



**EED**

**Estudo da  
Economía  
do Deseño  
en Galicia**

**G**

## Índice



Preme en cada apartado para ir á páxina correspondente.  
Para regresar ao índice, preme en «índice» na esquina superior dereita de cada páxina.

### **1. Introdución**

### **2. Presentación**

- 2.1. Obxectivos
- 2.2. Metodoloxía
- 2.3. Conclusións xerais

### **3. Taxonomía do deseño**

### **4. A Investigación**

- 4.1. A economía galega
- 4.2. Enquisas e entrevistas a empresas de diferentes sectores
  - 4.2.1. Conclusións
  - 4.2.2. Resultado da enquisa
  - 4.2.3. Entrevistas. Perfís das empresas
- 4.3. Enquisas e entrevistas a profesionais do deseño
  - 4.3.1. Conclusións
  - 4.3.2. Resultado da enquisa
  - 4.3.3. Entrevistas. Perfís de profesionais

### **5. Retos e oportunidades**

### **6. Recomendacións**

### **7. Bibliografía**

### **Empresas e profesionais entrevistadas**

### **Anexo 1: Análise completa do impacto do sector deseño na economía galega**



**Grupo de traballo**

Antón García Seoane  
*Deseñador industrial en Rok Design*

Iago Novoa Pérez  
*Deseñador e arquitecto en 988*

Irene García Reyes  
*Deseñadora gráfica en ekinocio*

Kike Correcher González  
*Deseñador e director creativo en Filmac*

Laura Alonso Carracedo  
*Deseñadora gráfica*

Laurent Ogel  
*Deseñador estratéxico e de servizos  
en Praxis Inclusión Coop Galega SAL*

María Ramos Silva  
*Deseñadora gráfica e de tipografías*

Noelia Fernández Estévez  
*Deseñadora gráfica e dixital en Desoños*

Noemí Cortizas Martínez  
*Deseñadora de produto en Roctool e Ydemaker*

Olaia Rodríguez Ferrando  
*Deseñadora de produto dixital en Ancora*

Uqui Permui Martínez  
*Deseñadora gráfica en Uqui Cebra  
e profesora asociada de deseño na USC*

Xóse M. García Augusto  
*Deseñador gráfico e de produto en Piedrapapeltijera*

Yolanda Pena Boquete  
*Doutora en Economía e responsable da área científica de  
AYeconomics Research Centre*

Luis Madrid, Miguel Zorraquino, Marta Falcón, Nicola Cerantola,  
Mariano Ramírez, Mariano Sarmiento, Iliana María Moreno, Xénia Viladás,  
Toni Mañach, Teresa Jular, Anxo López, Vicente Gallega e Manuel del Río

**Deseño de gráfica e maquetación**

Novagarda (Iago Barreiro e Alberto Carballido)

**Tipografía:**

Isaac Sans de Marcos Dopico

**Estudo promovido por**

Xunta de Galicia. 2021

«Deseño, unha palabra que utilizamos todos os días na nosa empresa, aínda que non sabería dicir que é. Intuímos e supoño que o aplicamos, agora, dicir que é o deseño non é doado. Supoño que cada un dentro da empresa lle dará algún sentido, o seu valor pode ser a suma de todos eses ‘deseños’»

**Introdución /**

**1.**

O estudo do impacto e o retorno do deseño na economía galega busca analizar o potencial do deseño como motor de cambio e transformación. Incluso en situacións de crise como a que estamos a vivir, a innovación e o deseño son fundamentais para adaptarse e mellorar. A necesidade de sobrevivir aos cambios supón retos constantes que nos levan a redeseñar produtos, servizos e incluso as propias organizacións. Porque a realidade de hoxe é moi diferente á de outras épocas, onde os ciclos de cambio social e económicos son cada vez máis curtos.

O deseño está presente no conxunto das empresas e desenvólvese en todas as súas disciplinas, xa sexa con deseñadores no cadro de persoal ou mediante a contratación de servizos externos especializados. O deseño intervéñe e forma parte indispensable do proceso produtivo de moitas empresas e sectores, polo que o seu impacto económico require dunha investigación como a que se considera.

A aportación do deseño á economía galega vai moito máis aló da actividade económica que xera a rama de actividade na que están os profesionais con CNAE 7410, as denominadas actividades de deseño especializado, que non se corresponde co total do deseño producido polo propio sector dentro das industrias creativas. A isto hai que sumarlle o deseño producido nos sectores intensivos en deseño<sup>1</sup> fóra das industrias creativas, e o producido nos sectores activos en deseño<sup>2</sup>.

En definitiva, os efectos positivos do deseño sobre as empresas e as economías explican por que as autoridades comunitarias, nacionais, rexionais e locais levan traballando desde hai anos na aplicación de diferentes medidas e políticas dirixidas ao uso e o fomento do deseño como ferramenta de innovación, competitividade e crecemento económico a medio e longo prazo.

Dependendo de cada sector e actividade empresarial practícase ou contrátase deseño de produto, deseño de moda e téxtil, deseño de embalaxe e etiquetado, deseño gráfico de catálogos e publicacións, imaxe corporativa, deseño publicitario e de comunicación, deseño dixital de web e aplicacións, deseño audiovisual, deseño de interiores e de espazos comerciais, efémeros ou non, deseño de servizos, deseño de eventos e de experiencias, deseño estratéxico, deseño de modelo de negocio ou deseño de procesos, por citar algúns.

Esta diversidade de disciplinas do deseño xera unha multiplicación de impactos positivos nas variables económicas das empresas que o usan (facturación, produtividade, revalorización de activos, exportación, beneficio económico, beneficio social, beneficio ecolóxico, retorno sobre inversións, apertura de novos mercados), así como naquelas relacionadas coa imaxe e o vínculo coas persoas usuarias.

1 Sector ou empresa cuxa actividade principal ou unha das súas actividades principais é o deseño.

2 Sector ou empresa que utiliza ou integra o deseño de xeito notorio na súa organización.

Mais cada sector e cada empresa vive unha situación particular e, en moitos casos, por diferentes circunstancias ou dispoñibilidade de recursos, de forma consciente ou inconsciente, non sempre se aproveitan as posibilidades do deseño para o logro dos seus obxectivos; sendo ás veces intanxibles que non sempre teñen retorno a curto, senón a medio e longo prazo.

O deseño é unha disciplina transversal e ten que estar presente en todo tipo de sectores, como apoio loxístico e material no desenvolvemento propio das empresas; polo tanto, debe definirse como estratéxico na economía de Galicia. E debe ser considerado un investimento (un activo nos balances de situación) e non só un gasto reflectido na conta de resultados, podendo ser medido con ferramentas que consideran o RODI (*Return on design investment*).

En Dinamarca, as empresas que invisten en deseño crecen un 22% máis que as que non o fan, alcanzando un 40% naquelas empresas que invisten en deseño de forma sostida<sup>3</sup>. Segundo estudos do Design Council (Reino Unido), por cada libra investida en deseño, as empresas esperan un retorno da inversión de 20 libras na súa facturación, 4 libras no seu beneficio neto ou 5 libras a súa facturación en mercados exteriores<sup>4</sup>. O estudo realizado en 2018 pola Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana (ADCV), destaca que o 71% das empresas que teñen unha forte conexión co deseño teñen mellores expectativas en facturación, produtividade, exportación, beneficio económico ou abrindo novos mercados<sup>5</sup>. Todos estes estudos demostran que o deseño aporta valor á cifra de negocio e ao fortalecemento dos activos das empresas, e permítelles ser competitivas de forma sostible.

Cabe pensar que o deseño puidera ser considerado tamén un factor de innovación e, por conseguinte de crecemento, sendo incluso máis importante en canto á repercusión directa que ofrece ás empresas a curto e medio prazo. Para isto, é fundamental coñecer datos como o investimento que fan as empresas galegas en deseño a partir da súa facturación e resultados, o grao de contratación de deseño externo, a contratación de persoal especializado en deseño, se é a tempo completo ou parcial, e a repercusión do deseño na cifra de negocio e nos activos en función do investimento realizado, por citar algúns.

3 DDC, Danish Design Centre. 2018. *Design Delivers 2018: How design accelerates your business*. DDC; DI, Confederation of Danish Industry.

4 Design Council. 2018. *The Design Economy. The state of design in the UK*.

5 Vicente Blasco, Kike Correcher, Ricardo Fibla, Xavier Giner. 2018. *La Economía del Diseño en la Comunitat Valenciana*. Proxecto de investigación para definir, identificar, dimensionar o deseño e avaliar o seu uso nos principais sectores económicos.



