



COMUNICACIÓN

Título: Creación de oportunidades en Industrias Culturales y Creativas en la ciudad de Vitoria- Gasteiz.

Autores y e-mails de todos: Oleaga, Mercedes; mercedes.oleaga@orquestra.deusto.es
Vázquez, Rake; rvazquez@orquestra.deusto.es

Departamento: ORKESTRA- Instituto Vasco de Competitividad (Fundación Deusto)

Universidad: Universidad de Deusto

Área Temática: S04 – Industrias creativas: patrones de localización y generación de crecimiento.

Resumen: (*máximo 300 palabras*)

La ciudad es el marco más idóneo para el desarrollo de las industrias creativas (Cooke & Lazzeretti, 2008), las ciudades deben de conocer quiénes integran los sistemas de las ICC y sus diferentes desarrollos para orientar correctamente sus políticas.

Se ha llevado a cabo una investigación financiada por el Ayuntamiento de Vitoria con el objetivo de conocer las ICC en la ciudad y su posicionamiento como palanca de la competitividad de la industria.

Las hipótesis de esta investigación son:

H1. Vitoria cuenta con capacidades en ICC, centradas en diseño.

H2. Las ICC, y específicamente el diseño, cuenta con una fuerte relación con la industria, pudiendo ser palanca de este sector.

H3. Tomando decisiones políticas sectoriales desde la ciudad se puede contribuir de forma efectiva a la RIS3.

H1: Nos conduce a cuantificar las capacidades en ICC en Vitoria mediante Location Quotient determinando el grado de concentración de la actividad en la ciudad en relación a la CAPV y a su Territorio Histórico.

H2: Permite valorar la relación de las ICC de la CAPV con sectores industriales siguiendo el modelo *input-output* (Leontief, 1986) que proporcionan información detallada sobre las actividades realizadas dentro de un territorio económico.



H3: Se ha generado conocimiento sobre el sistema de diseño que permite enfatizar la complejidad y dinámica de la actividad del diseño, tomando en cuenta diversos agentes en interrelación (Raulik, 2009).

Se ha determinado que Vitoria se encuentra en la primera etapa de desarrollo de las ICC, favoreciendo el entorno para el desarrollo. A través del análisis de las tablas *input-output* se ha observado que las ICC y el sector diseño realizan una aportación de valor y son palanca del sector industrial. Es necesario y dar el salto hacia los estadios de fortalecimiento o diseminación del sector a través de políticas, programas o acciones.

Palabras clave: especialización, input-output, industrias culturales y creativas, competitividad.

Clasificación JEL: 15,18

Introducción

Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) suponen un ámbito de oportunidad para el desarrollo de actividades económicas en el ámbito urbano. Esta denominación, intenta recoger un fenómeno en boga en los últimos años gracias al académico Richard Florida, que no sólo habla de la existencia de una economía creativa en las ciudades sino que ha desarrollado la base teórica del mayor activo de la economía creativa, la referida al talento o lo que Florida denomina como ‘clase creativa’.

Por otro lado, las ICC desempeñan un papel importante en el fomento de la economía, la creación de empleo y la innovación y han sido identificados por la Comisión Europea como un sector de alto crecimiento que genera un valor añadido y una capacidad de recuperación del sector en tiempos de crisis económicas (22.1.2014, COM(2014) 14 final).

Los estudios de investigación a nivel mundial, europeo, nacional y regional (European Commission (2010 y 2011); Gassler H. et al. (2015); Bachinger, K. et al. (2013) han demostrado en los últimos años que el sector cultural y creativo cuenta con un gran tamaño en términos de número de empresas, valor agregado y empleo. Además, varios indicadores económicos muestran una mayor tasa de crecimiento de las ICC que de la economía promedio.

La ciudad parece ser el marco más idóneo para el desarrollo de las industrias creativas (Cooke & Lazzeretti, 2008), por ello las ciudades deben de conocer quienes integran los sistemas de las ICC y sus diferentes desarrollos para orientar correctamente sus políticas.

En este marco se ha llevado a cabo una investigación financiada por el Ayuntamiento de Vitoria- Gasteiz con el objetivo de ahondar en el conocimiento de las ICC en la ciudad y su posicionamiento como palanca de la competitividad de la industria de la ciudad. De esta manera, desde lo local, se realiza una contribución a los objetivos de la estrategia de especialización regional vasca dentro del área de especialización de las ICC.

Las hipótesis de esta investigación son las siguientes:

H1. Vitoria-Gasteiz cuenta con capacidades en ICC, pero principalmente se focalizan en el área de diseño.

H2. El sector de las ICC, y en concreto el del diseño, cuenta con una fuerte relación con la industria, pudiendo ser palanca de este sector.

H3. Tomando decisiones políticas sectoriales desde la ciudad se puede contribuir de forma efectiva a las estrategias regionales de especialización.

Metodología.

Especialización en Industrias Culturales y Creativas

Como punto de partida, la primera hipótesis nos conduce a cuantificar las capacidades en ICC en Vitoria-Gasteiz. Establecer un punto de referencia para medir a las industrias creativas es un dilema particularmente debido a la amplia gama de definiciones, desde lo conceptual hasta lo práctico.

Un gran número de modelos han sido presentados en los últimos años como medio para proveer un mejor entendimiento de las características estructurales de las ICC. Cada uno de estos modelos tiene un criterio particular dependiendo de las suposiciones subyacentes acerca del propósito y modo de operación de las industrias.

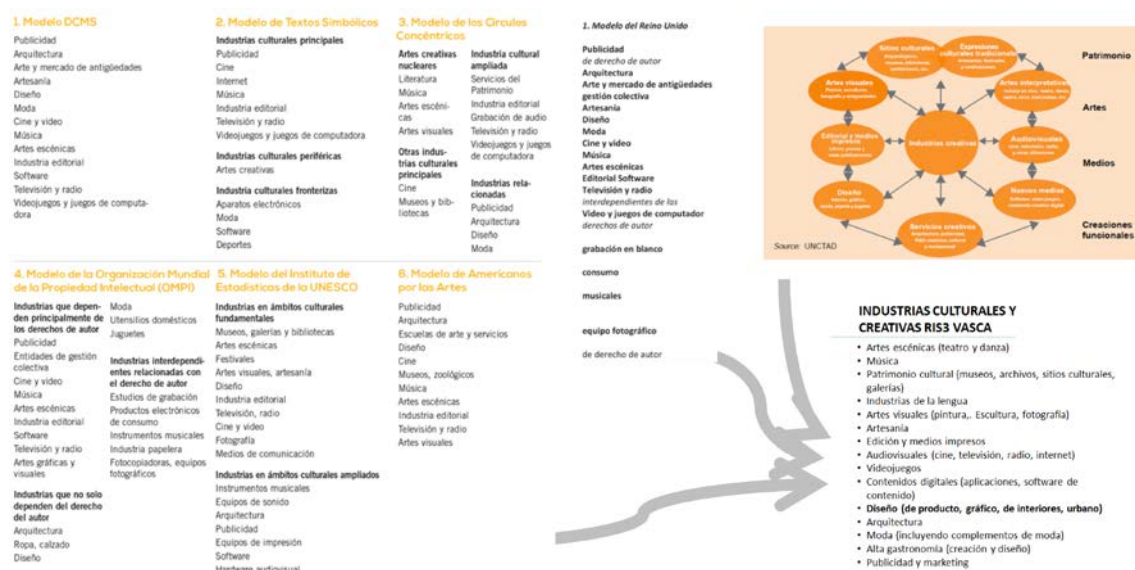
Para la UNESCO las industrias culturales y creativas son: *“Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”*.

Este enfoque pone énfasis no sólo en los productos propios de la creatividad humana que son reproducidos industrialmente, sino que da relevancia a la cadena productiva y a las funciones particulares que realiza cada sector para hacer llegar sus creaciones al público.

Revisando los diferentes modelos la categorización de las ICC en la RIS3 Vasca es similar a la UNCTAD (Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y desarrollo) en su mayor parte, aunque hay sectores como el de Industrias de la Lengua y la Alta Gastronomía que no constan en ninguna de las otras clasificaciones.

Se ha buscado cómo estas clasificaciones se relacionan con los códigos CNAE 2009 para en los siguientes pasos del proyecto hacer un tratamiento estadístico de las ICC en la ciudad de Vitoria- Gasteiz.

Ilustración 1 Diferentes categorizaciones de las ICC



Fuente: Elaboración propia en base Gobierno Vasco 2014, UNCTAD, RIS 3 Vasca-ICC

Como subraya el Informe de ICC en Euskadi del Gobierno Vasco (2014), sin poner en duda su potencial en términos económicos, esta industria presenta también una enorme complejidad que plantea diferentes tipos de dificultades entre los cuales encontramos las resistencias a entender las actividades cultural y creativa integradas en la lógica mercantil y lo extremadamente complicado que resulta la tarea de detección, identificación, estudio y evaluación de un sector débilmente articulado.

Además, cobra especial relevancia lo público, el ‘sin ánimo de lucro’ y la informalidad, los parámetros relacionados con los valores y la identidad cultural son más importantes que en el resto de sectores y la falta de redes para la innovación es otra de sus características. De todos modos, más allá de la actividad de grandes empresas e instituciones que siendo pocas aglutinan la oferta de bienes y servicios, el mercado derivado del contexto más local permite ver cómo uno de los factores de éxito estará en considerar las especificidades territoriales a la hora de actuar en materia de especialización.

Se ha establecido una correlación entre Categorías ICC de la RIS3 Vasca según la clasificación de la UNCTAD y Códigos CNAE, en un primer lugar para el conjunto ICC de la RIS3 Vasca, para posteriormente hacer una aglutinación que realmente cubriera el sector diseño en Vitoria- Gasteiz. En este caso el sector de Alta Gastronomía queda fuera ya que no ha sido posible realizar una asociación con un código CNAE.

