

La economía del  
diseño en la Comunitat  
Valenciana →

## **Créditos**

### **Edita**

Asociación de Diseñadores de  
la Comunitat Valenciana (ADCV)

### **Dirección estratégica**

Vicente Blasco  
Kike Correcher  
Ricardo Fibla  
Xavier Giner

### **Equipo coordinador**

Mayte Aparisi  
Rafael Armero  
María Navarro

### **Textos**

Mayte Aparisi  
Vicente Blasco  
Kike Correcher  
Ricardo Fibla  
Xavier Giner  
María Navarro

### **Investigación de campo**

GfK Emer Ad Hoc Research, S.L.

### **Diseño y maquetación**

Bueno. Good Brands

### **Financiado por**

Agència Valenciana  
de la Innovació  
(Generalitat Valenciana)

## Introducción ↻

### La economía del diseño en la Comunitat Valenciana

La Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana (ADCV) ha desarrollado este primer informe cuantitativo y cualitativo sobre la economía del diseño en la Comunitat Valenciana que cuenta con la financiación de la Agencia Valenciana de la Innovación. El objetivo del informe es entender qué agentes componen y cómo opera el diseño en nuestra Comunidad, y muy especialmente desentrañar la relación entre el sector del diseño y el conjunto de la economía y la sociedad en tanto que consumidores, usuarios o beneficiarios del diseño.

Para caracterizar el sector productor de diseño se ha evitado partir de una definición conceptual única de diseño y, en su lugar, se ha empleado una definición enumerativa que incluye las actividades siguientes: diseño industrial, de producto, *packaging* y etiquetado, gráfico, editorial, de fotografía, de ilustración, publicitario y de comunicación, audiovisual, digital, de aplicaciones informáticas y web, textil, de moda, de servicios, de interiores, de espacios, de alimentos, de eventos y experiencias, de procesos, de marca, *design management* y diseño estratégico.

En consecuencia, se han seleccionado aquellos epígrafes CNAE que corresponden con dichas actividades, incluyendo las que, siendo de carácter industrial, basan su actividad totalmente en el diseño. A este grupo se le ha denominado sectores netamente productores de diseño. En segundo lugar, se han identificado epígrafes CNAE que, si bien incluyen actividades de producción de diseño, engloban también en su definición actividades ajenas al mismo. Estos sectores han sido encuestados para obtener una estimación del porcentaje de su actividad que puede ser adscrita al sector productor de diseño, y han sido denominados sectores parcialmente productores de diseño.

A la hora de evaluar el uso del diseño en el conjunto de la economía valenciana, y dado que el objetivo era conocer el impacto del diseño dependiendo de la actividad, se ha recurrido a un cuestionario telefónico y se ha preguntado a los responsables de empresas pertenecientes a los principales epígrafes de actividad con peso específico en la Comunitat Valenciana. Esto ha permiti-

do cuantificar –a través de esta exhaustiva investigación primaria– el aporte económico y la trascendencia que el sector del diseño posee en la estructura productiva no primaria de nuestra Comunidad, así como su vinculación a los procesos innovadores de las empresas. Para su ejecución la ADCV ha contado con el trabajo de la consultora GfK a partir de una encuesta que se ha trasladado a 1.345 empresas valencianas.

La investigación cualitativa ha sido considerada en este informe de gran importancia siendo un complemento que permite interpretar mejor el resto de indicadores y fuentes de información. Por ello, para comprender las diferentes maneras en las que el diseño interviene en la empresa se ha empleado la metodología de estudios de caso y se han seleccionado treinta ejemplos de empresas, que abarcan un amplio abanico de áreas de actividad, ubicación geográfica y tamaños de negocio.

En la identificación de estos casos se ha evitado la limitación del estereotipo de excelencia en el uso del diseño, tan habitual en la literatura existente. Si bien en esta selección todos ellos pueden considerarse éxitos en mayor o menor grado, el diseño no siempre ocupa un rol central ni presenta la misma visibilidad, sin embargo, pueden arrojar luz acerca de las variadas funciones que cumple el diseño en la empresa, y los resultados que ofrece.