«É difícil para min saber se o deseño é importante para a nosa empresa, non sei se somos conscientes do que significa, pero, mentres falamos, sen pretender dicir que utilizamos deseño, decátome de que a miúdo usamos a palabra»

**Presentación /**

**2.**

**Desde o 2018, partindo do Programa de Deseño para a Innovación, xurdiron diferentes proxectos e iniciativas lideradas pola administración autonómica dirixidas a empresas de nova creación e empresas consolidadas, onde innovación e deseño ían da man.**

**Neste punto, é importante identificar tendencias e dinámicas que se producen nas empresas en relación ao deseño e nas propias empresas e profesionais do deseño; e marcar futuras liñas de actuación para a mellora das relacións entre toda a actividade económica da comunidade galega, para que sexa máis competitiva e innovadora.**

**Hai moitos parámetros que inciden na importancia de aplicar o deseño nas empresas pero poucos estudos realizados ao respecto; de aí a importancia deste traballo para achegarse a unha realidade que, como veremos, sen deseño implicaría unha perda do PIB e as empresas non terían ferramentas eficaces para saír adiante, especialmente nun momento en que moitas están a deseñar ou redeseñar a súa estratexia.**

**«Consideramos que o deseño é transversal a todas as áreas. Con máis de 200 empregados na actualidade, hai 6 disciplinas nas que se presta especial atención: identidade corporativa, gráfica e publicidade, sinaléctica, deseño web e aplicacións, deseño de mobles e deseño de interiores»**

**Obxectivos /**

# 2.1

Esta investigación, a partires do traballo de campo cuantitativo e cualitativo realizado, pretende articular a verdadeira escala e valor do deseño, analizando o potencial que ten como motor de cambio e transformación na economía de Galicia. Non so inclúe a exploración dos prestatarios de servizos de deseño e o conxunto de deseñadoras e deseñadores que conforman o sector, senón tamén como interactúan nas empresas galegas, identificando cal é a demanda de deseño e valorando o uso e integración do deseño nas propias organizacións, en termos económicos e tamén en termos sociais e ecolóxicos.

### **Obxectivos específicos do estudo en empresas de diferentes sectores económicos:**

- Saber que consideración teñen do deseño as empresas galegas e o nivel de «uso» que se lle da á disciplina.
- Identificar o perfil dos e das profesionais do deseño integrados/as nas estruturas internas das empresas e aqueles e aquelas que se contratan de maneira externa.
- Saber se as empresas invisten en deseño de forma habitual, canto invisten, se calculan o retorno dese investimento e en que aspectos o aplican.
- Valorar que tipo de servizos asocian as empresas ao deseño segundo a taxonomía definida neste estudo, e ata que punto o deseño é considerado estratéxico. É dicir, en que nivel da *Design Ladder*<sup>6</sup> se atopan realmente estas empresas.

### **Obxectivos específicos do estudo en empresas e profesionais do deseño:**

- Coñecer a dimensión real do sector do deseño en Galicia, non tanto en relación a cantas persoas ou empresas se adican ao deseño en Galicia senón ás súas características específicas e as similitudes e diferenzas entre as distintas especialidades.
- Ter unha foto fixa da prestación de servizos de deseño en Galicia, sendo unha aproximación ao que podería ser a oferta de servizos especializados.
- Ofrecer datos cuantitativos que permitan establecer comparativas con estudos similares noutras comunidades autónomas e tamén definir un punto de partida para futuros estudos deste tipo en Galicia, que permitan coñecer a evolución do sector no tempo.
- Realizar unha análise comparativa entre profesionais por conta propia e allea como referencia para entender mellor as diferentes realidades e vías que existen á hora de exercer como profesional do deseño. Tamén identificar os sectores que máis integran o deseño na súa actividade empresarial a partir da demanda de servizos especializados.

6 A *Design Ladder* é unha ferramenta plantexada desde o Danish Design Center para ilustrar e clasificar o uso do deseño nas empresas.

**Metodoloxía /**

**2.2**



O estudo plantexa unha investigación con dobre vía de actuación: as empresas que forman parte dos diferentes sectores produtivos de Galicia, e os e as profesionais do deseño que traballan por conta propia ou allea na comunidade galega.

### Empresas dos diferentes sectores produtivos

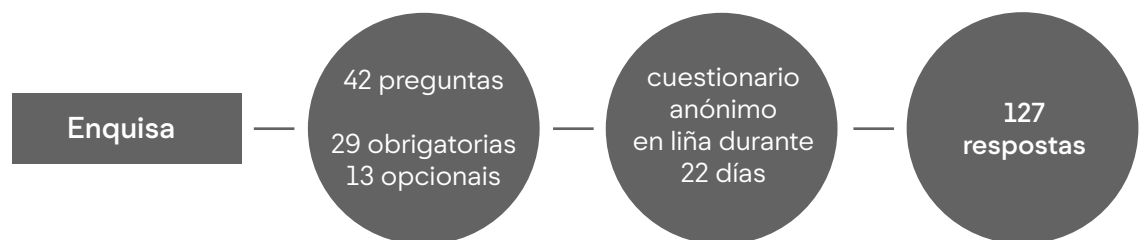
Neste primeiro grupo de actuación implicáronse ás empresas que forman parte dos 15 *clústeres* de Galicia, involucrados, de forma directa ou indirecta, nas diferentes iniciativas e programas relacionados coa innovación e o deseño, levados a cabo pola Axencia Galega de Innovación (GAIN), a Axencia Galega de Industriais Forestais (XERA) ou o Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE).

Traballouse ademais con empresas da rede de aceleradoras da Xunta de Galicia, coas empresas que participaron na primeira convocatoria do programa Re-Acciona do IGAPE para o deseño e lanzamento de produtos innovadores, e aquelas do programa Mentoring da Fundación Ronsel, apoiado pola Consellería de Economía, Emprego e Industria da Xunta de Galicia.

<b>Universo 1225 empresas Clústeres de Galicia*</b>		
Cluster Acuicultura Cluster Alimentario Cluster Audiovisual Cluster de Empresas de Automoción Cluster Tecnolóxico Empresarial das Ciencias da Vida	Cluster da Comunicación Cluster do Granito Cluster da Madeira e do Deseño Cluster Naval Cluster da Pizarra	Cluster Mar-Alimentario Cluster da Saúde Cluster Téxtil Cluster TIC Cluster Turismo
<b>Aceleradoras Xunta de Galicia</b>		
Vía Galicia / Agrobiotech Innovación / BFAuto / BFFood / BFAero		
<b>Empresas programa Reacciona 1ª convocatoria</b> <b>Empresas programa Mentoring Fundación Ronsel</b>		

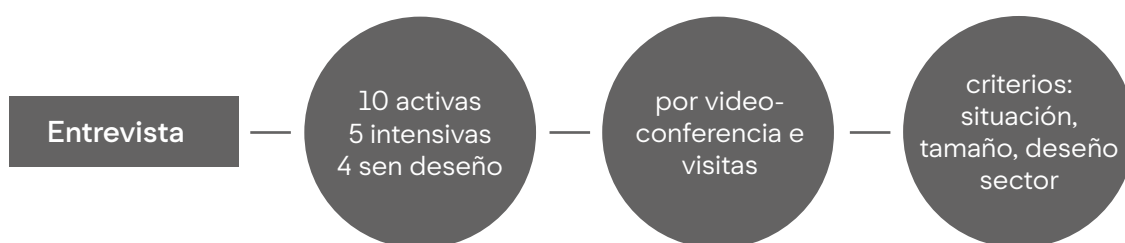
\*Excluíronse aquelas empresas asociadas a *clústeres* que non tiñan sede en Galicia, empresas que ofrecían servizos complementarios non ligados especificamente aos sectores produtivos en cuestión e outros organismos como asociacións e fundacións.

Deseñouse unha enquisa cun total de 42 preguntas (29 obrigatorias e 13 opcionais. O número total de preguntas podía variar en cada caso segundo as respostas), que pasou por unha fase de proba previa. A enquisa difundíuse, nun primeiro momento, a través dos *clústeres*, que actuaron de intermediarios co envío dun correo electrónico ás súas asociadas. Ademais, fíxose un seguemento telefónico e de contacto directo vía correo electrónico con todas as empresas para conseguir unha mostra representativa. As persoas enquisadas, representantes das empresas, facilitaron os seus datos de forma anónima a través dun cuestionario en liña. A recompilación de datos estivo aberta 22 días, do 30 de outubro ao 20 de novembro de 2020, e recibíronse 127 respostas.



Tendo en conta o tamaño do universo, os resultados presentan unha marxe de erro do 5%, unha heteroxeneidade do 50% e un nivel de confianza do 76%. Estes datos permiten establecer valoracións de interese que se completan coa parte cualitativa do estudo; e poderán terse en conta de cara a análises posteriores con mostras máis estratificadas e menos selectivas que esta.

A nivel cualitativo realizáronse 19 entrevistas: 10 a empresas activas en deseño, 5 a empresas intensivas en deseño, e 4 a empresas que non utilizan o deseño ou só o fan de forma puntual. As persoas entrevistadas tiñan diferentes cargos na empresa, a maioría vinculadas á dirección ou aos departamentos de comunicación; nalgúns casos, entrevistáronse persoas con diferentes roles na mesma empresa.