Tabla 1 Agrupación ICC y CNAE para Vitoria- Gasteiz

Agrupación RIS3 ICC	Agrupación Ayuntamiento ICC	Código	Nombre CNAE 2009
Artes escénicas (teatro y danza)		9001	Artes escénicas
		9002	Actividades auxiliares a las artes escénicas
Música		5920	Actividades de grabación de sonido y edición musical
		1820	Reproducción de soportes grabados
Patrimonio cultural (museos, archivos, sitios culturales, galerías)		9102	Actividades de museos
		9103	Gestión de lugares y edificios históricos
		9104	Actividades de los jardines botánicos, parques zoológicos y reservas naturales
		9105	Actividades de bibliotecas
		9106	Actividades de archivos
Industrias de la lengua		7430	Actividades de traducción e interpretación
Artes visuales (pintura, escultura, fotografía)	Diseño (de producto, arquitectura, publicidad y marketing)	9003	Creación artística y literaria
		7420	Actividades de fotografía
Artesanía		2319	Fabricación y manipulado de otro vidrio, incluido el vidrio técnico
		2341	Fabricación de artículos cerámicos de uso doméstico y ornamental
		2349	Fabricación de otros productos cerámicos
Edición y medios impresos	Diseño (de producto, arquitectura, publicidad y marketing)	5811	Edición de libros
		5812	Edición de directorios y guías de direcciones postales
		5813	Edición de periódicos
		5814	Edición de revistas
		5819	Otras actividades editoriales
Audiovisuales (cine, televisión, radio, internet)		5912	Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo y de programas de televisión
		5914	Actividades de exhibición cinematográfica
		5915	Actividades de producción cinematográfica y de vídeo
		5916	Actividades de producciones de programas de televisión
		5917	Actividades de distribución cinematográfica y de vídeo
		5918	Actividades de distribución de programas de televisión
		6010	Actividades de radiodifusión
		6020	Actividades de programación y emisión de televisión
Videojuegos		6312	Portales web
		5821	Edición de videojuegos
Contenidos digitales (aplicaciones, software de contenido)		5829	Edición de otros programas informáticos
		6201	Actividades de programación informática
Diseño (de producto, gráfico, de interiores, urbano)		6202	Actividades de consultoría informática
		1811	Artes gráficas y servicios relacionados con las mismas
		1812	Otras actividades de impresión y artes gráficas
		1813	Servicios de preimpresión y preparación de soportes
		1814	Encuadernación y servicios relacionados con la misma
Arquitectura	Diseño (de producto, arquitectura, publicidad y marketing)	7410	Actividades de diseño especializado
Moda (incluyendo complementos de moda)		7111	Servicios técnicos de arquitectura
		1399	Fabricación de otros productos textiles n.c.o.p.
		1411	Confección de prendas de vestir de cuero
		1412	Confección de ropa de trabajo
		1413	Confección de otras prendas de vestir exteriores
		1414	Confección de ropa interior
		1419	Confección de otras prendas de vestir y accesorios
		1511	Preparación, curtido y acabado del cuero; preparación y teñido de pieles
		1512	Fabricación de artículos de marroquinería, viaje y de guarnicionería y talabartería
		1520	Fabricación de calzado
Alta gastronomía (creación y diseño)		3212	Fabricación de artículos de joyería y artículos similares
		3213	Fabricación de artículos de bisutería y artículos similares
Publicidad y marketing	Diseño (de producto, arquitectura, publicidad y marketing)	-	-
	Diseño (de producto, arquitectura, publicidad y marketing)	7311	Agencias de publicidad
		7312	Servicios de representación de medios de comunicación

Fuente: Elaboración propia

Para comprobar el grado de especialización en cada una de las actividades que componen las ICC, se han calculado los índices de especialización¹ de Vitoria-Gasteiz en base al número de establecimientos y personas físicas registradas en el Directorio de Actividades Económicas (DIRAE) del Instituto Vasco de Estadística (EUSTAT). Dada la relevancia de las personas físicas en las ICC, se han considerado todos los establecimientos (independientemente de la personalidad jurídica). Este análisis se complementa con un análisis de especialización en base al empleo.

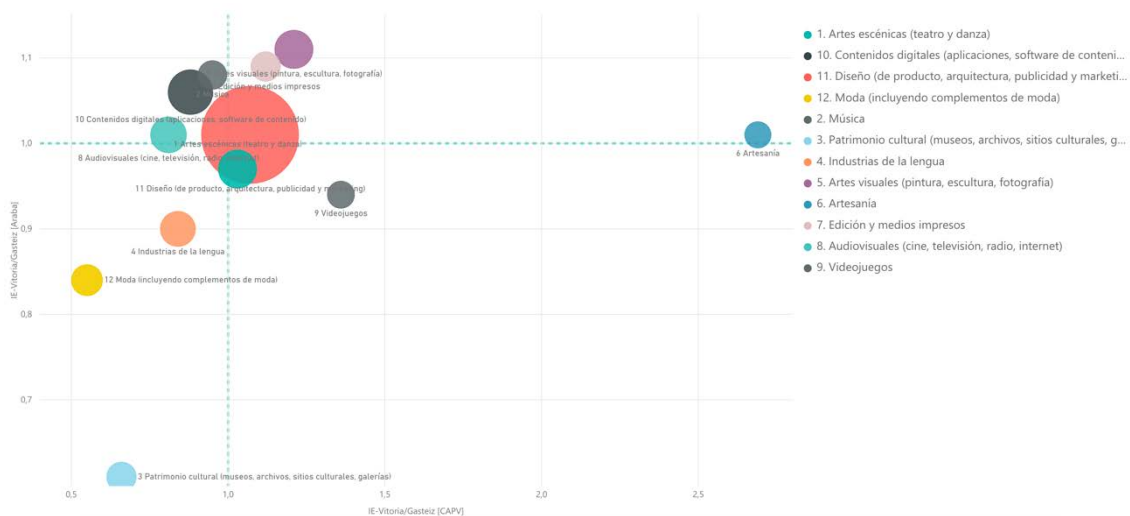
Para analizar el nivel de especialización se han utilizado *Location Quotient* (LQ) que permiten comparar el peso de establecimientos y empleo, determinando así el grado de concentración de la actividad en la ciudad de Vitoria-Gasteiz en relación a la CAPV y a su Territorio Histórico Araba.

En cuanto a la especialización de Vitoria- Gasteiz dentro de los subsectores de las ICC, en el Gráfico 1 se observa que cuenta con una especialización (1,21) en Artes Visuales; la especialización es tanto dentro del conjunto de la CAPV como para el territorio alavés. También está especializada en Diseño, subsector en el que además aglutina un gran número de establecimientos y personas físicas, la especialización (1,07) es mayor para el conjunto de la CAPV que para el territorio alavés (1,01). En cuanto al subsector de Edición de Medios Impresos, Vitoria- Gasteiz está especializada tanto en la CAPV como para el territorio. La ciudad además, está especializada, dentro del territorio de Álava en Música (1,08), Contenidos digitales (1,06); y Audiovisuales (1,01).

En el Gráfico 1 vemos además dos especializaciones muy potentes en Artesanía y Videojuegos, pero ambas se descartan por el escasísimo número de establecimientos y personas físicas.

¹ Cuando el Índice de Especialización cuenta con valores superiores a 1 indica que el territorio está especializado en ese sector porque su peso relativo es mayor que en la CAPV/UE28 o con quien se compare. Valores inferiores a 1 indican justamente lo contrario. La fórmula para su cálculo viene definida por la comparación del peso de los establecimientos o empleo del clúster en el territorio con el peso de los establecimientos o empleo del clúster en el territorio de comparación.

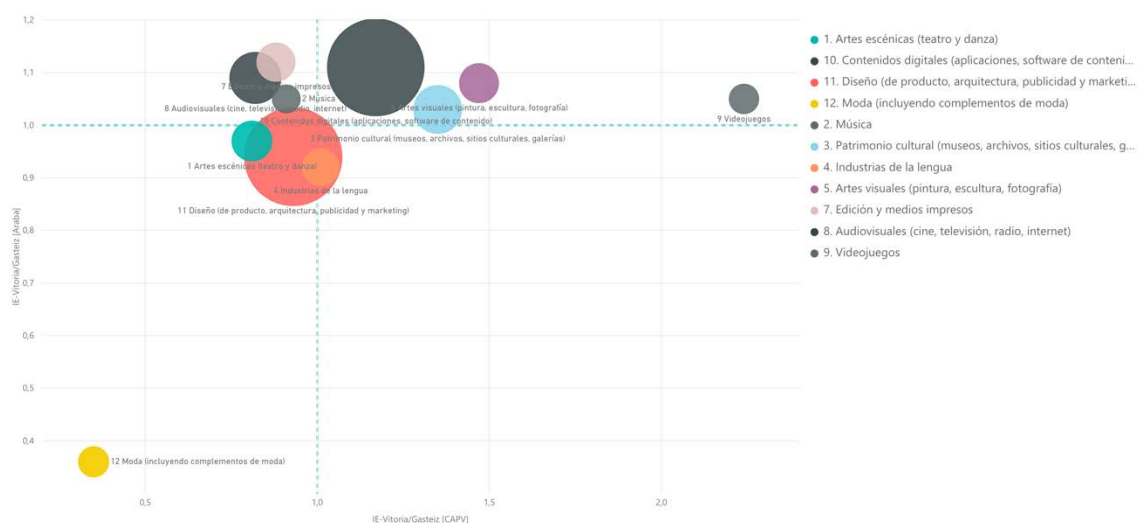
Gráfico 1 Índice de Especialización por establecimientos y personas físicas ICC de Vitoria- Gasteiz



Fuente: Elaboración propia a partir del DIRAE.

Si analizamos el índice de especialización de Vitoria- Gasteiz en base al empleo, Gráfico 2 la ciudad cuenta con una clara especialización en el sub-sector de las Artes visuales (1,47 para la CAPV y 1,08 respecto al territorio alavés); en Patrimonio Cultural (1,35 respecto a la CAPV y 1,03 en relación a Álava) y Contenidos digitales (1,17 para la CAPV); en el caso del Diseño, el valor es de 0,93 en relación al conjunto del territorio vasco y de 0,94 en relación a Álava, es decir, a las puertas de la especialización.

Gráfico 2 Índice de Especialización por empleo ICC de Vitoria- Gasteiz

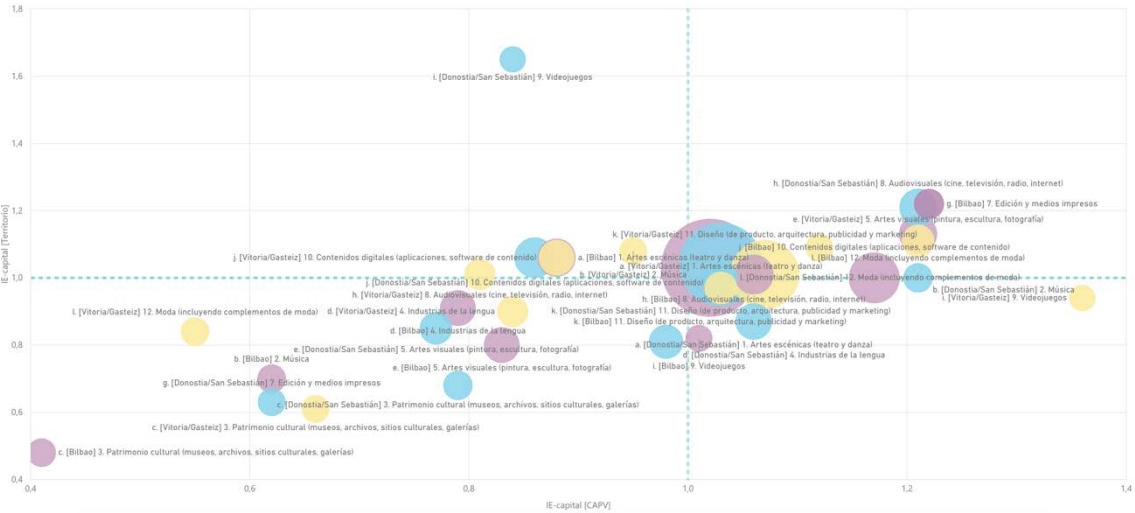


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

En el Gráfico 3 se representa la especialización ICC de las tres capitales vascas en base a los establecimientos y personas físicas. Las tres capitales están especializadas en

diseño tanto para la CAPV como para sus propios territorios, pero el nivel de especialización más alto respecto al conjunto de la CAPV se encuentra en Vitoria-Gasteiz (1,07), seguido de San Sebastián (1,03) y Bilbao (1,02).