Por último, no debemos olvidar la trascendencia del sistema educativo en diseño, no solo por su papel estratégico fundamental, sino también por su peso como actividad económica. Por ello hemos elaborado un primer Mapa de la Formación Reglada en diseño de la Comunitat Valenciana, todavía incompleto en cuanto a datos cuantitativos, pero que esperamos pueda ir completándose en el futuro para ofrecer una visión más exacta del alcance de esta actividad.

Mediante la exhaustiva investigación primaria llevada a cabo por la consultora GfK entre más de un millar de empresas valencianas se ha cuantificado el aporte económico y la trascendencia que el sector del diseño posee en la estructura productiva de la Comunitat Valenciana. Del estudio se han extraído 15 conclusiones principales que presentamos a continuación.

## Conclusiones ↻

La economía del diseño en  
la Comunitat Valenciana

**1. El sector productor del diseño aporta 3.762 millones a la economía de la Comunitat Valenciana** → El peso del sector productor de diseño respecto de la economía productiva de los sectores no primarios de la Comunitat Valenciana es del 2,1% o lo que es lo mismo 3.762 millones de euros. A efectos de comparación de estas cifras, la industria química tiene un peso de 2,5% y el sector información y comunicaciones de 1,9%. Es decir, se trata de un sector relevante en la estructura productiva regional. Este dato se refiere a la facturación directa del sector productor. Es interesante añadir que si calculamos la cifra de negocio de las empresas que se posicionan en el nivel 3 y 4 de la Design Ladder, que podemos entender como «sectores intensivos» en el uso del diseño en la economía de la Comunitat Valenciana, esta sería del 12,1% del total.

**2. El diseño es más productivo que otros sectores económicos** → Las actividades de diseño especializado (CNAE 7410) son más productivas que otros sectores de la economía valenciana. La productividad de las empresas de este CNAE, según datos INE, supera los 84.000 euros/empleado, una cifra significativamente mayor que la que arrojan sectores como servicio, industria y comercio.

**3. El sector productor de diseño está compuesto mayoritariamente por empresas** → Los datos indican que en el sector netamente productor de diseño existe una elevada presencia de personas jurídicas. Al contrario de lo que se pudiera intuir, el diseño no es un sector de autónomos. El porcentaje de personas jurídicas dedicadas a actividades de diseño es similar al de la industria y muy superior al del sector terciario.

**4. Las empresas hacen un uso profesional del diseño** → En torno al 50% de las empresas encuestadas de sectores productivos no primarios ha incorporado el uso profesional del diseño a su dinámica empresarial. Este dato se calcula en base a dos variables, por un lado, el porcentaje de empresas usuarias que se posicionan en los niveles 2, 3 y 4 de la Design Ladder (52%), por otro, los que declaran haber invertido en diseño en los últimos dos años (49%). Basándonos en los 30 estudios de caso realizados se afirma que el uso profesional del dise-

ño está ampliamente establecido en todos ellos. La totalidad de las empresas entrevistadas tienen claro conocimiento de la utilidad del diseño para determinadas actividades empresariales y saben el modo de incorporarlo para hacer frente a su necesidad.

**5. El sector productor de diseño es altamente innovador** → El sector netamente productor de diseño muestra una gran actividad de innovación. Un 23,8% de sus empresas realiza todas las variantes de innovación (productos, procesos, organizativa y de marketing), cifra que se sitúa en un 17,3% en el sector industria y desciende a un 4,9% en el sector comercio y servicios.

**6. Correlación entre Design Ladder e innovación** → La probabilidad de innovación en procesos, productos y marketing es el doble en aquellas empresas ubicadas en niveles 3 y 4 de la Design Ladder que las que se encuentran en niveles 1 y 2. Esta conexión implica o bien que la cultura del diseño comparte la cultura de innovación, o bien que el propio uso del diseño en niveles intensivos produce innovación, o bien que cuando las empresas quieren innovar tienen que recurrir a usos muy intensivos del diseño.