A estrutura da entrevista foi deseñada en 3 partes: unha introdución xeral cunha breve explicación das diferentes disciplinas do deseño definidas no estudo para conseguir que a persoa entrevistada se familiarizara coa terminoloxía e descubrir ata que punto estaba integrado o deseño na súa empresa; de seguido, un bloque de 5 preguntas abertas que serviron de punto de partida para poder reflexionar e cuestionar o uso do deseño na empresa; e finalmente, presentáronse 7 conceptos sobre o valor do deseño para que a persoa entrevistada organizase por orde de importancia.

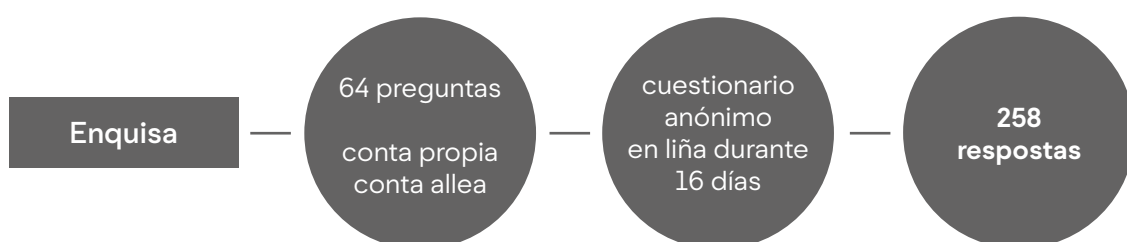
Na selección das empresas seguíronse os seguintes criterios: zona xeográfica, sector produtivo, tamaño da empresa e relación co deseño; buscando chegar a empresas que non participaron nas enquisas e recompilar máis información de sectores que non foron tan activos nesa fase, como o sector agroalimentario, a madeira, ou a automoción.

O obxectivo xeral desta fase de entrevistas era profundar máis nos datos para chegar a un maior coñecemento das empresas, da súa maneira de integrar o deseño na súa actividade empresarial, coñecer cal é a valoración que fan do deseño, descubrir ata que punto coñecen o que o deseño pode aportar nos resultados das súas empresas e abrir unha reflexión sobre o uso e xestión do deseño.

As entrevistas fixéronse a través de videoconferencia e, nalgúns casos, mediante visita ás súas instalacións.

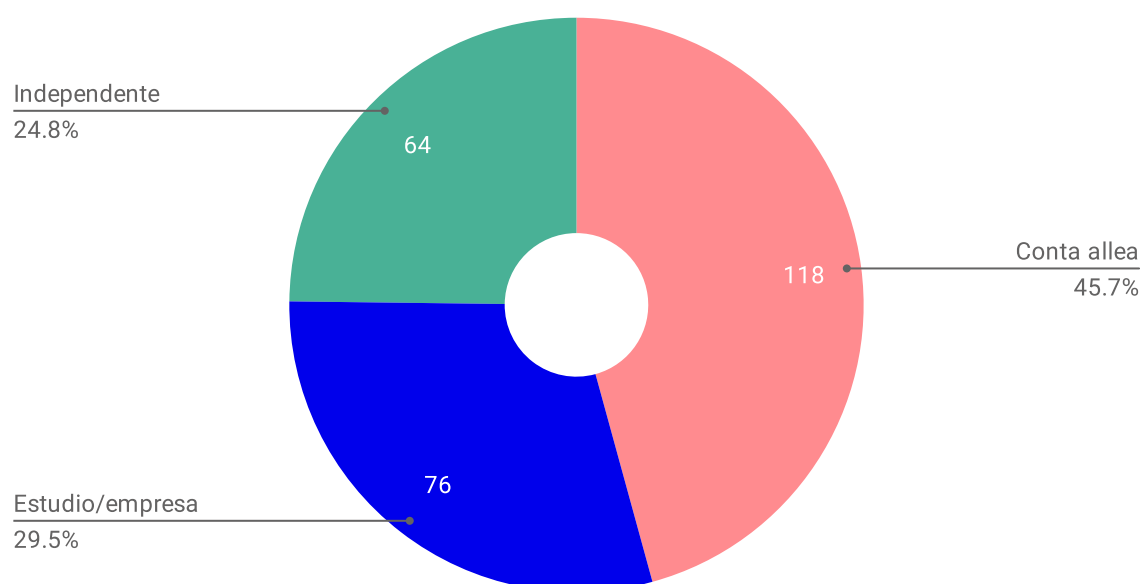
### Profesionais do deseño por conta propia e allea

Para coñecer a realidade do sector do deseño, fíxose unha recompilación de información a través de enquisas persoais con 64 preguntas. A enquisa estaba dirixida a profesionais do deseño por conta allea, profesionais independentes e empresas de deseño nas distintas disciplinas definidas neste estudo. A enquisa foi difundida públicamente a través das canles de comunicación da DAG Asociación Galega de Deseño, nas súas redes sociais, a través de mensaxes de correo electrónico e tamén en forma de noticia en medios especializados.

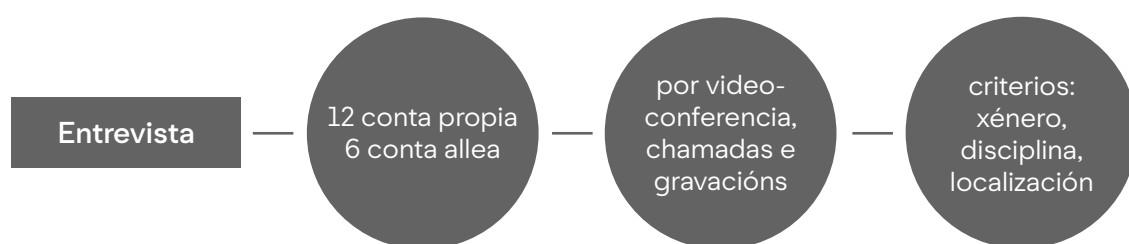


As persoas enquisadas facilitaron os seus datos de forma anónima a través dun cuestionario en liña. A recompilación de datos estivo aberta 16 días, do 2 ao 17 de novembro de 2020, e recibíronse 258 respostas. Coa definición do universo nun rango de entre 3.300 e 5.500 profesionais do deseño, as 258 respostas obtidas aportan un nivel de confianza do 90%, tendo en conta unha marxe de erro do 5% e unha heteroxeneidade do 50%.

Nº de respostas segundo o tipo de profesional:



Desde o punto de vista cualitativo, elaboráronse dous modelos de entrevista, unha para deseñadores/as por conta allea e outra para deseñadores/as por conta propia. Na selección de perfís seguíronse os criterios de xénero, tipo de traballo e disciplina/actividade profesional. Buscouse chegar a empresas ou profesionais que se atopan en localizacións que tiveron menos representación nas enquisas (as provincias de Ourense e Lugo, e vilas máis pequenas fóra das sete grandes cidades), así como recoller máis información de disciplinas que non foron tan activas na fase de enquisas, como o deseño de moda.



Fixéronse 18 entrevistas en total, 6 persoas traballadoras por conta allea e 12 traballadoras por conta propia ou propietarias de empresas. Equilibrouse a representación de disciplinas: 3 entrevistas de deseño gráfico e comunicación visual, 3 de deseño dixital, 3 de deseño de procesos e organización, 3 de deseño industrial e de produto, 2 de deseño de moda e 4 de deseño de espazos.

As entrevistas realizáronse por videoconferencia, chamada telefónica ou enviando as respostas en arquivos de son (previo envío das preguntas).

O obxectivo principal desta fase de entrevistas era afondar nos datos recollidos na enquisa, para ter un maior coñecemento da actividade dos e das profesionais e da súa visión do deseño en Galicia. Tamén se buscaba saber cal é a súa valoración do deseño e como é percibido polas empresas para as que traballan ou desenvolven proxectos.

**«O deseño é unha actividade na que participo de forma moi activa, pero sempre da man dun profesional que teña os coñecementos técnicos necesarios para plasmar a idea de forma profesional para un futuro cliente»**

**Conclusións xerais /**

**2.3**

# 1

O deseño é fundamental para que as empresas coiden a súa saúde económica, a das persoas e a do planeta, con obxectivos variados segundo a actividade ou o sector. Apréciase unha tendencia marcada de que o deseño non só intervén ao final senón que tamén é protagonista en distintas fases e procesos da actividade empresarial.



## 2

Se se deixasen de facer actividades de deseño estímase que a produción da economía galega podería caer case un 2%, o valor engadido un 3,4% e o emprego máis dun 4%. Isto suporía, tendo en conta os valores da economía galega para o 2018, unha perda de case 2.000 millóns de euros en valor engadido e máis de 42.000 empregos equivalentes a tempo completo<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> Análise *ad hoc* sobre a perda de valor da economía galega eliminando o sector deseño. [Ver Anexo I.](#)

**3**

**Evidénciase a necesidade de integrar o deseño na propia estrutura das empresas para facilitar a súa implementación e mellorar a súa eficiencia; no obstante, é difícil para elas identificar as áreas que deben reforzar con profesionais do deseño.**



# 4

**As empresas precisan indicadores que lles permitan entender o potencial que ten o deseño como ferramenta aplicada ás súas necesidades; mais tamén demandan ferramentas para saber como contratar deseño.**

**5**

Hai certo grao de descoñecemento do que é o deseño, o que aporta á empresa e como valorar esta aportación. Asímilase co termo innovación, as veces tamén con outros campos como por exemplo o da publicidade; incluso se fala indistintamente dun e doutro para referirse ao deseño.