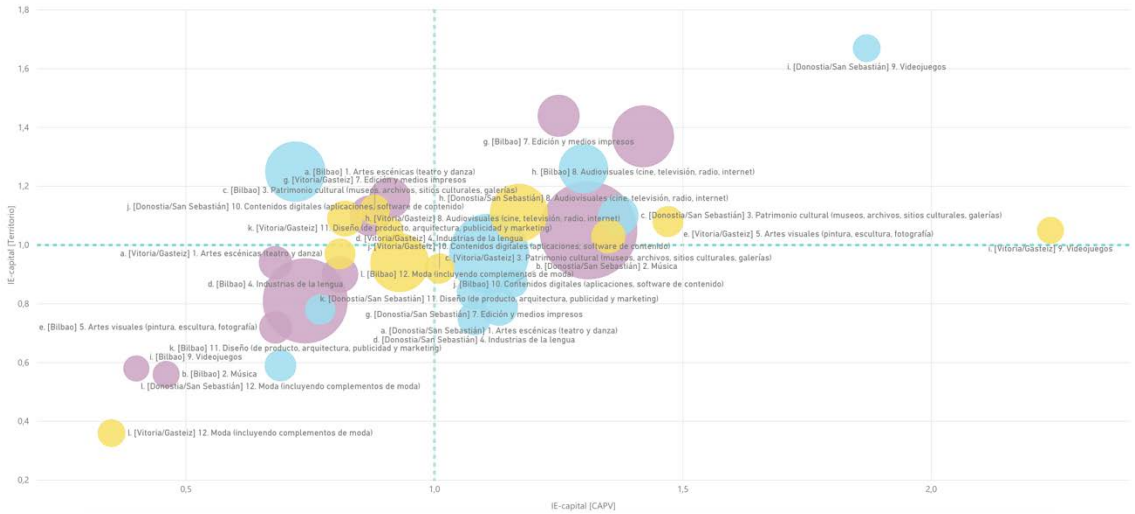
Gráfico 3 Índice de Especialización por establecimientos y personas físicas ICC de las tres capitales vascas



Fuente: Elaboración propia a partir del DIRAE.

Si realizamos la comparativa de las tres capitales vascas en relación a su especialización basada en el empleo, vemos en el Gráfico 4 que Bilbao presenta, principalmente, una especialización dentro de la CAPV en Audiovisuales (1,42); Contenidos Digitales (1,31) y Edición y medios impresos (1,25). En cuanto a San Sebastián, su principal especialización se da en los sub-sectores de Patrimonio Cultural (1,37); Audiovisuales (1,30), y Diseño (1,11).

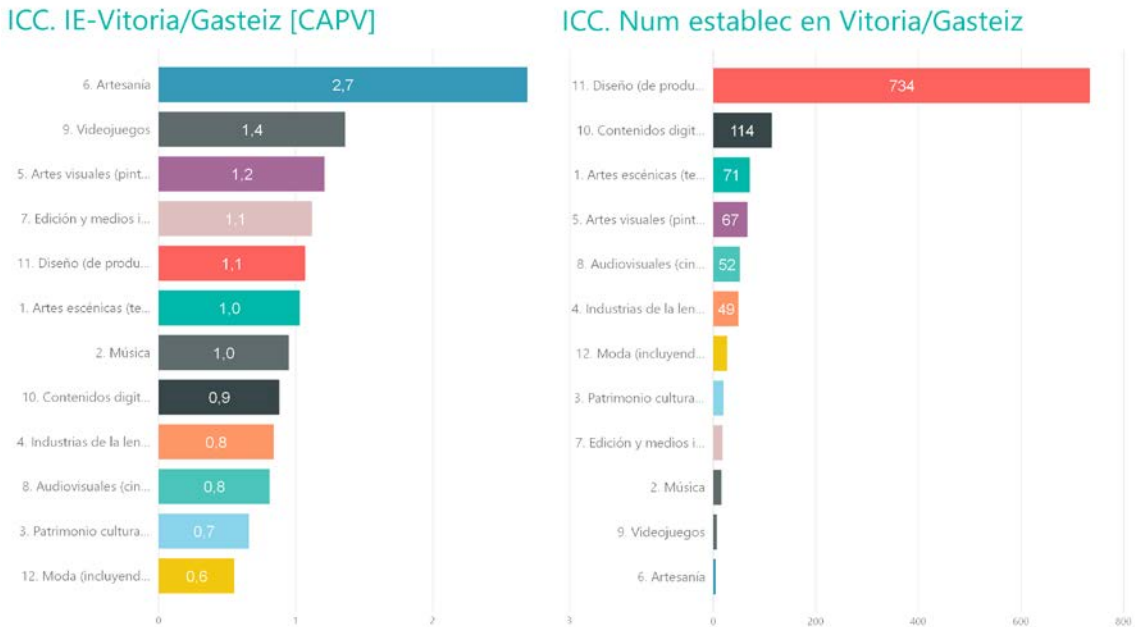
Gráfico 4 Índice de Especialización por empleo ICC de las tres capitales vascas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

Para concluir, el Gráfico 5 incluye a su vez dos gráficos en el que se puede observar el índice de especialización que presenta Vitoria-Gasteiz en los diferentes subsectores de las ICC así como el número de establecimientos y personas físicas por área.

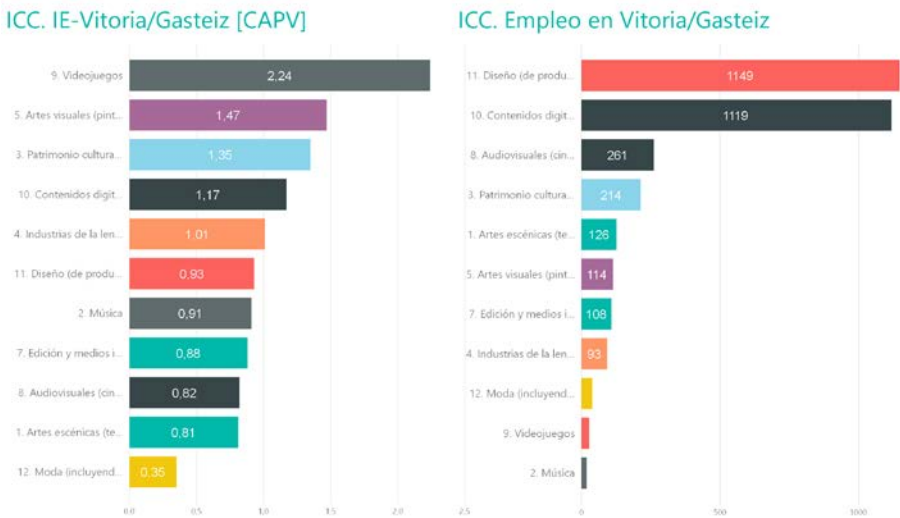
Gráfico 5 Índice de Especialización y Número de Establecimientos y Personas Físicas ICC en Vitoria- Gasteiz



Fuente: Elaboración propia a partir del DIRAE.

Como complemento, se incluyen también los gráficos en relación al índice de especialización en base al empleo que presenta Vitoria- Gasteiz en los diferentes subsectores de ICC, así como el número de personas empleadas (cuenta ajena y propia) en dichos sectores.

Gráfico 6 Índice de Especialización y Empleo ICC en Vitoria- Gasteiz



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

Industrias Culturales y creativas y su relación con otros sectores

La segunda hipótesis conduce a valorar la relación de las ICC de la CAPV con sectores industriales. Para ello, se realiza un análisis siguiendo el modelo *input-output* (Leontief, 1986) utilizando las tablas de entrada y salida que proporcionan información detallada sobre las actividades realizadas dentro de un territorio económico, tanto desde el punto de vista de la oferta, como desde el punto de vista de la demanda o destino final de producto.

El objetivo del análisis realizado ha sido aplicar algunas herramientas del análisis *input-output* para caracterizar las interdependencias sectoriales de la economía cultural y creativa vasca, es decir, se ha dibujado una cadena de valor.

Las Tablas Input-Output (I-O) de la C.A. de Euskadi constituyen una herramienta fundamental para la mejora del conocimiento de la actividad económica de Euskadi. Es decir, constituye un instrumento estadístico-contable en el que se representa la totalidad de las operaciones de producción y distribución que se han contabilizado en la economía de la C.A. de Euskadi.

Se ha diseñado una herramienta de inteligencia, a través de una visualización interactiva, basada en las tablas *input-output*, además de los datos de establecimientos y empleo, que permite adoptar un pensamiento analítico que representa un cambio en la toma de decisiones a la hora de analizar diferentes situaciones del entorno o contexto. Sirve como guía para definir una Estrategia, con el objetivo de incrementar la competitividad de un territorio a través de la explotación inteligente de los datos. En la visualización se representa el flujo de productos y ramas de actividad (consumidores y productores) que permite reflejar la conectividad intersectorial dentro de su proceso productivo.