**7. El diseño es una inversión** → Más del 70% de las empresas de los sectores productivos no primarios que han empleado recursos económicos en diseño considera que ha sido una inversión para obtener un beneficio, en lugar de un gasto. De ello se deduce que 3 de cada 4 empresas son capaces de identificar la rentabilidad del uso del diseño y que el diseño es una herramienta incorporada a la práctica empresarial. Sin embargo los estudios de caso revelan la dificultad de los empresarios para medir adecuadamente el retorno de la inversión en diseño.

**8. Utilización de todas las disciplinas del diseño** → En el conjunto de los estudios de caso encontramos al diseño en todas sus disciplinas. Lógicamente cada empresa emplea aquellas que le ayudan a solucionar sus necesidades. Este uso del diseño se realiza bien con diseñadores de plantilla, bien mediante la contratación de servicios externos especializados. Las principales inversiones en diseño realizadas por las empresas de los sectores productivos no primarios han sido en publicidad y comunicación, siguiendo muy de cerca la inversión en diseño digital (web y aplicaciones) y diseño editorial y carteles. No obstante, en el sector industrial, el diseño de producto está a la par con el resto de especialidades.

**9. Diversidad en la intensidad y usos del diseño** → Nuestro informe demuestra que el 76% de las empresas que se sitúan en los niveles bajos de la Design Ladder ha realizado alguna actividad relacionada con el diseño. Los estudios de caso nos han permitido extraer una serie de patrones de uso que ayudan a explicar esta relación de las empresas con la gestión del diseño.

**10. Estrecha relación entre diseño y éxito empresarial** → En general, las empresas de los sectores productivos no primarios establecidas en los niveles 3 y 4 de la Design Ladder tienen mejores expectativas económicas. Ello se evidencia en mayor medida en el caso concreto de las empresas del sector industrial donde el 71% de las que poseen una fuerte vinculación con el diseño son también las que tienen buenas expectativas, frente al 41% de aquellas con una vinculación escasa o nula con el diseño. Esta alta correlación es más clara en empresas de menos de 25 empleados, que representan el 96% en la Comunitat Valenciana. Los estudios de caso nos han permitido identificar esas mejores expectativas en áreas como: facturación, productividad, exportación, beneficio económico o apertura de nuevos mercados.

**11. El sector del diseño es poco exportador** → El sector netamente productor de diseño presenta un bajo nivel en exportación y su ámbito de actividad es, sobre todo, regional.

**12. Baja participación femenina en la producción de diseño** → Pese a que actualmente el 57% del alumnado matriculado en diseño es femenino, encontramos que en el CNAE 7410 solo un 33% de las personas contratadas son mujeres.

**13. Alto nivel formativo en los puestos de trabajo de diseño** → El sector netamente productor de diseño es más profesional y con mayor número de titulados contratados que en los sectores productivos no primarios. Por otro lado, en las empresas de dichos sectores los empleados en diseño doblan en titulación al resto de la plantilla.

**14. Los diseñadores están mal remunerados** → El salario medio de los diseñadores, a pesar de tratarse de un sector con elevado nivel formativo, es equivalente a la media de los salarios de la plantilla, tanto en el sector netamente productor de diseño como en los sectores productivos no primarios.

**15. Auge de la oferta de formación en diseño y del interés por el diseño** → La formación en diseño en la Comunitat Valenciana ha tenido un intenso crecimiento en los últimos ocho años tanto en oferta formativa —con casi un 60% de incremento— como en el número de alumnado matriculado —más de un 200%—. Los datos aportados por los centros formativos reflejan que en 2018 el 5,08% de los alumnos y alumnas matriculados en la Educación Superior de la Comunitat Valenciana estudia títulos relacionados con el diseño mientras que en 2010 esta cifra desciende al 1,53%. En conclusión, actualmente 5 de cada 100 estudiantes de la Comunitat Valenciana elige títulos vinculados a la formación en diseño.