# 6

Recoñécese o deseño de produto ou industrial porque é algo tanxible. Non ocorre o mesmo con outros ámbitos do deseño máis intanxibles, como poden ser o deseño gráfico ou o deseño de procesos. Esta circunstancia fai que sexa necesario incidir na formación e apoio ás empresas para aportarlles eses coñecementos, que traerá como consecuencia a incorporación do deseño na sociedade en todos os ámbitos (institucional, empresarial e educativo).

**7**

**O deseño é un sector resistente ante as situacións de crise, capaz de desenvolver solucións creativas e de futuro dirixidas ao resto dos sectores.**

**8**

**En Galicia existen grandes profesionais do deseño e son ben considerados por parte das empresas coas que traballan; ademais están representadas todas as disciplinas do deseño, polo que non fai falla acudir fóra para contratar servizos especializados.**

## 9

Exceptuando o deseño de moda que pode ter as súas propias vías de desenvolvemento, exercendo de sector case independente, o resto de disciplinas do deseño son servizos necesarios para que as empresas cheguen a novos mercados, desenvolvan novos produtos e servizos, internacionalicen as súas vendas, melloren a experiencia do usuario, abran novas liñas de negocio, actualicen procesos produtivos, sexan competitivas ou xeren vías de comunicación con outros sectores.



## 10

A remuneración dos deseñadores e deseñadoras, sendo en xeral persoas altamente formadas, non é acorde á súa situación profesional, xa que maiormente reciben un soldo equiparado ao Salario Mínimo Interprofesional. Sabendo que o deseño é clave para a competitividade e a mellora da economía, habería que fomentar a contratación de deseñadores e deseñadoras como ocorre noutras áreas sectoriais, cun salario máis acorde coa función e responsabilidades que desempeñan, e tendo en conta o que aportan a todos os niveis empresariais.

# 11

Non sempre é doado para as empresas atopar os perfís de deseñadores e deseñadoras que precisan; incluso se fala da falta de profesionais especializados en áreas ou tarefas moi específicas. Os e as profesionais do deseño deben coñecer profundamente á empresa coa ou para a que traballan para poder involucrase e ofrecer solucións axeitadas. Estudos coma este e ferramentas de localización como o Mapa de Provedores de Servizos de Deseño, poden dar a coñecer mellor a súa oferta de servizos, traxectoria, proxectos ou especialidades.

## 12

Evidéncianse certos problemas de comunicación entre os e as profesionais do deseño e as empresas coas que traballan, alegando dificultade para facerse entender por unha banda e falta de entendemento pola outra. Aparentemente hai carencia dunha linguaxe común, cando en moitas ocasións se está a falar do mesmo; polo que é importante traballar a taxonomía de conceptos, especialidades, funcións e roles do deseño e saber transmitila.

## 13

O acurtamento dos ciclos económicos caracteriza os tempos actuais. A última gran crise, que durou uns dez anos, foi sen dúbida un fito. A nova era, marcada polas innovacións dixitais, tamén chamada 4.0, asociada ao impacto da Covid, non superará os cinco anos. O interesante da análise do comportamento do sector do deseño neses momentos difíciles é que en todas as súas fases (recuperación—alza—recesión—depresión), o deseño sempre da novas respostas; polo que debe considerarse clave en calquera das políticas e programas para a recuperación da economía galega.

## 14

O uso da *Design Ladder* para medir o valor que dan ao deseño as empresas na súa estratexia é útil se a ubicación en distintos niveis se realiza a través de datos obxectivos. Se se pregunta directamente ás empresas onde estarían ubicadas, o que obtemos é unha opinión que, en moitos casos, está sesgada por diversos motivos.

## 15

O reto climático e de sustentabilidade é asumido polas empresas galegas cun alto grao de receptividade, incluso se asimila como algo natural para elas. Mentres é preciso unha maior sensibilidade na transformación dixital, competitividade industrial e o benestar social. Son, as catro áreas mencionadas, aspectos nos que o deseño pode xogar un papel transformador.

**16**

**A visión que se tiña hai uns anos sobre o deseño como elemento prescindible, con valores puramente estéticos e destinada a determinados tipos ou tamaños de empresa, afortunadamente é hoxe un prexuízo superado por moitas empresas galegas.**

Debe investigarse máis en relación coa xestión do deseño na empresa e amosar como medir o retorno do investimento en deseño, sobre todo a longo prazo, e o seu impacto nas contas de explotación e nos balances das empresas. Son poucas as empresas que teñen ferramentas de medición e, ademais, para algunhas, segue existindo confusión entre gasto e investimento. En xeral, a forma para valorar o retorno do deseño nas empresas é coas vendas ou co grao de satisfacción das persoas, tanto da clientela como do persoal da empresa.



A ferramenta que calcule o retorno do deseño debe identificar os criterios de investimento, uns xenéricos e aplicables a calquera proceso de deseño e outros máis específicos. En calquera caso, algúns deses puntos serían: o custo da investigación en deseño, o investimento en desenvolvemento, a estimación do custo de lanzamento, o investimento en comercialización, os recursos dispoñibles, tanto humanos como materiais, a marxe de beneficio esperada, o momento no que se alcanza o punto morto, a compatibilidade de deseño a curto prazo coa estratexia a longo prazo, os riscos, a probabilidade de éxito empresarial e de volume de vendas, ciclo de vida, análise de valor (custo/valor), etc.

**Taxonomía do deseño /**

**3.**

O obxectivo desta taxonomía é establecer unha clasificación ordenada das diferentes disciplinas do deseño, unificando criterios, que axuden a realizar o Estudo da economía do deseño en Galicia. Servirá tamén para clasificar o Mapa de provedores de servizos de deseño realizado pola Axencia Galega de Innovación (Gain). Tendo en conta o tipo de consultas e os padróns que se poderían utilizar para as buscas, así como as características do contexto e das comunidades de profesionais.

Para a elaboración desta taxonomía, partiuse da premisa que o deseño non é unha disciplina estática senón, polo contrario, está en constante evolución e, polo tanto, definición. Unha base movable e flexible das definicións do deseño.

## Criterios aplicados

- **Categorías:** Os diferentes ámbitos que existen actualmente. Estes ámbitos son os mesmos que as empresas ou profesionais utilizan para clasificarse a elas mesmas, aos seus produtos e aos seus servizos.
- **Disciplinas:** Engloban o tipo de produto/servizo que se crea en cada ámbito. Entendendo por produto/servizo o resultado do traballo feito e o tipo de necesidade a satisfacer.
- **Metodoloxía:** Forma ou proceso de traballo, criterio a aplicar, ou filosofía do deseño que se segue para conseguir o resultado desexado. Moitas metodoloxías son procesos transversais que se poden aplicar a varias das categorías presentadas. Inclúense, por exemplo: deseño circular, ecodeseño, Design Thinking, deseño social, perspectiva de xénero, sostibilidade, deseño inclusivo...
- **Definicións:** Explicacións claras e precisas para orientar tanto a empresas como a profesionais do deseño sobre onde inscribirse e/ou atopar os servizos que prestan ou precisan. As fronteiras entre categorías e disciplinas a miúdo non son nítidas, estas definicións axudarán a situarnos.

**«Agora, o deseño incorpórase á maquinaria que mercamos, un investimento cuxo rendemento non se espera antes de 10 anos, polo que o deseño é fundamental, non só a curto senón tamén a longo prazo»**

**Categorías do deseño e  
disciplinas que engloban /**

**3+**

## Deseño gráfico e comunicación visual

- **Identidade corporativa ou de produto:** Representación da imaxe conceptual dunha empresa ou organización, dun produto ou servizo, incluso dunha idea. Deseño do logotipo ou marca gráfica, así como dos elementos necesarios para dar forma a identidade.
- **Gráfica aplicada e publicidade:** Deseño de pezas gráficas e de comunicación (cartel, despregable, infografía, etiquetas, etc.)
- **Envase:** Solución formal e gráfica para o envase e a embalaxe dun produto.
- **Editorial:** Deseño de libros, revistas e publicacións tanto en papel impreso como dixital.
- **Tipografía:** Creación dunha tipografía. Deseño caligráfico ou de letra debuxada.
- **Sinalética:** Deseño de sistemas de comunicación que cumpren a función de guiar ou organizar.