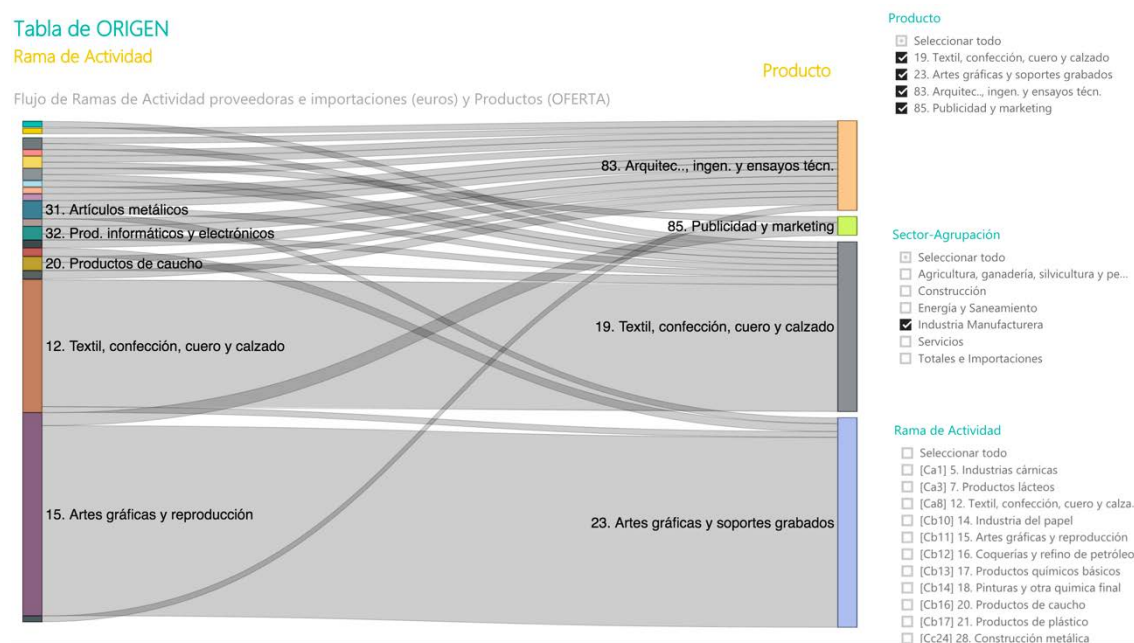
La Tabla de Destino, lo mismo que la de Origen, está conformada por 88 ramas de actividad, una por cada columna y tiene también 101 productos o grupos de productos en las otras tantas filas centrales de la Tabla. De esos 101 productos únicamente se han contemplado una desagregación del entramado de las ICC, es decir, el análisis que Orkestra ha realizado se ha basado en 8 productos y en el conjunto de productos o grupos de productos.

Los 8 productos son: (19) Textil, confección, cuero y calzado; (23) Artes gráficas; (74) Edición; (75) Servicios audiovisuales; (83) Arquitectura, ingeniería y ensayos técnicos; (85) Publicidad y Marketing); (97) Servicios artísticos y espectáculos, y por ultimo; (98) Servicios Culturales.

En primer lugar, la Tabla de Origen nos indica la rama de origen de los consumos intermedios efectuados así como el carácter local o importado de los mismos.

En el Gráfico 7 se visualiza que las ramas con mayor peso en la producción ICC de la CAPV se concentran en el sector de la industria manufacturera; principalmente en Artes gráficas y reproducción, con un volumen de 434M€, y en Textil, confección, cuero y calzado con un volumen de 274M€; seguido de ramas como los productos de Caucho, productos informáticos y electrónicos, Artículos metálicos; Productos de Plástico; Pinturas y otra química final.

Gráfico 7 Tabla de Origen, ICC para la CAPV



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

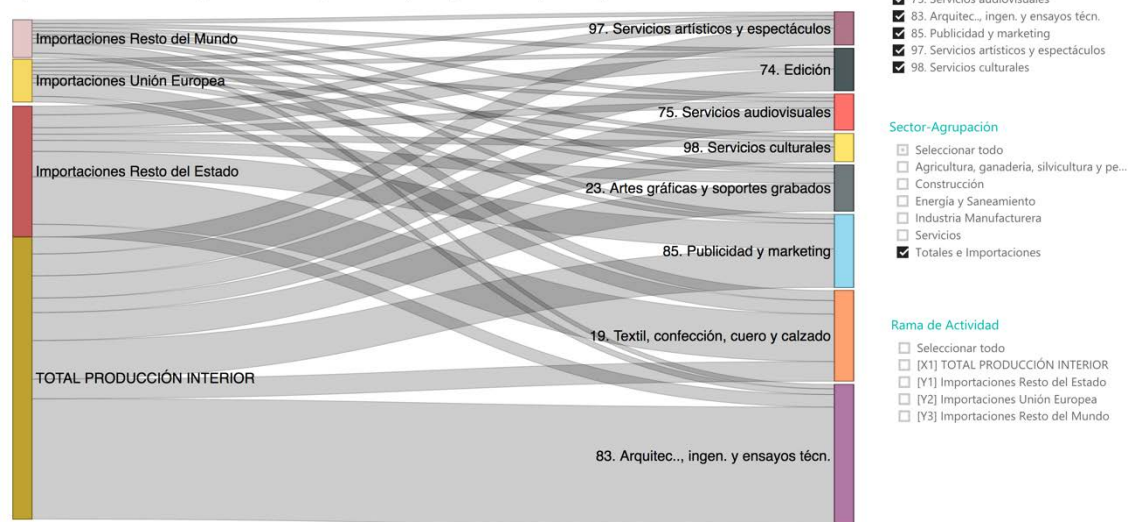
En cuanto al carácter local o importado de las ramas proveedoras de los productos ICC en la CAPV, se observa en el Gráfico 8 que las ramas con peso en la producción de las ICC en la CAPV se localizan fundamentalmente en la propia CAPV. Las importaciones de resto del Estado tienen también presencia, siendo las importaciones de la Unión Europea y las provenientes del resto del mundo muy parecidas en su escaso peso económico.

Gráfico 8 Tabla de Origen, carácter local o importador, ICC para la CAPV

Tabla de ORIGEN

Rama de Actividad

Flujo de Ramas de Actividad proveedoras e importaciones (euros) y Productos (OFERTA)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

En segundo lugar, la Tabla de Destino o demanda final, nos proporciona el consumo final así como la demanda intermedia y las exportaciones, indicándonos en todos los casos el origen local o importado de los bienes empleados.

En relación a la Tabla de Destino que se muestra en el Gráfico 9, analizaremos los productos ICC de la CAPV que presentan consumo por parte de la agrupación de ramas de actividad de Industria Manufacturera, por lo que se analizarán 6 productos, ya que el producto (97) Servicios artísticos y espectáculos únicamente cuenta con un consumo final por parte de la agrupación de ramas de actividad de Servicios y el producto (98) Servicios Culturales solo es consumido por la rama de actividad de Artes gráficas y reproducciones.

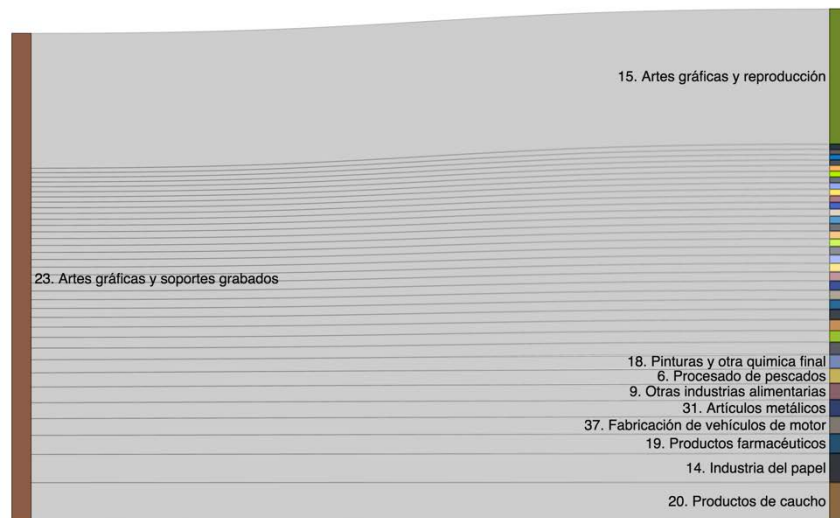
En cuanto al primer producto ICC Artes gráficas y soportes grabados (23), en la figura se observa que las ramas de actividad consumidoras en Euskadi son de muy diversa índole, como Productos de caucho, Industria del papel, Productos farmacéuticos y la fabricación de vehículos de motor.

Gráfico 9 Tabla de Destino, producto Artes gráficas y soportes grabados para la CAPV

Tabla de DESTINO

Producto

Flujo de Productos (DEMANDA) y Ramas de Actividad Consumidoras y Exportaciones (euros)



Producto

- ☐ Seleccionar todo
- ☐ 19. Textil, confección, cuero y calzado
- ☒ 23. Artes gráficas y soportes grabados
- ☐ 74. Edición
- ☐ 75. Servicios audiovisuales
- ☐ 83. Arquitect., ingen. y ensayos técn.
- ☐ 85. Publicidad y marketing
- ☐ 98. Servicios culturales

Sector-Agrupación

- ☐ Seleccionar todo
- ☐ Construcción
- ☐ Energía y Saneamiento
- ☒ Industria Manufacturera
- ☐ Servicios
- ☐ Totales y Exportaciones

Rama de Actividad

- ☐ Seleccionar todo
- ☐ [Ca1] 5. Industrias cárnicas
- ☐ [Ca2] 6. Procesado de pescados
- ☐ [Ca3] 7. Productos lácteos
- ☐ [Ca4] 8. Panadería y molinería
- ☐ [Ca5] 9. Otras industrias alimentarias
- ☐ [Ca6] 10. Bebidas
- ☐ [Ca8] 12. Textil, confección, cuero y calza...
- ☐ [Ca9] 13. Industria de la madera y del co...
- ☐ [Cb10] 14. Industria del papel
- ☐ [Cb11] 15. Artes gráficas y reproducción
- ☐ [Cb12] 16. Coquerías y refino de petróleo

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

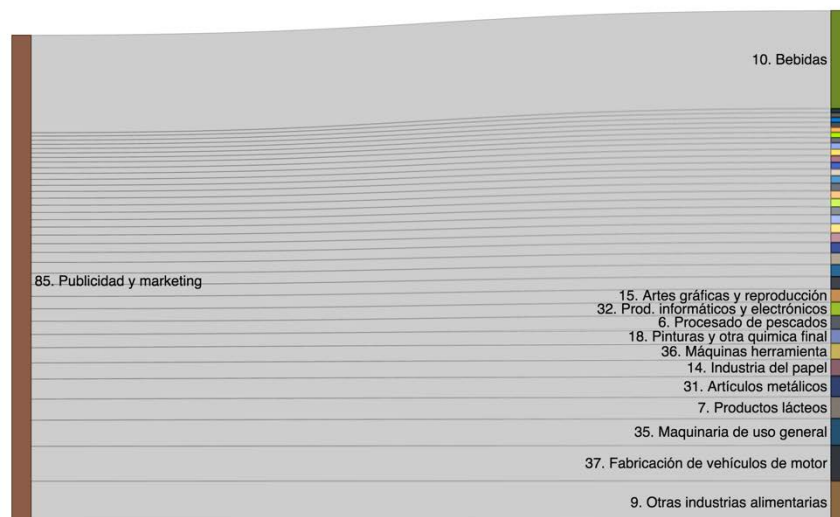
El producto ICC (85) Publicidad y Marketing que se muestra en el Gráfico 10 es consumido principalmente por ramas de actividad como Otras industrias alimentarias, Fabricación de vehículos de motor y Maquinaria de uso general.