Además de estas conclusiones, destacamos una serie de datos obtenidos de la investigación cualitativa a treinta empresas y que ha permitido una mejor interpretación de las diferentes maneras en las que el diseño interviene en una organización. La información ha sido obtenida mediante la realización de entrevistas en profundidad a los responsables de la toma de decisiones en materia de diseño de cada uno de los estudios de caso. Esta treintena de ejemplos ilustran el empleo del diseño independientemente de su ejemplaridad en este campo o de su relevancia en el conjunto de la economía valenciana

Cabe subrayar observaciones como que en el sector industrial hay dos cuestiones ampliamente generalizadas: el uso profesional del diseño y la convicción de que es una herramienta que puede contribuir a la productividad y a la competitividad. Otro punto destacable es que en la mayoría de las empresas entrevistadas el diseño se percibe como una riqueza invisible y omnipresente y de lo que, paradójicamente, no se tiene conciencia de la importancia que tiene, cuya explotación nos aporta riqueza, pero no cuantificada, y que en injusta consecuencia no parece requerir atención, ni merecer reconocimiento o prestigio alguno. Esta situación es la que queremos contribuir a revertir con esta investigación.

El estudio comparativo de 30 empresas de la Comunitat Valenciana y de cómo implementan el diseño nos ha impulsado a desarrollar dos nuevas herramientas de análisis que intentan completar la visión de la Design Ladder. La primera, la Brújula del Diseño (*Design Compass*), se centra en la motivación inicial para el uso del diseño y nos indica las cuatro maneras en que el diseño puede estar presente en las empresas. La segunda, Patrones de Utilidad, identifica siete patrones comunes de conductas y fenómenos recurrentes en las empresas que utilizan el diseño. Estas nuevas herramientas no cuestionan la Design Ladder, sino que se relacionan con ella y entre sí. Pueden verse como tres dimensiones que contribuyen a obtener una imagen rica y dinámica de la presencia del diseño en cualquier empresa.

Las empresas que conforman los 30 estudios de caso y cuya información detallada se puede consultar en el informe completo son: Spania GTA, Industrias Alegre, Industrias Saludes, ITC Packaging, Porcelanosa, Chie Mihara, Impresum, Actiu, Point, Expormim, LZF Lamps, Arkoslight, Tejidos Royo, Gandía Blasco, Marie Claire, La Marina de València, Bombas Gens, Consum, Ricard Camarena,

Baleària, Cárnicas Serrano, Quesería Tot de Poble, Dulcesol, Zeta Beer, Bodegas Enrique Mendoza, 565 MSNM, Ahumados Gimar, RNB, Zumex, ALE-HOP.

A la vista de las cifras sobre la dimensión de la formación basadas en los datos obtenidos de las titulaciones oficiales de diseño impartidas en la Comunitat Valenciana, en todos los niveles formativos del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES), tanto de centros públicos como privados, de formación tanto universitaria como de enseñanzas artísticas superiores destacamos que la cifra de negocio generada en títulos de diseño (importe total de ingresos por matrículas) asciende a algo más de siete millones de euros en 2018. Esto implica un aumento en los últimos ocho años de un 585,11%. Además, el incremento de la oferta de títulos respecto del 2010 roza el 60%.

También es llamativo el auge de demanda en la formación en las enseñanzas de diseño. De representar en 2010 al 1,53% del total de alumnado matriculado en la Educación Superior de la Comunitat Valenciana ha pasado a ser el 5,08% en 2018. En cuanto alumnado matriculado en 2018, respecto del 2010, se ha visto incrementado en más de un 200%. El 57% de estos estudiantes en diseño son mujeres.

Cabe resaltar que la formación en empresas de diseño para completar la capacitación de un diseñador se considera fundamental, como se refleja en los porcentajes de créditos de prácticas obligatorios (entre un 5% y 15%). Sin embargo, de los 82 títulos encuestados solo 26 declaran contar con bolsa de trabajo. Ello indica que los centros no cuentan con recursos específicos para gestionar dichas bolsas y por lo general se trata más bien de acciones voluntarias o puntuales.