## Deseño dixital

- **Deseño web e aplicacións:** Inclúe o deseño de páxinas web e aplicacións para dispositivos electrónicos como móbiles, tabletas, etc.
- **Deseño de produto dixital:** Deseño de produtos e servizos dixitais que abarca non só a interface gráfica, senón tamén UX, investigación e análise, creación de prototipos, implementación de sistemas de deseño, realización de tests, etc.
- **Animación gráfica e audiovisual:** Proxectos para a comunicación a través de medios dixitais, audiovisuais ou multimedia.
- **Videoxogos:** Deseño de videoxogos.
- **Realidade virtual e aumentada:** Deseño de entornos, escenas ou obxectos de aparencia real e deseño de proxectos que permitan á persoa usuaria visualizar o mundo real a través dun dispositivo con información gráfica engadida.



## Deseño de procesos e organización

- **Deseño de servizos/experiencias:** O deseño de servizos é unha disciplina que permite configurar de forma eficaz unha oferta composta por elementos tanxibles e intanxibles grazas ao uso combinado de metodoloxías e coñecementos procedentes do deseño e das ciencias sociais.
- **Deseño de estratexias/negocios:** O deseño de estratexias/negocios considérase unha aplicación de deseño que elabora sistemas e procesos, artefactos ou servizos que tratan de mellorar as capacidades organizativas ou competitivas dunha institución ou empresa.

## Deseño industrial e de produto

- **Deseño de envases:** Deseño de solucións para os envases e embalaxes atendendo a criterios de forma, estrutura e material.
- **Deseño de mobiliario:** Deseño de equipamento para amoblar tanto en espazos interiores como exteriores.
- **Deseño de produto:** Deseño de obxectos de consumo (louza, electrodomésticos, aparatos electrónicos, xoguetes, etc.)
- **Deseño de transporte e mobilidade:** Deseño integral, incluídos estrutura, interiores e estética de automóviles, embarcacións, aeronaves, bicicletas, e calquera elemento que se empregue para o transporte e a mobilidade.
- **Automatización industrial e bens de equipo:** Deseño de sistemas e procesos, ferramentas, automatismos, máquinas e equipamentos para as industrias.

## Deseño de espazos

- **Deseño de interiores:** Intervención do espazo para adaptalo ás necesidades de uso, modificando a estrutura interior e aplicando solucións tanto creativas como técnicas (espazos habitables, comerciais, expositivos, etc.)
- **Deseño de espazos efémeros:** Deseño de espazos que teñen unha duración limitada como *stands*, exposicións, escaparates, escenografías/decorados, etc.
- **Paisaxismo:** Creación e/ou modificación de espazos exteriores dando forma á paisaxe, alterando os aspectos visibles do terreo.
- **Deseño de iluminación:** Manipulación da luz nun espazo interior ou exterior. Comprende dende a ideación conceptual ata o desenvolvemento do proxecto técnico completo, incluíndo asesoramento e prescrición.

## Deseño de moda

- **Deseño téxtil:** Deseño de tecidos e teas. Inclúe tamén o deseño de materiais e a creación de estampados e padróns.
- **Deseño de complementos:** Deseño de pezas de roupa ou obxectos que acompañan á roupa (xoias, panos, gafas, bolsos, etc.).
- **Deseño de calzado:** Deseño de calzado, incluídas todas as partes que forman parte do mesmo.
- **Deseño de roupa:** Deseño de vestimenta.

**«É moi difícil medir o retorno do investimento en deseño pero é evidente a repercusión positiva que aporta no resultado final da actividade»**

**A investigación /**

**4.**

**A economía galega /**

**4.1**

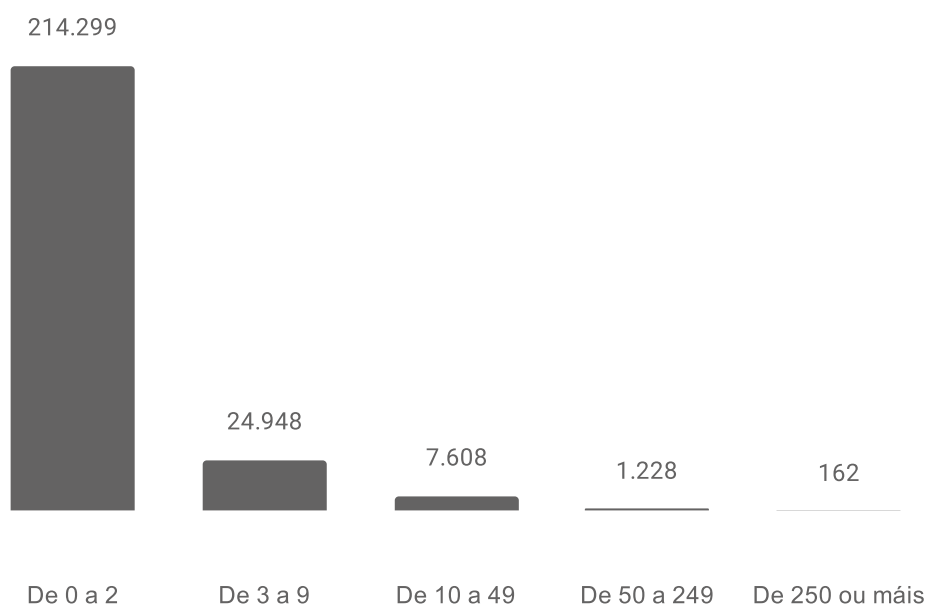
No estudo do impacto e o retorno do deseño nas empresas galegas vese necesario facer unha pequena análise, en termos xerais, sobre o tipo de empresas e sectores produtivos que definen á Comunidade Autónoma de Galicia; todos eles, obxecto de traballo dos e das diferentes profesionais do deseño.

### O tecido empresarial galego Ano de referencia 2019

Galicia conta con 248.245 empresas, das que o 74,1% están localizadas nas provincias de A Coruña e Pontevedra.

O 63,4% das empresas galegas teñen condición xurídica de «persoa física».

O 86,3% das empresas galegas teñen entre 0 e 2 asalariados polo que son organizacións moi pequenas, con estruturas de micropemes, similar á do resto de comunidades autónomas do Estado español; incluso similar á dos demais estados da Unión Europea. Se se considera o total de empresas denominadas «micropemes» (menos de 10 persoas empregadas) a porcentaxe ascende ao 96,4% en toda Galicia.



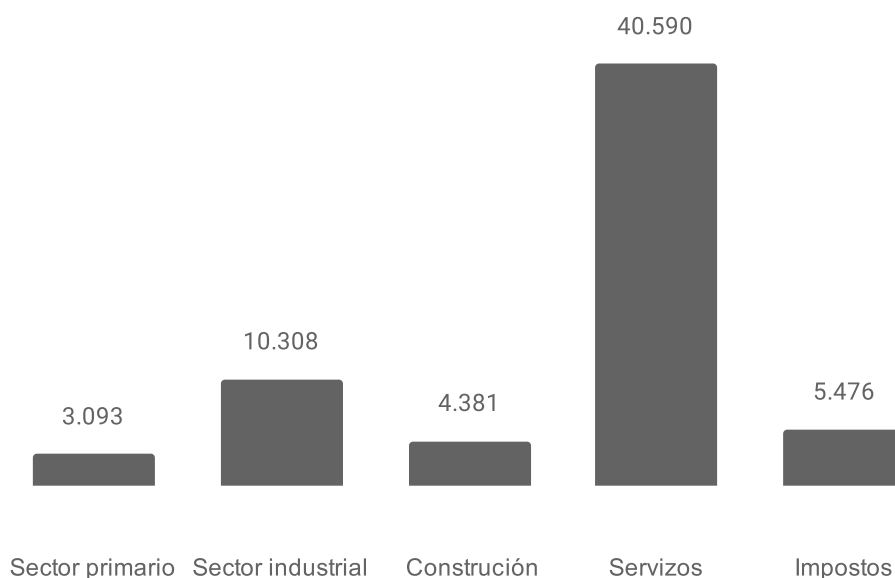


Os cinco sectores ou actividades máis numerosas en Galicia, segundo o número de empresas, sen ter en conta o volume de negocio e a facturación que manexan, son:

- Comercio polo xunto e ao retallo (20,4%).
- Agricultura, gandería, silvicultura e pesca (16,5%).
- Construción (12,4%).
- Actividades profesionais, científicas e técnicas (9,5%).
- Actividades de hostalaría (8,3%).

O PIB galego é de 64.430 M€, situando a Galicia como a 6ª economía de España. A representación segundo os grandes sectores produtivos é a seguinte:

- O sector primario (actividades de agricultura, gandería, pesca e forestal), supón un 4,8% do PIB → 3.092,6 M€
- O sector da construción, un 6,8% do PIB → 4.381,2 M€
- O sector da industria representa un 16,1% do PIB e inclúe actividades de empresas manufactureiras e de enerxía, onde as manufactureiras acadan un 12%, sendo un 3,5% soamente para as enerxías → 10.308 M€
- O sector servizos, representa un 63% do PIB de Galicia → 40.590 M€. Inclúe transporte, comercio, hostalaría (21,2% do PIB), actividades inmobiliarias (case un 10% do PIB), información e comunicacións (menos do 3% do PIB), administración, sanidade e ensinanzas públicas (supon un 16,7% do PIB), actividades profesionais, científicas e técnicas e outros servizos.
- O IGE inclúe un 8,5% de representación para impostos netos sobre os produtos → 5.476,5 M€



## O sector deseño en Galicia Ano de referencia 2019

O sector deseño, formado por profesionais independentes e empresas de deseño, inclúese maiormente dentro das actividades profesionais, científicas e técnicas. Forma parte dun dos cinco sectores máis numerosos en Galicia.