Gráfico 10 Tabla de Destino, producto Publicidad y Marketing para la CAPV

Tabla de DESTINO

Producto

Flujo de Productos (DEMANDA) y Ramas de Actividad Consumidoras y Exportaciones (euros)



Producto

- ☐ Seleccionar todo
- ☐ 19. Textil, confección, cuero y calzado
- ☐ 23. Artes gráficas y soportes grabados
- ☐ 74. Edición
- ☐ 75. Servicios audiovisuales
- ☐ 83. Arquitect., ingen. y ensayos técn.
- ☒ 85. Publicidad y marketing
- ☐ 98. Servicios culturales

Sector-Agrupación

- ☐ Seleccionar todo
- ☐ Construcción
- ☐ Energía y Saneamiento
- ☒ Industria Manufacturera
- ☐ Servicios
- ☐ Totales y Exportaciones

Rama de Actividad

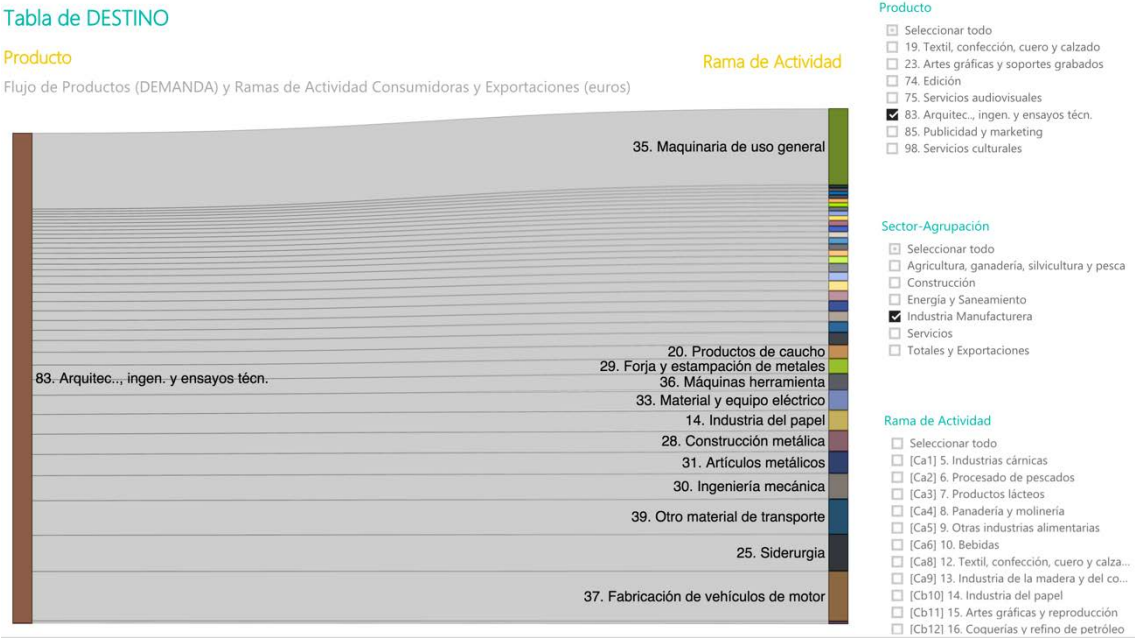
- ☐ Seleccionar todo
- ☐ [Ca1] 5. Industrias cárnicas
- ☐ [Ca2] 6. Procesado de pescados
- ☐ [Ca3] 7. Productos lácteos
- ☐ [Ca4] 8. Panadería y molinería
- ☐ [Ca5] 9. Otras industrias alimentarias
- ☐ [Ca6] 10. Bebidas
- ☐ [Ca8] 12. Textil, confección, cuero y calza...
- ☐ [Ca9] 13. Industria de la madera y del co...
- ☐ [Cb10] 14. Industria del papel
- ☐ [Cb11] 15. Artes gráficas y reproducción
- ☐ [Cb12] 16. Coquerías y refino de petróleo

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

En relación al producto (83) Arquitectura, ingeniería y ensayos técnicos que se muestra en el Gráfico 11, la lectura de su relación con la industria manufacturera es delicada, ya que los contenidos de este producto no son 100% de las ICC. Así, en el Gráfico 11 se

observa un sólido consumo dentro de la CAPV por parte de las ramas de actividad de Fabricación de vehículos de motor, Siderurgia, y Otro material de transporte.

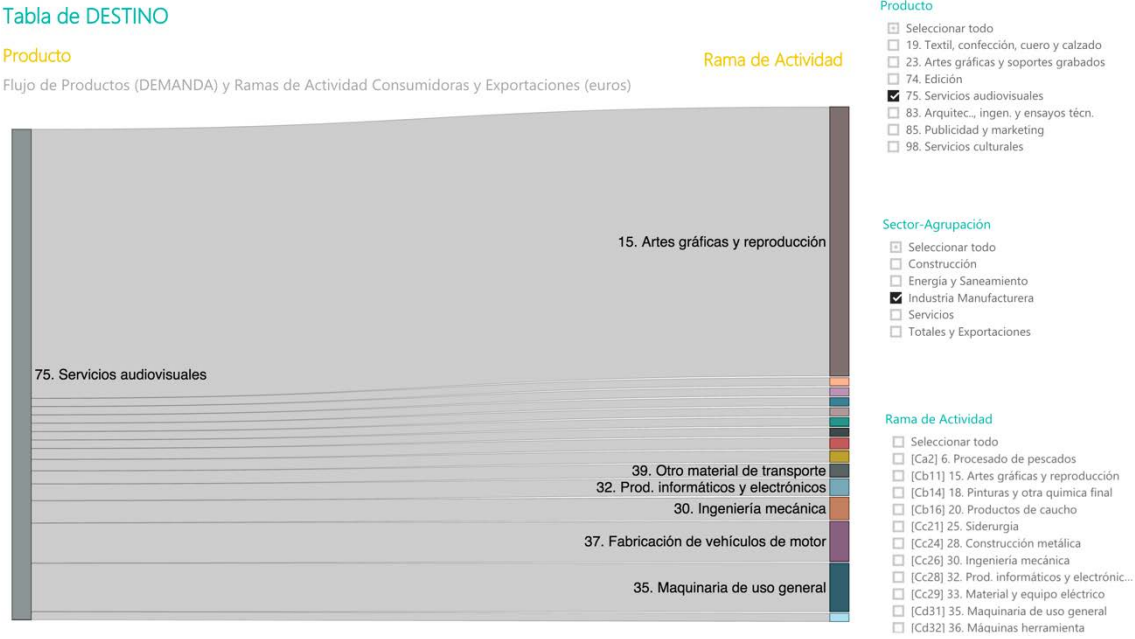
Gráfico 11 Tabla de Destino, producto Arquitectura, ingeniería y ensayos técnicos para la CAPV



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

En cuanto al producto (75) Servicios audiovisuales, se muestra en el Gráfico 12 que se consumen dentro de la CAPV por ramas de actividad como Fabricación de vehículos de motor, Maquinaria de uso general, e Ingeniería mecánica.

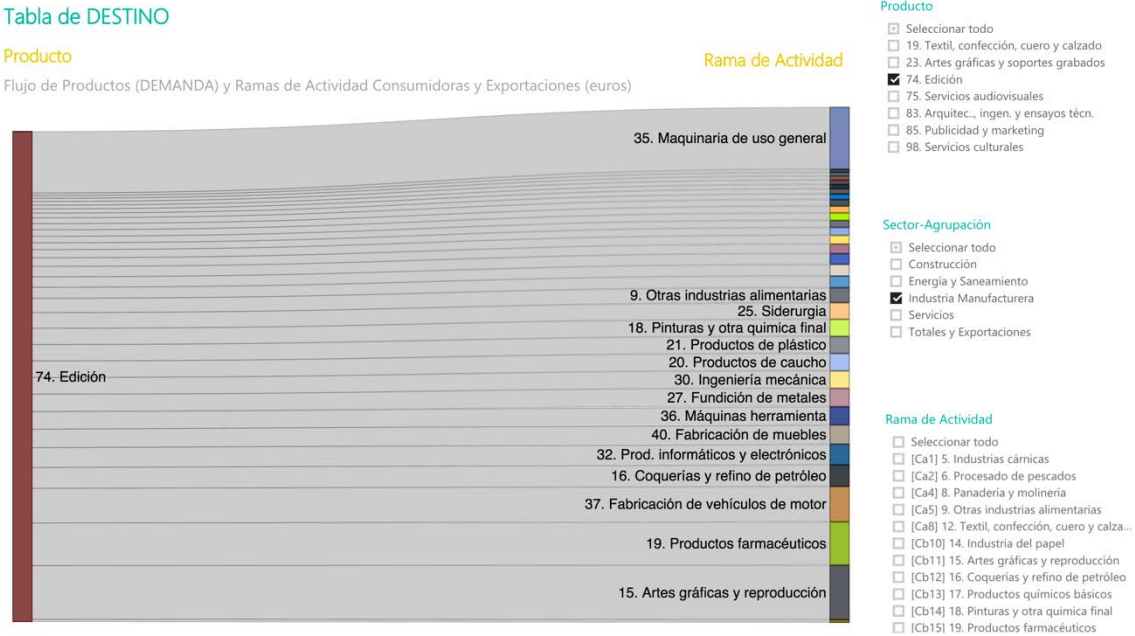
Gráfico 12 Tabla de Destino, producto Servicios Audiovisuales para la CAPV



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

Siguiendo con el producto (74) Edición, la ramas de actividad de consumos principales son las Artes gráficas y reproducción, Productos farmacéuticos o Fabricación de Vehículos de motor, tal y como se representa en el Gráfico 13.

Gráfico 13 Tabla de Destino, producto Edición para la CAPV



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

Para concluir este apartado, observamos el Gráfico 14 correspondiente al producto (19) Textil, confección cuero y calzado es sin duda el producto ICC que cuenta con consumo desde diversas ramas de actividad. Dentro de la CAPV el consumo se realiza por parte de ramas de actividad como Productos de caucho, Fundición de metales, Fabricación de vehículos de motor o Siderurgia.