## Herramientas ↻

Design Ladder (Escalera del Diseño)

Danish Design Centre



### Traducciones

---

1. *Non design* → *Design is not applied systematically*

---

2. *Design as form-giving* → *Design is used as finish, form-giving or styling in new products/services*

---

3. *Design as process* → *Design is an integrated element in development processes*

---

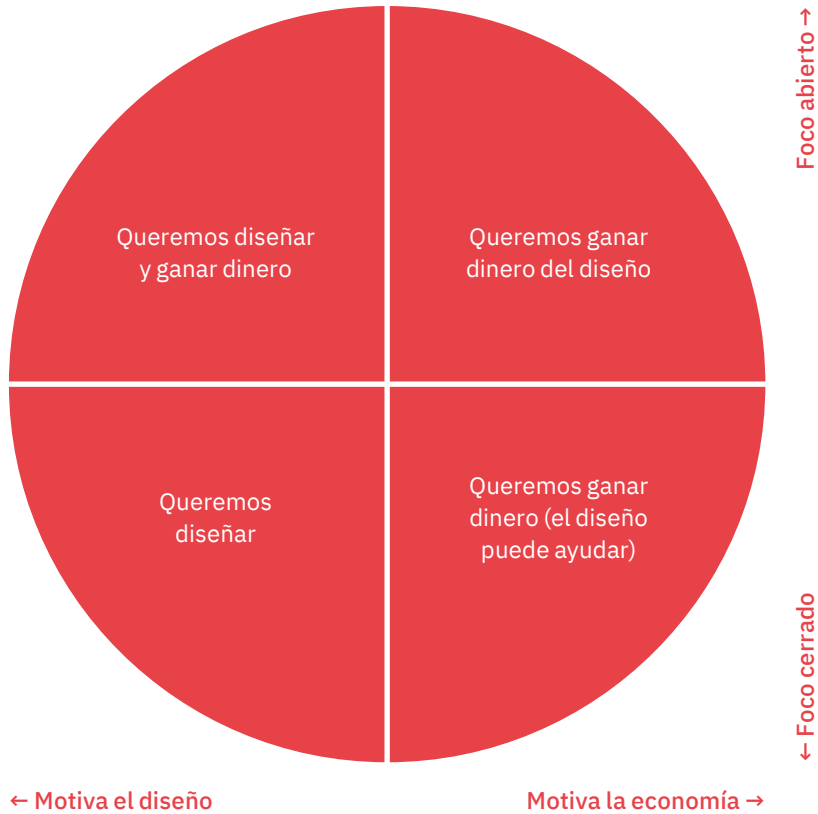
4. *Design as strategy* → *Design is key strategic element in our business model*

---

## Herramientas ↻

Brújula del Diseño (*Design Compass*)

Asociación de Diseñadores de  
la Comunitat Valenciana (ADCV)



### Traducciones

---

Queremos diseñar y ganar dinero → *We want to design and earn money*

---

Queremos ganar dinero del diseño → *We want to earn money from design*

---

Queremos diseñar → *We want to design*

---

Queremos ganar dinero (el diseño puede ayudar) → *We want to earn money (design may help)*

---

Motivados por diseño/economía → *Design/Economy driven*

---

Foco abierto/cerrado → *Wide/Narrow focused*

---

## Herramientas ↻

Los siete patrones de utilidad del diseño. Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana (ADCV)

---

**1. El diseño en búsqueda de la excelencia/El diseño como factor de excelencia** → El diseño aparece en la empresa de la mano de una búsqueda irrenunciable de la excelencia. Esta persecución de lo sublime en todos los aspectos de la organización hace del uso del diseño algo imprescindible.