En Galicia existen 568 profesionais e empresas de deseño dentro do CNAE 7410, que comprende:

- O deseño de moda téxtil, de prendas de vestir, calzado, xoias, mobiliario e outros artigos de decoración interior, así como outros obxectos de moda, bens persoais ou para o fogar.
- O deseño industrial, é dicir, a creación e o desenvolvemento de deseños e especificacións que optimizan o uso, o valor e a aparencia dos produtos, incluíndo as decisións sobre materiais, mecanismos, formas, cores e acabado das superficies do produto, tendo en conta as características e necesidades dos clientes, a seguridade, a demanda do mercado e a distribución, o uso e o mantemento
- O deseño gráfico.
- A decoración de interiores.

Non comprende:

- O deseño e a programación de páxinas web (CNAE 6201).
- O deseño arquitectónico (CNAE 7111).
- O deseño relacionado coa enxeñaría, é dicir, a aplicación das leis físicas e os principios da enxeñaría ao deseño de máquinas, materiais, instrumentos, estruturas, procesos e sistemas (CNAE 7112).

O 90% destas empresas e profesionais son persoas físicas. Segundo o estrato de asalariados, o 97,5% teñen entre 0 e 2 asalariados, estruturas de microempresas. O 85,4% traballan principalmente en dúas das catro prouincias galegas, A Coruña e Pontevedra.

Existen outros CNAE onde hai representación do deseño. Moitas empresas constituídas antes do 2009, incluíronse en referencias non específicas de deseño e a falta de asesoramento no momento de creación de novas empresas ou de referencias a unha actividade específica, fomenta que non exista un CNAE conformado única e exclusivamente polas empresas e profesionais do deseño.

Outros CNAE onde existen empresas e profesionais do deseño son:

- CNAE 141 (confección de roupa de vestir).
- CNAE 181 (artes gráficas).
- CNAE 310 (fabricación de mobles).
- CNAE 581 (edición).
- CNAE 620 (deseño web, programación e consultaría informática).
- CNAE 631 (servizos de información, portais web e *hosting*).
- CNAE 702 (actividades de consultoría e xestión empresarial).
- CNAE 711 (servizos técnicos de arquitectura e enxeñaría).
- CNAE 721 (investigación e desenvolvemento en ciencias técnicas).
- CNAE 731 (axencias de publicidade).
- CNAE 749 (outros servizos profesionais).
- CNAE 829 (actividades de apoio a empresas ncop).

O valor do deseño na economía galega pódese medir mediante un exercicio de extracción hipotética realizado coas táboas *input-output* que representan transaccións intersectoriais para satisfacer o consumo de bens e servizos galegos. A extracción hipotética consiste en calcular canto do total da produción da economía diminuiría se un sector desaparecese, en concreto neste caso estimarase canto diminuiría a produción se se deixasen de facer actividades de deseño e de comprar os bens e servizos necesarios para a realización das mesmas. Deste xeito, teríanse en conta non só os efectos directos senón tamén os efectos indirectos da desaparición das actividades profesionais de deseño.

Identificar claramente as actividades de deseño é dificultoso desde o punto de vista sectorial como xa se apuntou anteriormente; e ademais, hai que engadir que as actividades do deseño son unha subparte das agregacións sectoriais das táboas *input-output* (TIO).

#### **Peso estimado das actividades de deseño nas ramas da táboa *input-output* (TIO)**

	Rama na táboa <i>input-output</i> (TIO)	Peso de toda a actividade de deseño sobre a rama TIO	Parte da actividade pertencente ao deseño	Coefficiente final aplicado á rama TIO
CNAE 7410	CNAE 74+75	75,76 %	100,00 %	75,76 %
CNAE 1811	CNAE 18	8,30 %	35,00 %	2,91 %
CNAE 5811	CNAE 58	15,79 %	35,00 %	5,53 %
CNAE 6201	CNAE 62+63	27,01 %	35,00 %	9,45 %
CNAE 7111,7112	CNAE 71	91,09 %	35,00 %	31,88 %
CNAE 7311	CNAE 73	90,72 %	60,00 %	54,43 %
CNAE 141	CNAE 14+15	97,36 %	15,00 %	14,60 %
CNAE 310	CNAE 31	100,00 %	15,00 %	15,00 %
CNAE 702	CNAE 69+70	5,97 %	15,00 %	0,90 %
CNAE 721	CNAE 72	88,64 %	15,00 %	13,30 %
CNAE 829	CNAE 80+81+82	28,62 %	15,00 %	4,29 %

Para calcular unha aproximación do impacto da desaparición das actividades do deseño realízanse 3 simulacións, comezando por subtraer a actividade 7410 Actividades de deseño especializado para ter un efecto mínimo da desaparición do deseño (simulación 1). Nun segundo momento subtráese tamén o peso do deseño nas actividades características do deseño (CNAE 1811, 5811, 6201, 7111, 7112, 7311. Simulación 2). E finalmente tense en conta unha caída na produción en sectores que tamén producen deseño en menor medida (141, 310, 702, 721 e 829. Simulación 3)<sup>8</sup>.

	Simulación 1 Impacto de desaparición da rama 7410		Simulación 2 Impacto de desaparición das actividades características do deseño		Simulación 3 Impacto de desaparición das actividades características do deseño e descenso da demanda noutros sectores	
	Extracción hipotética	Engadimos efectos inducidos	Extracción hipotética	Engadimos efectos inducidos	Extracción hipotética	Engadimos efectos inducidos
Produción	-0,69 %	-1,53 %	-1,29 %	-3,31 %	-1,98 %	-5,42 %
Valor engadido	-1,30 %	-2,14 %	-2,21 %	-4,24 %	-3,38 %	-6,77 %
Emprego	-0,89 %	-1,73 %	-2,24 %	-4,24 %	-4,20 %	-7,56 %

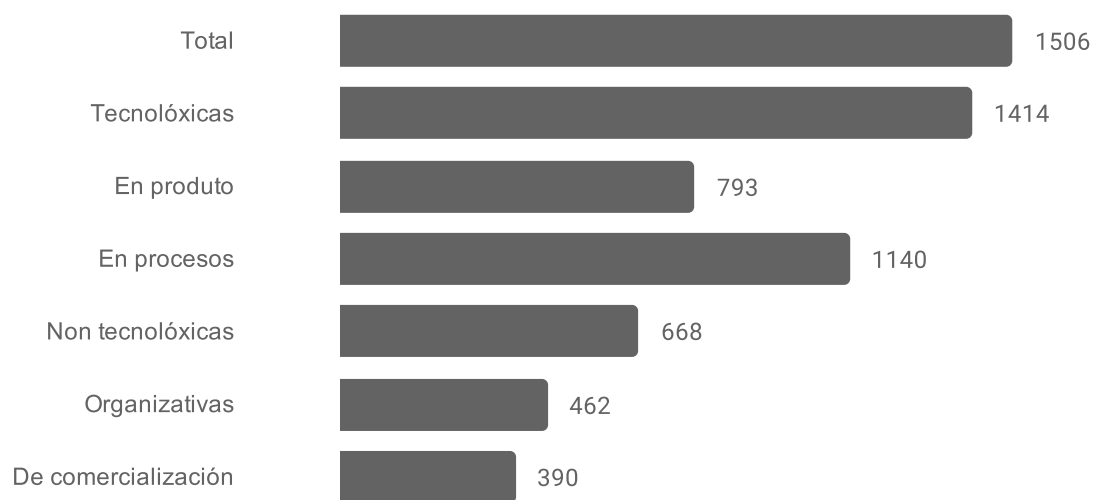
Con esta última premisa, se eliminamos o sector deseño considerado, a caída da produción sería de case un 2%, mentres que o valor engadido caería un 3,4% e o emprego máis dun 4%, o que suporía, tendo en conta os valores da economía galega para 2018, unha perda de case 2.000 millóns de euros en valor engadido e máis de 42.000 empregos equivalentes a tempo completo. Se tamén temos en conta os efectos inducidos provocados por esa perda na produción, suporía un caída de máis do 5% na produción, no valor engadido e no emprego.

8 As actividades 631 e 749 non foron incluídas na simulación 3 por formar parte da mesma rama da táboa *input-output* que a rama 6201 e 7410, respectivamente incluídas nas simulacións anteriores.

## Deseño e innovación

### Año de referencia 2018-2019

Un factor ligado directamente ao deseño é a innovación. En 2019 en Galicia hai 1.665 empresas innovadoras (un 0,67% do total de empresas), 159 máis que en 2018<sup>9</sup>. Implica que ofrecen melloras sobre produtos, procesos e servizos que inicialmente non se contemplaron no negocio pero que, co paso do tempo, son fundamentais para evolucionar. E en todas elas o deseño é un elemento clave para levar a cabo eses cambios.