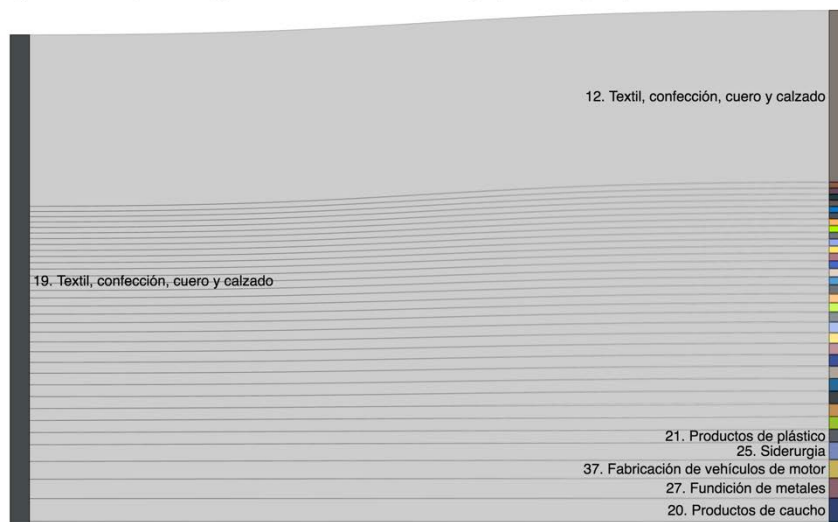
Gráfico 14 Tabla de Destino, producto Textil, confección, cuero y calzado para la CAPV

Tabla de DESTINO

Producto

Flujo de Productos (DEMANDA) y Ramas de Actividad Consumidoras y Exportaciones (euros)

Rama de Actividad



Producto

- ☐ Seleccionar todo
- ☒ 19. Textil, confección, cuero y calzado
- ☐ 23. Artes gráficas y soportes grabados
- ☐ 74. Edición
- ☐ 75. Servicios audiovisuales
- ☐ 83. Arquitect., ingen. y ensayos técn.
- ☐ 85. Publicidad y marketing
- ☐ 98. Servicios culturales

Sector-Agrupación

- ☐ Seleccionar todo
- ☐ Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
- ☐ Construcción
- ☐ Energía y Saneamiento
- ☒ Industria Manufacturera
- ☐ Servicios
- ☐ Totales y Exportaciones

Rama de Actividad

- ☐ Seleccionar todo
- ☐ [Ca1] 5. Industrias cárnicas
- ☐ [Ca2] 6. Procesado de pescados
- ☐ [Ca4] 8. Panadería y molinería
- ☐ [Ca5] 9. Otras industrias alimentarias
- ☐ [Ca6] 10. Bebidas
- ☐ [Ca8] 12. Textil, confección, cuero y calza...
- ☐ [Ca9] 13. Industria de la madera y del co...
- ☐ [Cb10] 14. Industria del papel
- ☐ [Cb11] 15. Artes gráficas y reproducción
- ☐ [Cb12] 16. Coquerías y refino de petróleo
- ☐ [Cb13] 17. Productos químicos básicos

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de EUSTAT.

Diseño en la ciudad de Vitoria- Gasteiz

A la hora de trabajar la tercera hipótesis, tras determinar que Vitoria-Gasteiz cuenta con una especialización clara en el sub- sector de diseño, y para que tanto posibles políticas y programas orientados al sector sean exitosos, debe de generarse conocimiento sobre el sistema de diseño. Este modelo estructural articula los componentes diferentes que interactúan para crear *outputs* de diseño. Más allá de un simple mapeo del sector, el sistema de diseño permite enfatizar la complejidad y dinámica de la actividad del diseño, ya que toma en cuenta diversos agentes en una red de interrelación (Raulik, 2009).

El diseño tiene su punto de inflexión en la década de los 90. Anteriormente el diseño se percibía como el proceso en el que se llevaban a cabo los aspectos estéticos relacionados con un producto o una marca y se asociaba a diseño gráfico, diseño de interiores y *packaging* de productos; o en todo caso se percibía el trabajo asociado al diseño industrial, que trabajaban conceptos ergonómicos y de uso.

En el comienzo de la década de los 90, un grupo de investigadores y *practitioners*, comenzaron a unir el diseño a la ventaja competitiva de una empresa (Kotler y Rath, 1984). Lo que ha sido llamado comúnmente “la estética competitiva” comenzó a verse por la dirección de las empresas como un factor de competitividad y no como un gasto.

A lo largo de los siguientes años se trabajó de forma sustancial esta idea, (Nussbaum, 1988, 1997; Peters, 1989; Oakley, 1990; Veryzer, 1995; Page y Herr, 2002; Borja de Mozota, 2002; y Hertenstein et al., 2005); y de forma gradual la estética y el diseño fueron reconocidos por su importancia estratégica y como fuente inequívoca de diferenciación (Montaña et al, 2007), y por ello una potente herramienta a través de la que conseguir una ventaja competitiva sostenible.

Como pre-requisito antes de ahondar en el sector diseño en la ciudad de Vitoria- Gasteiz y su relación con otros sectores, principalmente industriales, debemos definir qué es diseño.

Para ello tomamos como referencia una interesante compilación realizada en 2002 realizada por Michael E., Atwood, y W. McCain y que recogen definiciones realizadas por personas que trabajan en el sector diseño. En el caso de esta investigación, tendremos en cuanto aquellas definiciones que ofrecen alguna relevancia al mundo empresarial e industrial, teniendo en cuenta para ello la siguiente idea:

El diseño reviste una especial importancia y está reconocido como disciplina y actividad clave para llevar las ideas al mercado, transformándolas en productos atractivos y fáciles de usar. Si bien algunos países europeos son líderes mundiales del diseño, otros carecen de una estructura de diseño robusta y de recursos de diseño. Esta carencia sistemática, que ha pasado en gran medida desapercibida, debe ahora resolverse. (Unión por la innovación, Iniciativa emblemática de Europa 2020).

Al igual que en el caso de las ICC, para el sector diseño no se encuentra una clasificación económica universal, ya que la actividad del diseño se realiza, en diversos grados, en casi todos los sectores económicos. Por ellos y tal como se ha presentado con anterioridad se ha trabajado una clasificación de sectores (CNAE 2009) que describe el sector diseño en Vitoria- Gasteiz:

Tabla 2 Sector Diseño desglosado para Vitoria-Gasteiz

Agrupación ICC Diseño Ayuntamiento Vitoria- Gasteiz	SubAgrupación Diseño	Código	Nombre CNAE 2009
Diseño	Artes Gráficas	1811	Artes gráficas y servicios relacionados con las mismas
		1812	Otras actividades de impresión y artes gráficas
	Creación literaria, edición e impresión	1813	Servicios de preimpresión y preparación de soportes
		1814	Encuadernación y servicios relacionados con la misma
		9003	Creación artística y literaria
		5811	Edición de libros
	Actividades de diseño especializado	7410	Actividades de diseño especializado
	Servicios técnicos de arquitectura	7111	Servicios técnicos de arquitectura

Fuente: Elaboración propia.

Esta clasificación se ha realizado en base a los establecimientos y personas físicas que trabajan en el sector diseño, aplicándose sus trabajos a diferentes sectores económicos. La premisa que se maneja es que, tal y como indicaba Richard Farson en su libre *El poder del Diseño* (2008) “*en una gran escala, el diseño puede potencialmente contribuir a soluciones tanto a problemas sociales como económicos*”.

Las soluciones a problemas sociales se entiende como el diseño de políticas, pero ¿y las soluciones a problemas económicos? La hipótesis que se ha barajado en esta investigación es que el sector diseño en Vitoria- Gasteiz puede ejercer de palanca del sector industrial y empresarial.

Es difícil, por no decir imposible realizar una cuantificación en términos económicos del impacto del diseño en una firma o en una unidad territorial; sobre todo cuando es difícil separar la contribución precisa del diseño en el proceso integrado de desarrollo de un producto (North, 1990).

El sector diseño puede aportar una valiosa contribución estratégica en políticas tanto nacionales, como regionales y locales para estimular el crecimiento, permitiendo navegar de forma satisfactoria entre los cambios que nuestra sociedad y nuestra economía afrontan (Design Council 2017), como por ejemplo, la revolución digital, el desarrollo tecnológico y biológico o el fintech². Por ejemplo, el diseño es crítico para la explotación big- data o para la creación de nuevos productos y servicios en el aprendizaje de la mejor aplicación de la impresión 3D en el sector de la manufactura y salud.

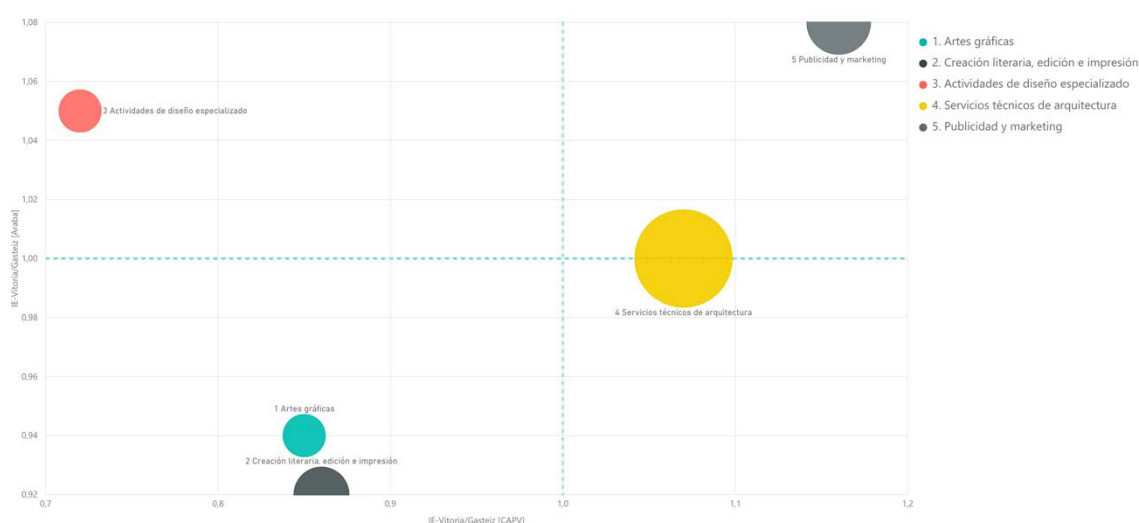
Por otro lado, el sector industria depende de la I+D+i para generar ideas que pueda dirigir su crecimiento. El diseño es un factor importante de crecimiento, y se debería impulsar su uso como trasladador de ideas líderes en el mercado y en nuevas oportunidades de mercado. Por ello, la estrategia industrial debe tratar de generar el entorno e incentivos que permita al diseño escalar las ideas en servicio y productos comercializables tanto en mercados locales como internacionales.

² Fintech (contracción de las palabras inglesas finance y technology) es un dominio de actividad en el cual las empresas utilizan las tecnologías de la información y la comunicación para crear y/u ofrecer servicios financieros de forma más eficaz y menos costosa.

