 1 y 4 trabajadores.**
- ▶ Experiencia media de las empresas superior a los **15 años.**

Demanda:

- ▶ Demanda proveniente por parte de empresas de menos de 50 empleados del sector de la fabricación de **productos tecnológicos.**

- ▶ Venta de diseño concentrada en el **mercado nacional**, con una amplia cartera de clientes.

Agentes de apoyo y promoción del sector:

- ▶ Centrados en la **formación y sensibilización** del diseño industrial.
- ▶ Apuesta institucional por las **industrias creativas** en donde se ubica el diseño industrial.

Buenas Prácticas:

- ▶ **Oferta formativa** de renombre complementada con un gran número de talleres de formación específicos de diseño.
- ▶ Apoyo a la **promoción y sensibilización** del sector a través de un gran número de eventos.



Alemania

Concepto de diseño industrial:

- ▶ Diseño industrial entendido como **diseño de bienes de consumo** (electrodomésticos, juguetes, vehículos y mobiliario) y diseño **de bienes capital** (máquina-herramienta, aparatos electrónicos, equipamiento médico y equipamiento para transporte).

Oferta:

- ▶ 35.000 empresas de diseño, **14.800 empresas de diseño industrial**.
- ▶ Facturación total de 17.000 millones de € y **una media de 170.000 €** por empresa.
- ▶ Empresas medianas entre **10 y 15 empleados de media**.

Demanda:

- ▶ Empresas grandes de más de 500 empleados de los sectores del electrodoméstico, transporte, alimenticio y cosmético.

Agentes de apoyo y promoción del sector:

- ▶ Se sustenta en agentes de promoción regionales del sector y en las asociaciones profesionales.

Buenas prácticas:

- ▶ Gran cantidad de servicios de información y asesoramiento a través de agencias regionales de promoción del sector, muy cercanas a la demanda así como mediante una biblioteca especializada en diseño.
- ▶ Enfocadas a la demanda de diseño industrial como cursos de formación para pymes o la elaboración de guías sobre el buen uso del diseño en las empresas.
- ▶ Líneas de financiación específicas por parte de organismos públicos dirigidas a la promoción del diseño industrial a través de eventos y conferencias.



Francia

Concepto de diseño industrial:

No hay un consenso en torno a la concepción de Diseño Industrial.

Oferta:

- ▶ 2,05% de representatividad según los códigos NACE.
- ▶ 6.000 empresas de diseño, de las cuales un 23% ofrecen servicios de diseño industrial.
- ▶ Entre 2.200 y 3.000 millones de € de facturación total y una facturación media anual mayoritaria inferior a 100.000 €.
- ▶ Empresas pequeñas entre 1 y 5 empleados.
- ▶ Experiencia media de las empresas inferior a 10 años.

Demanda:

- ▶ Venta de diseño concentrada en el mercado nacional donde participa la gerencia y el departamento de marketing principalmente en empresas grandes (más de 100 empleados) del sector mobiliario y electrónico.

Agentes de apoyo y promoción del sector:

- ▶ Apoyo al sector de manera diversificada entre los agentes al no disponer de una agencia central para la promoción, si bien se ha anunciado la creación del mismo.

Buenas Prácticas:

- ▶ Enfocadas a la promoción del sector, concretamente a la promoción internacional así como al contacto entre la oferta y la demanda.



Italia

Concepto de diseño industrial:

Diseño industrial entendido como diseño de producto, diseño de espacios y diseño de comunicación.

Oferta:

- ▶ 1,62% de representatividad según los códigos NACE.
- ▶ 45.000 empresas de diseño en Italia.
- ▶ Facturación total de 19.569 millones de € en total, 434.883 € de media por empresa.
- ▶ Empresas de diseño pequeñas con 4 trabajadores de media.

Agentes de apoyo y promoción del sector:

- ▶ No disponen de agentes de promoción de diseño si bien se agrupan en una asociación empresarial de diseñadores industriales.
- ▶ Fuerte apuesta formativa con un gran número de universidades que ofertan estudios de diseño industrial de manera específica, constituyendo al diseño como una facultad no estando vinculado al arte.