A intensidade da innovación, é dicir, a relación entre o gasto en actividades innovadoras e a cifra de negocio é do 1,24%.

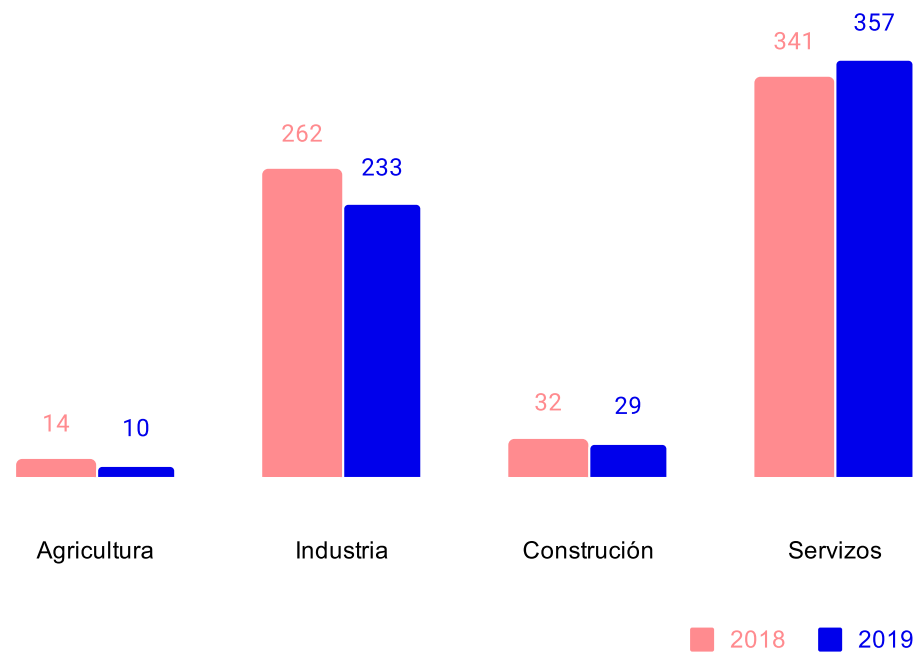
Os factores que dificultan o inicio ou a execución de actividades de innovación nas empresas están relacionados, principalmente, coa existencia doutras prioridades internas, coa consideración da innovación como un custo moi elevado, coas dificultades para obter axudas ou subvencións públicas e tamén coa incerteza sobre a demanda do mercado das ideas<sup>10</sup>.

O número de empresas que desenvolven actividades de I+D en Galicia representa o 0,25% do total. Por ramas de actividade principais, o sector servizos e o industrial acumulan o maior número de empresas, sendo o sector primario o menos representativo.

9 A gráfica amosa os datos detallados de 2018 por carencia de datos de 2019 no momento de facer o estudo.

10 Informe do Hipersector TIC en Galicia 2019, segundo datos do INE 2019.

Empresas que desenvolven I+D en Galicia:



As empresas que máis actividades de I+D desenvolven son as de 50 a 249 empregados ou as de máis de 250 empregados, tendo unha representación no sector industria do 18,8% no primeiro caso, e do 64,6% no segundo caso. As empresas de menos de 50 empregados que apostan polo I+D representan o 0,9% nese mesmo sector.

Outro indicador de innovación é o rexistro de patentes e modelos de utilidade: 71 patentes e 101 modelos de utilidade rexistrados en 2019.

### Indicadores de poboación e situación laboral Ano de referencia 2019

Galicia conta cunha poboación de 2.335.300 persoas de 16 anos e máis, das que 1.241.100 se consideran activas, situando a taxa de actividade no 53,1%. O 51,8% da poboación activa son homes e o 48,2% mulleres.

Poboación	Poboación activa	Poboación ocupada	Poboación parada	Poboación inactiva
2.335.300	1.241.100	1.095.200	145.900	1.094.200

Dentro da poboación inactiva están estudantes, persoas retiradas, xubiladas e pensionistas e persoas que atenden labores de casa.

A taxa de ocupación é do 46,9%. A maior parte desas persoas traballan a xornada completa (o 85,8%) e a franxa de idade máis numerosa é a de 35 e 54 anos, representando o 54,9% do total. Os máis novos (entre 20 e 34 anos) representan o 20,7%.



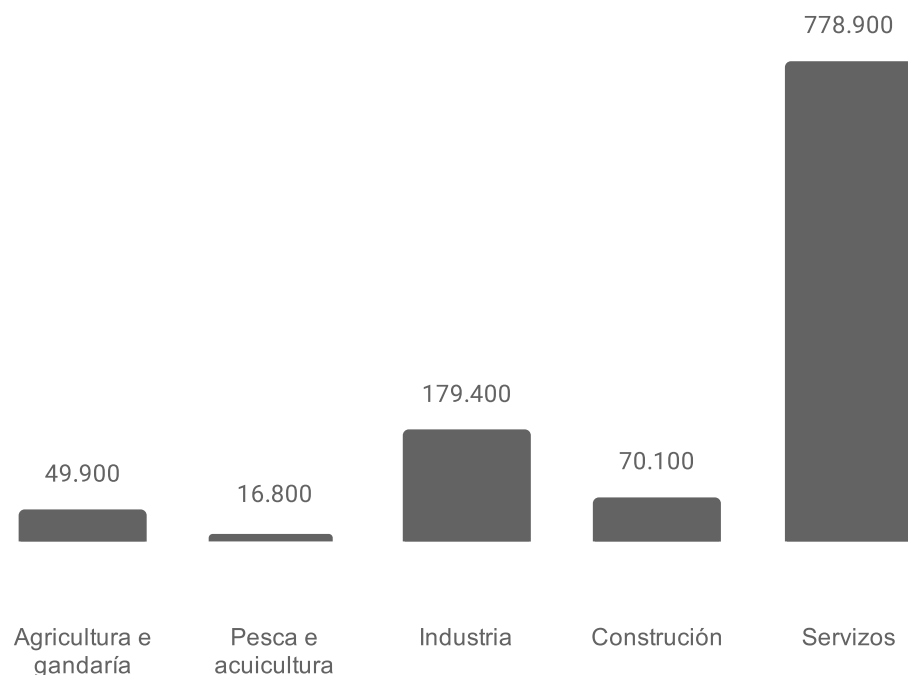
As provincias de A Coruña e Pontevedra suman o 77,5% do total de ocupación, ao igual que pasa co número de empresas galegas, que se concentra maioritariamente nestas dúas provincias. Dentro da rama de Actividades profesionais, científicas e técnicas, onde están incluídas as actividades de deseño especializado, hai 55.900 persoas ocupadas (un 5,10% do total).

En canto ao nivel de estudos, as persoas que teñen unha educación superior representan o 43,7% do total de ocupados; sendo a franxa de 35 a 44 anos a máis numerosa.

En función da súa situación profesional, existen empresarios/as con asalariados/as, traballadores/as independentes ou empresarios/as sen asalariados/as, membros de cooperativas, persoas asalariadas do sector público, asalariadas do sector privado e persoas que axudan na empresa ou negocio familiar. De todos eles, destaca o volume de persoas asalariadas do sector privado (o 63,1%) e, en segundo termo, as asalariadas do sector público (o 17,1% do total).

Por actividade económica, o sector servizos é o que ten o maior número de persoas ocupadas (778.900), seguido do sector industria (179.400 persoas ocupadas). En ambos, o grupo de «asalariados do sector privado» é o máis representativo. Pola súa banda, o sector agricultura, gandería, caza e silvicultura ostenta unha maior representación de persoas traballadoras independentes ou empresarios/as sen asalariados/as.

Nº de persoas ocupadas segundo a actividade económica:



Tendo en conta a poboación ocupada segundo a súa condición económica, hai 41.600 persoas que exercen un traballo de carácter profesional, técnico e asimilado por conta propia (inclúe ás persoas especializadas en deseño), das cales o 54,6% son homes; mentres que 215.500 persoas o fan por conta allea e neste caso o 53,5% son mulleres.

En función do tempo que as persoas asalariadas levan na empresa actual, os valores máis altos sitúanse na franxa de 6 anos ou máis (o 58%), seguido de 3 anos a menos de 6 (o 13,1%), e en terceiro lugar de 1 ano a menos de 2 anos (o 8,3%). As persoas que teñen contratos de menos de 3 meses e de menos de 5 meses ocupan en conxunto o 9,2% do total.

Galicia conta con 878.300 persoas asalariadas, cunha representación bastante equilibrada entre homes (un 50,6%) e mulleres (un 49,3%). O 73,5% teñen un contrato indefinido, sendo os contratos de xornada completa os máis numerosos (o 84,3% dos contratos totais). Igual que no caso de persoas ocupadas, por provincias, A Coruña e Pontevedra concentran ao maior número de persoas asalariadas co 78,8%.