La revista Harvard Business Review (Kolko, 2015) apunta que cada vez más personal directivo y líderes económicos están integrando el diseño en sus operaciones y gestión. Existe una creciente conciencia internacional sobre la necesidad de liderazgo en diseño entre el colectivo que toma las decisiones.

En cuanto a la especialización dentro de Diseño³, según se observa en el Gráfico 15, y para el conjunto del territorio alavés cuenta con una especialización en base a establecimientos el área de Diseño Especializado (1,05), no estando especializada para el conjunto de la CAPV. Para el conjunto de la CAPV, Vitoria- Gasteiz está especializada en Publicidad y Marketing (1,16). En el caso del área de Servicios Técnicos de Arquitectura, se observa una especialización, tanto para el territorio de Álava (1), como para el conjunto de la CAPV (1,07) y que además aglutina el mayor número de establecimientos y personas físicas.

Gráfico 15 Índice de Especialización por establecimientos de Vitoria- Gasteiz en Diseño



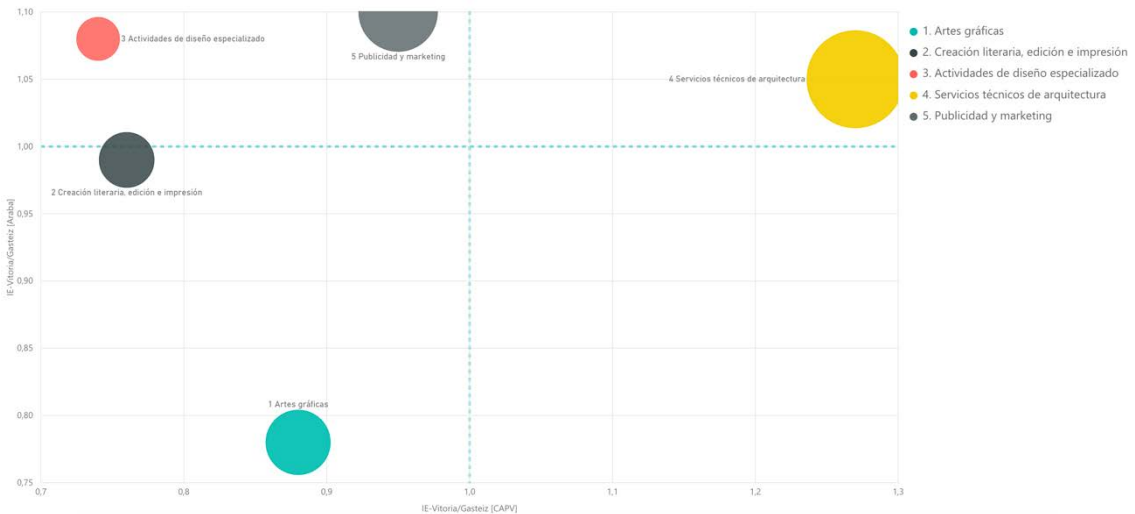
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DIRAE.

Analizando la especialización en base al empleo⁴, se observa en el Gráfico 16 que Vitoria- Gasteiz en relación a la CAPV únicamente está especializada en el subsector de Servicios Técnicos de Arquitectura (1,27). En relación al territorio de Álava, Vitoria- Gasteiz cuenta con una especialización (base el empleo) en Publicidad y Marketing (1,10); Actividades de Diseño especializado (1,08) y Servicios Técnicos de arquitectura (1,05).

³ Para realizar este análisis se ha utilizado la Herramienta Industrias Culturales y Creativas Vitoria/Gasteiz- Diseño realizada expresamente para esta investigación y accesible en <https://sites.google.com/orkestra.deusto.es/icc/>.

⁴ Para dos códigos CNAE (1814 y 7312) de la capital Vitoria- Gasteiz y Territorio, existe secreto estadístico y se omite ese dato en el sumatorio de la agrupación. Estos podrían impactar en las agrupaciones Creación literaria, edición e impresión, y Publicidad y marketing respectivamente.

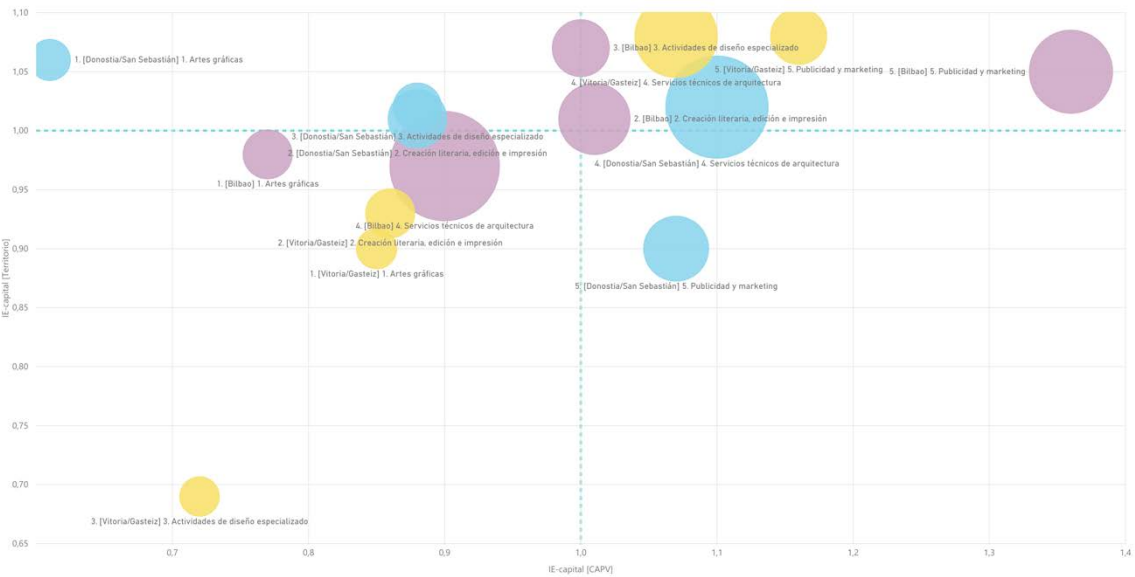
Gráfico 16 Índice de Especialización por empleo de Vitoria- Gasteiz en Diseño



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT.

Si realizamos una comparación de las tres capitales vascas, en el Gráfico 17 se detecta que Bilbao, dentro de la CAPV, cuenta con una especialización (base a los establecimientos) en Publicidad y Marketing (1,36); Gipuzkoa presenta una especialización dentro de la CAPV en Servicios Técnicos de Arquitectura (1,10), especialización compartida con Vitoria- Gasteiz. La ciudad de Vitoria- Gasteiz cuenta también con una especialización en Publicidad de Marketing (1,16), aun contando con un número de establecimientos y personas físicas sustancialmente menor que en el área de Servicios Técnicos de Arquitectura.

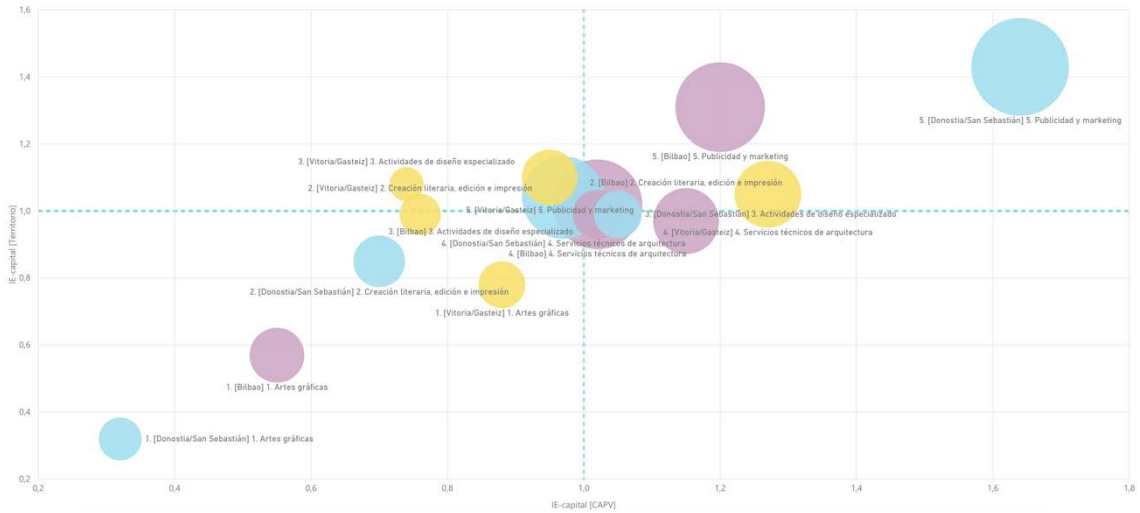
Gráfico 17 Índice de Especialización por establecimientos capitales vascas en Diseño



Fuente: Elaboración propia.

Siguiendo la misma lógica, en el Gráfico 18 se observa el índice de especialización, pero en este caso en relación al empleo. Así, Bilbao cuenta con un índice de especialización positivo para el conjunto de la CAPV en Publicidad y Marketing (1,20), Creación literaria, edición e impresión (1,15), Servicios técnicos de arquitectura (1,02) y Actividades de diseño especializado (1,02). Por otro lado, San Sebastián, en relación al empleo, presenta una especialización para la CAPV, en los subsectores de Publicidad y Marketing (1,64) y Actividades de diseño especializado (1,05).

Gráfico 18 Índice de Especialización por empleo capitales vascas en Diseño



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT.

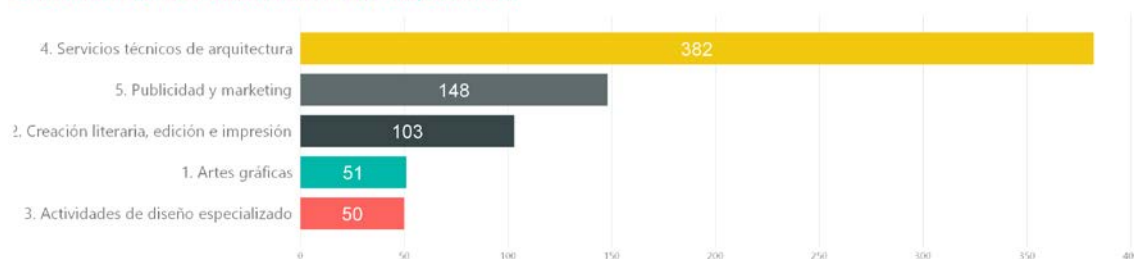
Para concluir, presentamos dos gráficos en los que se puede observar el índice de especialización (base establecimientos) que presenta Vitoria-Gasteiz en los diferentes sectores dentro de diseño así como el número de establecimientos y personas físicas por área.