---

**2. El diseño como solución a un problema** → El diseño aparece como solución a un problema existencial de la empresa. En su historia la empresa encuentra un muro que amenaza su subsistencia. Es paradigmático el caso de la desaparición o limitación de acceso a la materia prima tradicional. En casos como estos la empresa encuentra en el diseño la solución que permite la supervivencia y el progreso posterior.

---

**3. El diseño para el posicionamiento estratégico** → El diseño aparece y se utiliza como parte de la estrategia de posicionamiento de la empresa. El diseño ayuda a que el mundo vea a la empresa como esta quiere ser vista, y le facilita una posición de ventaja frente a la competencia.

---

**4. El diseño como factor de diferenciación** → El diseño aparece y se utiliza como parte de una estrategia de diferenciación. En ciertos casos, la producción tradicional, primaria o indiferenciada (textil, leche, aceite...) pasa de ser una *commodity* a un producto diferenciado y con valor añadido debido, en buena parte, a la aportación del diseño.

---

**5. El diseño aporta significado y estructura a la organización** → A lo largo de la historia de la organización, esta ha desarrollado capacidades, productos e imágenes aparentemente poco relacionados entre sí. El diseño es el vehículo que dota de un significado al conjunto.

---

**6. El diseño germen de la innovación** → La innovación, ya sea tecnológica, de materiales o de procesos, sigue al diseño. Es porque hay diseño en la organización que ésta necesita generar nuevas ideas y soluciones. El diseño es el motor de la innovación y arrastra al resto de actividades.

---

**7. El diseño como modelo a seguir** → Hay organizaciones que a través de sus diseños contagian a sus clientes y proveedores. Hay otras que han sido contagiadas, ya sea por esta vía como por otras (entorno familiar, cultural, etc.). Con el contagio se producen cambios significativos en la forma en que las organizaciones se comportan y se ven a sí mismas.

---

## Recomendaciones ↻

La economía del diseño en  
la Comunitat Valenciana

**Actualización de los sistemas de clasificación nacional de datos** → Es necesaria una revisión de los sistemas de clasificación de diferentes organismos públicos como son la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) y el Instituto Nacional de Estadística (INE) en relación al sector económico del diseño. El desglose actual de los epígrafes del Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), sin presencia de la mayoría de especialidades de diseño, y la dificultad de trabajar con la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO) puesto que en sus encuestas a empresas no incluyen ciertos parámetros decisivos, complica especialmente la medición del sector a través de fuentes oficiales. Es responsabilidad de la administración a través de la AEAT ofrecer una solución para las empresas que están dadas de alta en el CNAE 7410 (actividades de diseño especializado) y que sin embargo no encuentran correlación coherente de estas actividades con epígrafes de IAE. Actualmente no existe ningún epígrafe fiscal que haga referencia al diseño gráfico, de producto o nuevos medios, entre otros. En cuanto a la CNO se ha constatado que sus encuestas no reflejan la realidad del diseño. Cosa preocupante cuando esta clasificación es la que garantiza el tratamiento de la información estadística sobre ocupaciones en el ámbito nacional y su comparabilidad internacional y comunitaria, así como la medición del sector.

**Divulgación del CNAE 7410 como epígrafe del diseño** → Todos los agentes implicados en asegurar una correcta medición de la realidad empresarial deberían favorecer la adscripción de profesionales y empresas del diseño al epígrafe del CNAE 7410 (actividades de diseño especializado). La Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) se utiliza para identificar los sectores económicos con el objetivo de elaborar estadísticas. La medición económica de un sector es fundamental para ser reconocido en su magnitud y así lograr su incorporación, por ejemplo, en planes e iniciativas de apoyo público. Un sector dimensionado a la baja, es un sector de oportunidades públicas perdidas. Y esto, en parte, sucede en el diseño. Es necesaria una adecuada comunicación a través de campañas de concienciación dirigidas a los profesionales y empresas del diseño pero también a los gestores y consultores de