Buenas prácticas:

- ▶ Cuentan con el evento internacional de promoción del sector más antiguo de Europa y con un servicio de registro de las creaciones industriales con el objetivo de proteger las creaciones realizadas por los diseñadores.

5.2.2. Agentes de influencia en el sector del diseño

Salvo en el caso de Italia, todos los territorios cuentan con **agencias de promoción del diseño con carácter público así como apoyo por parte de las agencias de desarrollo regionales.**

Del mismo modo, en los cuatro países se ha identificado una **agrupación de diseñadores profesionales** y, en los casos de **Reino Unido e Italia, se han localizado agrupaciones empresariales del sector.**

En los casos de Alemania y en Italia, se han identificado dos **empresas privadas importantes dinamizadoras del sector.**

En cuanto a los centros de educación superior, los estudios de diseño se enmarcan en la **facultad de las artes**, salvo en el caso de **Italia donde el diseño cuenta con facultad propia.**



Reino Unido

Agentes de promoción

- ▶ 2 agencias de promoción públicas específicas de diseño.
- ▶ 1 agencia de desarrollo económico regional.
- ▶ Ministerio de Cultura.
- ▶ 2 agencias públicas de promoción cultural.

Asociaciones privadas

- ▶ 2 Asociación empresarial del sector del diseño.
- ▶ 1 Asociación profesional de diseñadores.

Centros de Educación Superior*

- ▶ 2 universidades públicas de arte que ofrecen formación superior en diseño industrial, una de ellas especializada en diseño de máquina-herramienta.
 - ▶ 1 centro de formación específico de diseño.
-



Francia

Agentes de promoción

- ▶ 2 agencias de promoción públicas específicas de diseño.
- ▶ 1 centro de promoción de diseño público - privado.
- ▶ 2 agencias de desarrollo económico regionales.
- ▶ Ministerio de Industria.

Asociaciones privadas

- ▶ 1 Asociación profesional de diseñadores.

Centros de Educación Superior*

- ▶ 2 universidades públicas orientas a las artes.
-



Alemania

Agentes de promoción

- ▶ 3 agencias de promoción específicas para el diseño.
- ▶ 2 agencias de desarrollo económico regional.

Asociaciones privadas

- ▶ 2 Asociaciones de profesionales del sector del diseño.

Empresas privadas

- ▶ Impulso privado en la promoción del sector.

Centros de Educación Superior*

- ▶ 1 universidad pública de arte con estudios de diseño.
-

* Centros de formación vinculados con ICSID, salvo en el caso de la universidad de Alemania



Italia

Asociaciones privadas

- ▶ 1 asociación de empresas y profesionales del sector del diseño industrial.

Empresas privadas

- ▶ Impulso privado en la promoción del sector.

Centros de Educación Superior*

- ▶ 4 centros de formación superior específicos de diseño, 2 de ellos públicos.
- ▶ 2 universidades públicas que ofertan entre sus estudios el diseño industrial.

5.2.3. Buenas prácticas en el sector

En cuanto a las buenas prácticas analizadas, se han estructurado en los siguientes 5 ámbitos de actividad, que resumen las iniciativas más destacables desarrolladas en el apoyo a la oferta y a la demanda de diseño industrial en los 4 países analizados por los agentes públicos de promoción del diseño industrial:

Las iniciativas de apoyo al sector se orientan principalmente en la **promoción y sensibilización del diseño**, en los servicios de **información y asesoramiento** y en servicios de **puesta en contacto entre la oferta y la demanda**.

El Reino Unido dispone de un gran número de buenas prácticas **orientadas a la formación** mediante cursos y talleres de corta duración. Del mismo modo, cuenta con **abundantes servicios de información y asesoramiento, así como de eventos de promoción** del sector del diseño industrial.

Por su parte, **Francia** destaca en las labores de **promoción del diseño en un ámbito internacional**, así como por la buena práctica en la **detección de las necesidades de diseño industrial** de las empresas con su consiguiente **puesta en contacto con empresas ofertantes de diseño industrial**.