Gráfico 19 Índice de Especialización y Número de Establecimientos y Personas Físicas en Vitoria- Gasteiz en Diseño

Diseño. IE-Vitoria/Gasteiz [CAPV]



Diseño. Num establec en Vitoria/Gasteiz



Fuente: Elaboración propia a partir del DIRAE.

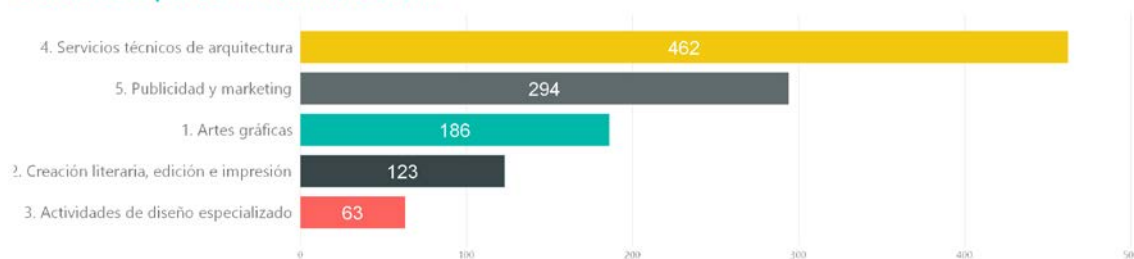
Completamos esta información con los índices de especialización, base empleo, que presenta Vitoria- Gasteiz en los diferentes sectores que conforman la actividad de diseño, así como el empleo total de cada sub-sector.

Gráfico 20 Índice de Especialización empleo y personas empleadas en Vitoria- Gasteiz en Diseño

Diseño. IE-Vitoria/Gasteiz [CAPV]



Diseño. Empleo en Vitoria/Gasteiz

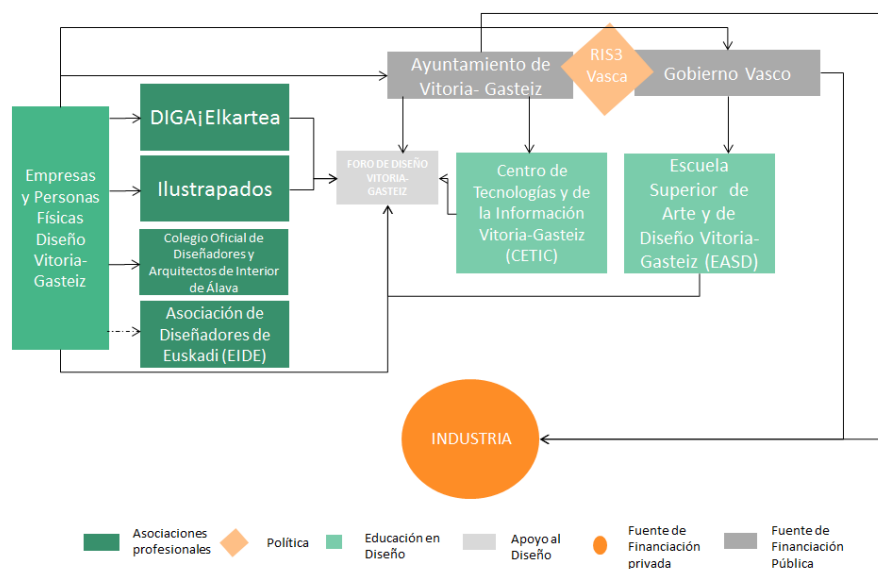


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT.

El sistema de diseño se articula según la literatura (Raulik- Murphy et al 2009) en cuatro componentes diferentes: promoción del diseño, apoyo al diseño, educación en diseño y políticas de diseño. A nuestro entender esta representación del diseño es excesivamente general y consideramos que la desarrollada por Whicher et al en 2012 aporta una mayor concreción y detalle además de la combinación de la literatura de sistemas de innovación con la de sistemas de diseño, permitiendo articular el sistema de diseño en nueve componentes divididos entre oferta y demanda.

La colaboración entre actores de las ICC y actores de otros sectores no es algo nuevo ya que se sobreentiende que existe una convergencia o confluencia natural. Sin embargo el grado de integración y de imbricación de cadenas de valor creativas con otros sectores no ha sido nunca tan alto (De Voldere et al, 2017). La complejidad incremental de los retos sociales y la rapidez de los avances tecnológicos tienen mucho que ver con este proceso de interacción. Se ha realizado un análisis a través de fuentes primarias y secundarias del sistema, en base a sus cuatro componentes principales: promoción del diseño, apoyo al diseño, educación en diseño y políticas de diseño.

Ilustración 2 Representación del sistema de Diseño de Vitoria-Gasteiz



Fuente: Elaboración propia.

Observando la figura anterior se percibe que el sistema de diseño en la ciudad de Vitoria no es particularmente robusto. Aunque sí cuenta, y tal y cómo se ha visto en el apartado anterior, con un fuerte especialización en el sector gracias a las empresas y personas físicas que trabajan en él; el sistema cuenta con una política muy general orientada al conjunto de las ICC por parte del gobierno regional.

El Asociacionismo está fraccionado, para el sector de artes gráficas en dos asociaciones DIGA! Elkartea e Ilustrapados, existiendo una participación mínima por parte de entidades de Vitoria en la Asociación de Diseñadores de Euskadi, asociación que cuenta con una mayor proyección y cercanía a la industria en general. Además, también cuenta con presencia en el territorio el Colegio Oficial de Diseñadores y Arquitectos de Interior de Álava.

Como fortaleza del sistema se detectan las entidades focalizadas en educación, por un lado la Escuela Superior de Arte y Diseño, un centro de Formación profesional consolidado y en conexión con las empresas de diseño y por otro lado el CETIC, que puede convertirse en una vía de formación más orientada a píldoras de educación sobre temas de interés, así cómo puede actuar como espacio de encuentro de las empresas del sector diseño con la industria vitoriana. La foto actual del sistema de diseño en Vitoria es la semilla para poder desarrollar diferentes actividades y políticas que ayuden a su robustez.

Conclusiones

Los resultados obtenidos de esta investigación y en referencia a la primera hipótesis se ha determinado que Vitoria-Gasteiz se encuentra en la primera etapa de desarrollo de las ICC, es decir, está creando precondiciones, favoreciendo el entorno para el desarrollo de las ICC. El análisis de especialización (base a establecimiento) de las actividades que componen las ICC arroja una clara especialización en el sector Diseño y en Artes Visuales en la ciudad.

En cuanto a la existencia de una relación entre las ICC, el sector diseño y la industria planteada en la segunda hipótesis de trabajo; a través del análisis de las tablas *input-output*, se ha definido la relación entre los sectores de las ICC como ramas productivas de la industria manufacturera de la CAPV, permitiendo asegurar la afirmación de que las ICC y el sector diseño realizan una aportación de valor y son palanca del sector industrial.

En relación a la tercera hipótesis, se ha llegado a un conocimiento de las ICC y de su principal sector de especialización, diseño determinándose habiéndose asentado el estadio de trabajar las precondiciones, es necesario y dar el salto hacia los estadios de fortalecimiento o diseminación del sector a través de políticas, programas o acciones

En este marco se ha realizado una propuesta de acciones que pueden contribuir al desarrollo de un entorno favorable: (1) Conectar para superar la fragmentación; (2) Apoyar al desarrollo y creación de capacidades del sector diseño; (3) Valorizar el sector entre la industria de la ciudad; y (4) Anclar el desarrollo del sector en instituciones reconocidas. Esto permitirá a la ciudad establecer una política orientada a las ICC alienándose con las acciones que a nivel regional y local se están llevando a cabo entorno a la RIS3 vasca.

Bibliografía

- Atwood, M E et al. (2002): *How Does the Design Community Think About Design?*, Universidad Drexel.
- Bachinger, K. et al. (2013): *Fifth study on creative industries in Austria. Focus: Creative industries as a regional factor. KMU Forschung.*
- Borja de Mozota, B., (2003): *Design Management, Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*, Allworth Press.
- Comisión Europea (2015): *Aplicación de un plan de acción para la innovación en materia de diseño. Documento de trabajo de los servicios de la Comisión.*
- De Voldere, I et al (2017): *Mapping the Creative Value Chains A study on the economy of culture in the digital age. Comisión Europea*
- Design Council (2017): *Design: delivering a new approach to growth. Design Council.*
- European Commission (2011): *European Competitiveness Report 2010. Publications Office of the European Union.*
- European Union (2012): *Policy handbook on How to strategically use the EU support programmes, including Structural Funds, to foster the potential of culture for local, regional and national development and the spill-over effects on the wider economy?.*
- Farson, R. (2008): *The Power of Design. Norcross, USA, Osterberg, Greenway Communications.*
- Gassler H. et al. (2015): *Sixth study on creative industries in Austria. Focus: Markets of creative industries. Vienna: Institut für Höhere Studien, KMU Forschung Austria, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung.*
- Gobierno Vasco (2014): *Industrias culturales y creativas en Euskadi. Presente y futuro.*

- Hertenstein, J. H et al. (2005): The impact of industrial design effectiveness on corporate financial performance, *Journal of Product Innovation Management*, vol. 22, no 1, 3-21.
- Kolko, J (2015): Design Thinking Comes of Age. *The Harvard Business Review* at <https://hbr.org/2015/09/design-thinking-comes-of-age>
- Kotler, P., Rath, G. A. (1984): Design— a powerful but neglected tool. *Journal of Business Strategy*, no 5, 25–30.
- Messier, PA (2013): *Towards a design policy for Quebec. Apollo Studio*
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD, 2016: 06): *Plan de Fomento de las Industrias Creativas y Culturales*.
- Montaña, J, et al (2007): Branding and design management: a brand design management model, *Journal of Marketing Management*, vol. 23, no 9/10, 829-840.
- Naciones Unidas (2016): *Creative economy outlook and country profiles: Trends in international trade in creative industries*.
- Naciones Unidas (2008): *Creative Economy. Report 2008*.
- Nussbaum, Bruce (1988): *Smart design, Business Week, April 11, 102-117*.
- Page, C; et Herr, PM (2002): An Investigation of the Processes by Which Product Design and Brand Strength Interact to Determine Initial Affect and Quality Judgments, *Journal of Consumer Psychology*, vol. 12, no. 2, 133-147.
- Peters, T. (1989): The design challenge, *Design Management Journal*, vol. 1, no 1, 3-7.
- Oakley, Mark. (1990): *Design and design management in Mark Oakley (ed.), Design Management: A Handbook of Issues and Methods (3-14)*
- Veryzer, Robert W., Jr. (1993). Aesthetic responses and the influence of design principles on product preferences. En L. McAllister & M. Rothschild (Eds.), *Advances in consumer Research*, Vol. 20, pp. 224–231
- Whicher et al (2012): *Research and practice in design and innovation policy in Europe. 2012 International Design Management Research Conference*