empresa sobre la necesaria inscripción para todo aquel que ejerza actividad de diseño especializado en el CNAE 7410. Entre otras cuestiones se debería de informar sobre la necesidad de hacer constar en las escrituras de constitución de las sociedades y en los acuerdos sociales el CNAE correspondientes. Y en caso de querer actualizar el dato se recomienda hacer la correspondiente gestión también en el Registro Mercantil. También es importante constatar que el sistema de datos estadísticos que ofrece el INE a través del CNAE no refleja todos los epígrafes de las diferentes actividades económicas en las que puede estar dada de alta una empresa. Las estadísticas solo se basan en la actividad principal declarada por la empresa, que es aquella que contribuye en mayor medida al valor añadido generado por ella. En el caso del diseño, encontramos una dificultad evidente. No fue hasta el año 2009 cuando se incorporó en el CNAE el epígrafe 7410. Con lo cual, se intuye que la mayoría de empresas de diseño constituidas anteriormente a ese año estaban (y seguirán) dadas de alta en un epígrafe de actividad económica principal diferente a la correspondiente a diseño especializado. Urge una actualización de todas estas empresas al CNAE 7410 como actividad principal.

**Mayor detalle en los datos estadísticos** → Cabe plantear como sugerencia un tratamiento de la información de las estadísticas oficiales en mayor detalle. Ya se ha comentado que el sistema de datos que ofrece el INE basado en el CNAE no refleja todos los epígrafes de las diferentes actividades económicas en las que puede estar dada de alta una empresa, tan solo utiliza para sus estadísticas la actividad principal declarada por la empresa. Sería interesante que desde esta entidad pública se valoraran dos opciones que pueden contribuir a una mayor clarificación y reflejo de la realidad económica. Por un lado, posibilitar la obtención de la información de todos los epígrafes a los que está adscrita una empresa, bien sea la actividad principal, o bien la secundaria. Por otro lado, facilitar la modificación del CNAE principal de una empresa si ésta así lo solicita.

**Fomento de las políticas de innovación a través del diseño para aumentar la productividad de las empresas** → Partiendo de los resultados de este informe de los que se extrae que a mayor uso del diseño existe mayor grado de innovación en la empresa y también mejores expectativas económicas se presume que el apoyo al diseño mediante planes de innovación a la empresa

generará mejoras productivas en el sector económico. Nuestra investigación refleja también la existencia de un amplio potencial de expansión en el uso profesional del diseño por parte de diferentes sectores económicos. En la medida en que esta realidad cale en el tejido empresarial valenciano cabe esperar una mayor orientación a incorporar el diseño como una herramienta normalizada en la gestión. Se requiere pues el apoyo de la administración pública para implantar iniciativas al fomento y conocimiento del uso del diseño a través de las políticas de innovación destinadas a los sectores industriales, de servicios y comercio. En este sentido ha habido un cierto avance, pero es necesario el establecimiento de más y nuevas líneas de vinculación entre el diseño y las empresas.

**Deducción de la innovación no tecnológica** → En España, la Agencia Tributaria ofrece a las empresas la deducción por actividades de investigación y desarrollo e innovación tecnológica en el Impuesto sobre Sociedades. En el artículo 35 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades se especifica con exactitud qué actividades tienen la consideración de investigación y desarrollo, y de innovación tecnológica. A pesar de que algunas actividades de diseño están presentes explícitamente en la redacción del artículo, incluyendo el diseño de procesos o sistemas de producción, el diseño del muestrario para el lanzamiento de nuevos productos, la materialización de los nuevos productos o procesos en un diseño o la creación de prototipos, dichas actividades están contempladas únicamente en el contexto de la innovación estrictamente tecnológica. Es urgente que en el texto de esta Ley del Impuesto sobre Sociedades, como en cualquier otra medida gubernamental de incentivo a la innovación, desaparezca el apellido tecnológica y se contemplen los cuatro tipos de innovación que define el Manual de Oslo: innovación en productos, en procesos, en marketing y organizacional. El diseño, en todas sus disciplinas, contribuye –como lo hace la tecnología– a los procesos de investigación, desarrollo e innovación. La aplicación de incentivos fiscales a las actividades de diseño tendría un impacto muy positivo en la mejora de la innovación y la competitividad de las empresas de nuestro país, y muy especialmente del tejido productivo valenciano.