Las buenas prácticas identificadas en **Alemania** tienen una fuerte incidencia en la demanda, si bien la **oferta se encuentra apoyada mediante los centros de promoción regionales de diseño**. Asimismo, dispone de apoyo mediante las agentes de desarrollo regionales no vinculados a la promoción del diseño que ofrecen **subvenciones al sector para la participación en eventos de promoción**.

* Centros de formación vinculados con ICSID, salvo en el caso de la universidad de Alemania



Reino Unido

Información y Asesoramiento

Oferta:

- ▶ Información sobre buenas prácticas, metodologías de trabajo, apoyo disponible, formación superior, emprendimiento etc.
- ▶ Asesoramiento acerca de la propiedad intelectual.

Demanda:

- ▶ Información sobre cómo el diseño beneficia a una empresa (casos de éxito).

Formación y Mentoring

Oferta:

- ▶ Formación especializada en diseño.
- ▶ Talleres cortos de formación en gestión empresarial.
- ▶ Mentoring a nuevos diseñadores.

Contacto entre oferta y demanda

Oferta y demanda:

- ▶ Directorio web de contactos.

Demanda:

- ▶ Directorio de información sobre empresas de diseño.
- ▶ Información y asesoramiento a empresas para que detecten sus necesidades de diseño industrial.

Promoción y sensibilización

Oferta:

- ▶ Eventos, conferencias, exhibiciones etc.
- ▶ Estudios sectoriales sobre oferta y demanda, educación, buenas prácticas, medio ambiente etc.
- ▶ Museo especializado.

Demanda:

- ▶ Información, formación y materiales para la sensibilización en la educación secundaria.

Oferta y Demanda:

- ▶ Programa de televisión especializado.
- ▶ Iniciativas para centros de enseñanza base.

Apoyo Financiero

Oferta:

- ▶ Apoyo en la participación en talleres y conferencias.
 - ▶ Apoyo en la organización de eventos.
 - ▶ Apoyo en el desarrollo de proyectos de diseño.
-



Francia

Información y Asesoramiento

Oferta:

- ▶ Dinámicas para la identificación de tendencias y elaboración de informes de las tendencias.
- ▶ Asesoramiento acerca de la propiedad intelectual.

Formación y Mentoring

Demanda:

- ▶ Cursos de formación sobre el proceso de diseño industrial.

Contacto entre oferta y demanda

Oferta y Demanda:

- ▶ Detección de las necesidades de diseño en las empresas y puesta en contacto con la oferta.

Promoción y sensibilización

Oferta:

- ▶ Eventos, conferencias, exhibiciones, etc.
- ▶ Creación del Centro Nacional sobre el Diseño.
- ▶ Promoción internacional mediante la presencia en conferencias y exhibiciones.

Demanda:

- ▶ Servicio de acompañamiento en el desarrollo de un proyecto que requiera diseño.

Apoyo Financiero

Oferta:

- ▶ Ayuda económica en la instalación de una empresa en un espacio de oficinas concreto.
-



Alemania

Información y Asesoramiento

Oferta:

- ▶ Servicio de información sobre tendencias de diseño a raíz de las mejores prácticas.
- ▶ Asesoramiento sobre el apoyo financiero disponible.
- ▶ Biblioteca especializada.

Formación y Mentoring

Oferta:

- ▶ Mentoring entre jóvenes y profesionales experimentados del sector.

Demanda:

- ▶ Formación en diseño para pymes.

Contacto entre oferta y demanda

Oferta y demanda:

- ▶ Mesas redondas sobre el diseño con empresas demandantes.

Demanda:

- ▶ Puesta en contacto con proveedores de servicios de diseño.

Promoción y sensibilización

Oferta:

- ▶ Eventos, conferencias, exhibiciones, etc.
- ▶ Gran cantidad de centros regionales de promoción de diseño.

Apoyo Financiero

Oferta:

- ▶ Apoyo a la externalización del diseño.
 - ▶ Apoyo en la participación en eventos.
 - ▶ Financiación de proyectos a recién graduados en diseño.
-



Italia

Información y Asesoramiento

Oferta:

- ▶ Servicio integral de protección de la propiedad intelectual.

Contacto entre oferta y demanda

Oferta y demanda:

- ▶ Puesta en contacto entre jóvenes diseñadores y empresas del sector mobiliario.

Promoción y sensibilización

Oferta:

- ▶ Organizador del premio internacional de mayor prestigio en Europa.
 - ▶ Publicación anual sobre el mejor diseño industrial elaborado.
-





6.

Directorio de Diseñadores

6. Directorio de diseñadores

Nombre

ABAD AGUIRRE, Iker

Empresa

ABAD DISEÑO Y ARQUITECTURA

Dirección

Andikoetxe, 3 bajo - 48993 Algorta-Getxo (Bizkaia)

E-mail

estudio@abaddiseno.com

Web

www.abaddiseno.com

Telf.

944 911 079

Fax

944 911 079

Nombre

ABAD AGUIRRE, Jon

Empresa

ABAD DISEÑO Y ARQUITECTURA

Dirección

Andikoetxe, 3 bajo - 48993 Algorta-Getxo (Bizkaia)

E-mail

estudio@abaddiseno.com

Web

www.abaddiseno.com

Telf.

944 911 079

Fax

944 911 079

Nombre

ABAJO PÉREZ, Lucas

Empresa

MUKA DESIGN LAB

Dirección

Iparragirre, 41 - 6º Izda. 48011 Bilbao (Bizkaia)

E-mail

muka@mukalab.com

Web

www.mukalab.com

Telf.

946 110 883

Nombre

AGUERREA FUENTES, Benicio

Empresa

CIRCULARCOM

Dirección

Las Mercedes, 30 - 1º - 48930 Las Arenas-Getxo (Bizkaia)

E-mail

circularcom@circularcom.com

Web

www.circularcom.com

Telf.

944 630 570

Fax

944 630 570

Nombre

AGUIRRE RODILLA, José Ignacio

Empresa

KLAP LABORATORIO DE CREACIÓN INDUSTRIAL

Dirección

Sasikoa, 28 - 48200 Durango (Bizkaia)

E-mail

laboratorio@klap.es

Web

www.klap.es

Telf.

946 081 658

Nombre

ALONSO PASCUAL, Carlos

Empresa

ADN DESIGN

Dirección

Nervi6n, 3 - 4º Dcha. - 48001 Bilbao (Bizkaia)

E-mail

info@adndesign.es

Web

www.adndesign.es

Telf.

946 612 050

Fax

944 257 041

Nombre

ATORRASAGASTI URIZAR, Ainara

Empresa

DAKIT DESIGN

Dirección

Zumalakarregi, 2 - 1º B - 48200 Durango (Bizkaia)

E-mail

info@dakitdesign.com

Web

www.dakitdesign.com

Telf.

946 819 255

Nombre

CASTILLO GONZÁLEZ, Jaime

Empresa

ENAI DEN

Dirección

Altos Hornos de Vizcaya, 33 - 48902 Barakaldo (Bizkaia)

E-mail

info@enaiden.com

Web

www.enaiden.com

Telf.

944 375 427

Nombre

CUÑADO LANDA, Javier

Empresa**ITEM DESIGNWORKS****Dirección**

Mayor, 10 - 6º Dpto. 4 - 48930 Las Arenas-Getxo (Bizkaia)

E-mail

info@itemdesignworks.com

Web

www.itemdesignworks.com

Telf.

944 316 221

Fax

944 315 428

Nombre

EGUSQUIZA OROBIOGOICOCHEA, Juan Antonio

Empresa**TRES-D****Dirección**

Edif. Arteaga, Txorierrri Etorbidea, 9 - Of. 101 - 48160 Derio (Bizkaia)

E-mail

tres-d@tres-d.com

Web

www.tres-d.com

Telf.

944 540 244

Fax

944 540 208

Nombre

LAGO ARENAS, Marta

Empresa**MARTA LAGO ARENAS****Dirección**

Bilbao La Vieja, 6 - 48003 Bilbao (Bizkaia)

E-mail

marta.lagoa@gmail.com

Telf.

606 267 786

Nombre

MACHIMBARRENA GUERRICA-ECHEVARRÍA, Javier

Empresa**JAVIER MACHIMBARRENA INDUSTRIAL ART & DESIGN****Dirección**

Urquijo, 1 - 3º C - 48930 Las Arenas-Getxo (Bizkaia)

E-mail

javier@machimbarrenadesign.com

Web

www.machimbarrenadesign.com

Telf.