**Mejora del sistema de enseñanza del diseño** → De la investigación realizada en el ámbito académico se detectan grandes oportunidades para mejorar la



formación en diseño. En primer lugar, se debe favorecer la vinculación entre el ámbito académico y el profesional. En este sentido, es imprescindible, por un lado, la participación efectiva de los diseñadores en ejercicio en la enseñanza de los futuros diseñadores. Por otro lado, que las administraciones relacionadas con la educación desarrollen los marcos legales que posibiliten las prácticas curriculares en empresas de todas las titulaciones regladas sobre diseño, velen por la obligatoriedad de la realización de estas prácticas externas y faciliten la participación profesional en los programas de formación reglada a través de su contratación para la impartición de cursos, seminarios o talleres. En segundo lugar, cabe instar a la creación de una plataforma de intercambio de información que impulse la movilidad de estudiantes y profesores, los intercambios, los proyectos de investigación y las oportunidades, tanto a nivel nacional como internacional. En tercer lugar, deberían promoverse modelos de acceso a la formación permanente de los profesionales mediante la participación de los centros de formación y los agentes sociales del diseño en la definición y puesta en marcha de planes de aprendizaje continuo para los diseñadores. Para llevar adelante esta recomendación es necesario recopilar, desarrollar y compartir nuevos formatos, metodologías y currículos para la enseñanza en diseño y la mejora de sus competencias.

## Y además se sugiere ↻

- La creación de un Observatorio del Diseño que se encargue de la continuidad de estudios sobre la medición de la economía del diseño, el desarrollo de políticas y estrategias públicas basadas en diseño, el fomento de investigaciones sobre formación y el asentamiento de las bases de un plan de acción del diseño valenciano.
- En futuros estudios sobre la economía del diseño basados en fuentes primarias se debería vincular el impacto del diseño con el posicionamiento de las empresas en la Design Ladder.
- Una relación más directa y un mayor intercambio de información entre las asociaciones del sector productor de diseño y los diferentes organismos públicos encargados de promover la internacionalización. Además de solicitar que los programas de apoyo a la internacionalización se planifiquen, para ser realmente efectivos, acorde a las demandas del sector, y no a la inversa.
- Promover investigaciones sobre la inserción profesional de los alumnos egresados para poder analizarlos resultados de la formación reglada. Ello excede el ámbito de posibilidad de los centros de enseñanza y debería ser, por tanto, labor de la administración u organismos independientes responsables de estudios de población.
- Modificar la traducción española «Dibujo o modelo comunitario» referente a la denominación «*Community design*» de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) por una más acorde a su significado original. Esta errónea interpretación del término inglés contribuye a la invisibilización del diseño y dificulta las opciones de mejora para que esta protección sea más acorde a las necesidades del sector.
- Los resultados del presente informe deben difundirse al conjunto del sector empresarial, especialmente al de la Comunitat Valenciana, a través de todos los canales disponibles. Uno de los principales objetivos de esta investigación ha sido contribuir al desarrollo de iniciativas que conlleven un aumento de la productividad en nuestra región. Cabe esperar que, si las empresas tienen acceso a la información contenida en el informe que establece el uso del diseño como factor de éxito empresarial, lo incorporarán en mayor grado a sus estrategias y, por tanto, aumentará el rendimiento sectorial.

## Más información

### **Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana (ADCV)**

María Navarro (Gerente ADCV)

[mnavarro@adcv.com](mailto:mnavarro@adcv.com)

[economyadisseny.com](http://economyadisseny.com)

963 510 028



GENERALITAT  
VALENCIANA



**AVI** AGÈNCIA VALENCIANA  
DE LA INNOVACIÓ

**ADCV**

Asociación de  
Diplomados  
de la Comunitat  
Valenciana