616 114 041

Nombre

MURUZABAL ELEZKANO, Eneko

Empresa**LONJAUS DESIGN****Dirección**

Hernani, 3 - 48003 Bilbao (Bizkaia)

E-mail

kaixo@lonjausdesign.com

Web

www.lonjausdesign.com

Telf.

946 549 023

Nombre

NAZABAL GAZTAÑAGA, Laxmi

Empresa**MUKA DESIGN LAB****Dirección**

Iparragirre, 41 - 6º Izda. 48011 Bilbao (Bizkaia)

E-mail

muka@mukalab.com

Web

www.mukalab.com

Telf.

946 110 883

Nombre

PEÑAGARIKANO RODRÍGUEZ, Jorge

Empresa**JP DESIGN****Dirección**

Berria Kalea, 5 - 1º - 48991 Getxo (Bizkaia)

E-mail

jorge@jotapedesign.com

Web

www.jotapedesign.com

Telf.

944 914 951

Nombre

ROQUERO, Ana

Empresa**BANKOOK****Dirección**

Berastegui 1, 4 dcha - Bilbao (Bizkaia)

E-mail

ana@bankook.es

Web

www.bankook.es

Telf.

944 248 773

Nombre

SÁDABA FERNÁNDEZ, Juan

Empresa**NOTONLY ARCHITECTS****Dirección**

Dos de Mayo, 9 Bajo 48003 Bilbao (Bizkaia)

E-mail

info@notonly.es

Web

www.notonly.es

Telf.

944 795 710

Nombre

SAN JOSÉ FRUTOS, Carlos

Empresa**ADN DESIGN****Dirección**

Nervión, 3 - 4º Dcha. - 48001 Bilbao (Bizkaia)

E-mail

info@adndesign.es

Web

www.adndesign.es

Telf.

946 612 050

Fax

944 257 041

Nombre

SÁNCHEZ ARNAL, Mado

Empresa**DIMADO DISEÑO****Dirección**

Pº Campo Volantín, 23 - 1º D - 48007 Bilbao (Bizkaia)

E-mail

dimado@dimado.com

Web

www.dimado.com

Telf.

647 810 867

Nombre

WEISS, Michael

Empresa**WEISS DESIGN****Dirección**

Baseliza, 34A 48903 Barakaldo (Bizkaia)

E-mail

info@weissdesign.com

Web

www.weissdesign.com

Telf.

944 970 641

Nombre

SANTACOLOMA, Jon

Empresa**IDEILAN DESIGN****Dirección**

Laga bidea. Edif. 804 Mod. 303 - 48160 Derio (Bizkaia)

E-mail

Jon.Santacoloma@ideilan.com

Web

www.ideilan.com

Telf.

946 573 562

Nombre

ZABALA IBÁÑEZ, Txabi

Empresa**TXB DISEÑO DE PRODUCTO****Dirección**

Lotería, 2 - 3º Centro - 48005 Bilbao (Bizkaia)

E-mail

info@txbdesign.com

Web

txabi@txbdesign.com

Telf.

944 157 829

Nombre

SAUVAGE CHATRIN, Brigitte

Empresa**ADN DESIGN****Dirección**

Nervión, 3 - 4º Dcha. - 48001 Bilbao (Bizkaia)

E-mail

info@adndesign.es

Web

www.adndesign.es

Telf.

946 612 050

Fax

944 257 041

Nombre

UGARTE ISASI, Lander

Empresa**DAKIT DESIGN****Dirección**

Zumalakarregi, 2 - 1º B - 48200 Drango (Bizkaia)

E-mail

info@dakitdesign.com

Web

www.dakitdesign.com

Telf.

946 819 255

Nombre

UNZAGA BARAÑANO, Josu

Empresa**TRES-D****Dirección**

Edif. Arteaga, Txorierrri Etorbidea, 9 - Of. 101 - 48160 Derio (Bizkaia)

E-mail

tres-d@tres-d.com

Web

tres-d@tres-d.com

Telf.

944 540 244

Fax

944 540 208