En 2019, o número de afiliacións á Seguridade Social é de 1.015.254 persoas, das cales o 0,8% correspóndese con afiliacións dentro da rama Actividades profesionais, científicas e técnicas. O último día de decembro de 2019, o número de persoas afiliadas no réxime xeral é de 752.337 (o 74,1%). No réxime especial de autónomos 210.143 persoas.

En decembro de 2019, a taxa de paro é do 11,8%, cun maior número de mulleres nesta situación. O 28,5% de persoas paradas concéntrase na franxa de idade de 50 a 59 anos.

**«Medir, xustificar e demostrar non só é necesario para definir un plan de ruta nun momento concreto, senón tamén para garantir o futuro do proxecto»**

**Enquisas e entrevistas a  
empresas de diferentes  
sectores /**

**4.2**

**Conclusións /**

**4.2.1**

- 1** As disciplinas de deseño que máis se desenvolven internamente nas empresas son o deseño gráfico e a comunicación visual, o deseño dixital, e o deseño industrial e de produto. Tamén son as que máis se contratan como servizos externos.
- 2** O deseño de procesos e organización ten certo peso interno nas empresas, aínda que non sempre se entende como un servizo ou unha disciplina concreta do deseño.
- 3** Un terzo das empresas que integran o deseño na súa organización, abordan máis de dúas disciplinas diferentes internamente, o cal fala da transversalidade do deseño e da necesidade de contar con profesionais cualificados para as distintas especialidades.
- 4** Para a maior parte das empresas, o deseño é un elemento estratéxico integrado na organización. O 67,7% das empresas deste estudo, afirman que están situadas no nivel de maior integración do deseño da Design Ladder. Cando se valora ás empresas en termos obxectivos e medibles (nº de profesionais do deseño no cadro de persoal, existencia dun departamento de deseño, contratación de servizos externos de deseño, porcentaxe de investimento en deseño, cálculo do retorno do investimento en deseño, obxectivos do investimento en deseño...), esa porcentaxe baixa ata situarse no 35,4%.

- 5** O 67,7% das empresas contan con profesionais do deseño no seu cadro de persoal. Algo máis da metade delas contan tamén cun departamento específico de deseño, que na estrutura organizativa depende, en maior medida, directamente de Dirección.
- 6** Nas empresas de mellor evolución económica o nivel de contratación interna de profesionais do deseño é superior á media, tanto en termos absolutos (o 80% con respecto ao 67,7%) coma relativos (cantidade de profesionais contratados por empresa), e a contratación de servizos externos de deseño sube do 66% da media ao 90%.
- 7** O 66,2% das empresas afirman contratar servizos de deseño, ben de forma habitual ben para proxectos concretos.
- 8** Case o 80% das empresas que contratan deseño prefiren traballar con provedores galegos, por proximidade, profesionalidade e confianza.

- 9** Para a contratación de servizos especializados de deseño a maior parte das empresas (94%) utilizan o contacto directo cos e coas profesionais e as referencias que atopan no propio sector.
- 10** Máis do 90% das empresas indican un alto grao de satisfacción co resultado final dos servizos contratados de deseño.
- 11** O 32,3% das empresas non contan con persoal de deseño interno, e case o 40% delas tampouco contrata servizos externos de deseño especializado.
- 12** O 66,1% das empresas afirman investir en deseño, e o 39,3% delas calcula o seu retorno.



- 13** Das empresas que afirman calcular o retorno do seu investimento en deseño, máis do 60% indican o aumento das vendas e a mellora do posicionamento (visibilidade/notoriedade) como factores importantes na súa medición.
- 14** O 83,5% das empresas teñen a intención de investir en deseño nos vindeiros 3 anos. Esta tendencia positiva acentúase nas empresas de mellor evolución económica.
- 15** Obsérvase unha maior tendencia ao investimento en deseño nas empresas de recente creación (menos de 3 anos), o 94,4% teñen a intención de investir en deseño nos próximos anos e a metade inviste máis do 20% en deseño, valores que están claramente por enriba da media da mostra.
- 16** O 80% das empresas que califican de positiva a contribución do deseño para adaptarse ao novo contexto conta con profesionais do deseño na súa estrutura interna e o 60% delas conta cun departamento de deseño. Isto evidencia o valor da integración deseño nas empresas, como factor que axuda para adaptarse e mellorar.

«Se o deseño é estratéxico?  
Si, pero tamén é relativo.  
A nosa obsesión por un  
bo deseño radica nos  
procesos e, por suposto, na  
metodoloxía e métodos para  
mellorar os resultados»

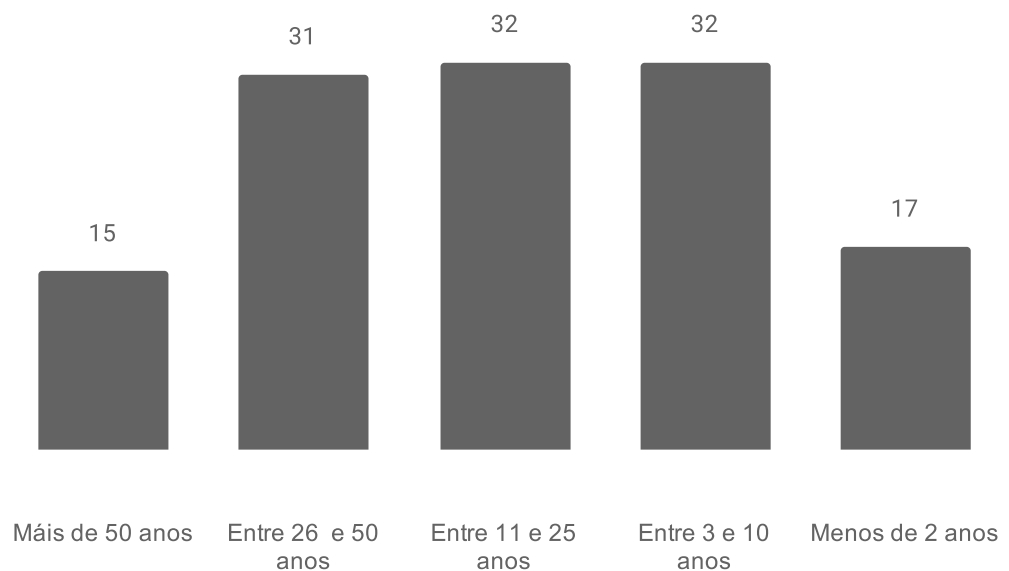
Resultados da enquisa /

**4.2.2**

## Características xerais da mostra

### Antigüidade da empresa e localización

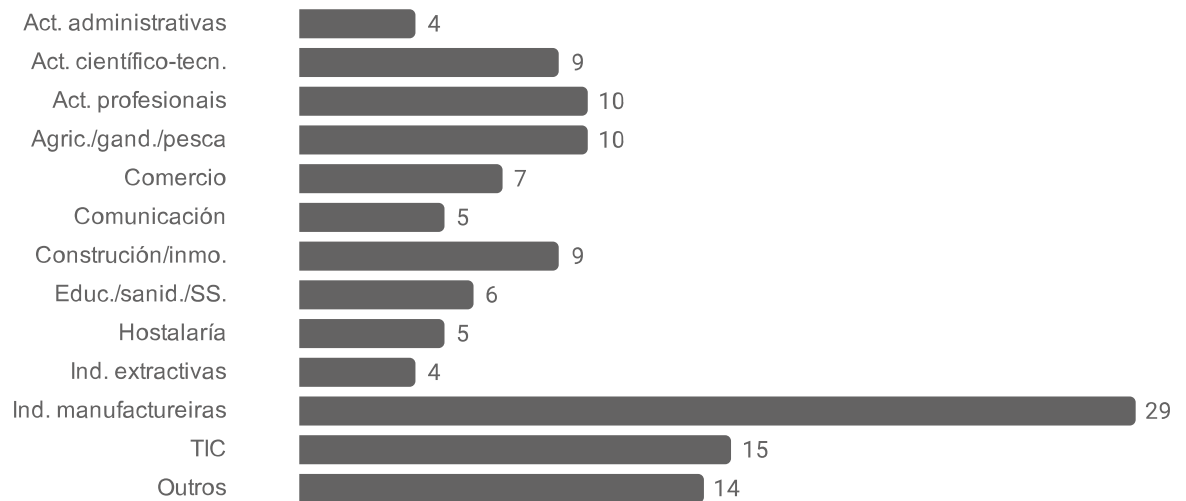
O 75,8% das empresas teñen entre 2 e 50 anos de antigüidade, o 13,4% son de nova creación –2 ou menos anos de vida– e o 11,8% teñen máis de 50 anos de vida. Se ben a gran maioría das empresas son empresas consolidadas, a inclusión de empresas de recente creación é de grande interese.



O 44,9% das empresas teñen a súa sede fiscal na provincia da Coruña, o 31,5% téñena na de Pontevedra, o 15,7% na de Ourense e, finalmente, o 7,9% na de Lugo.

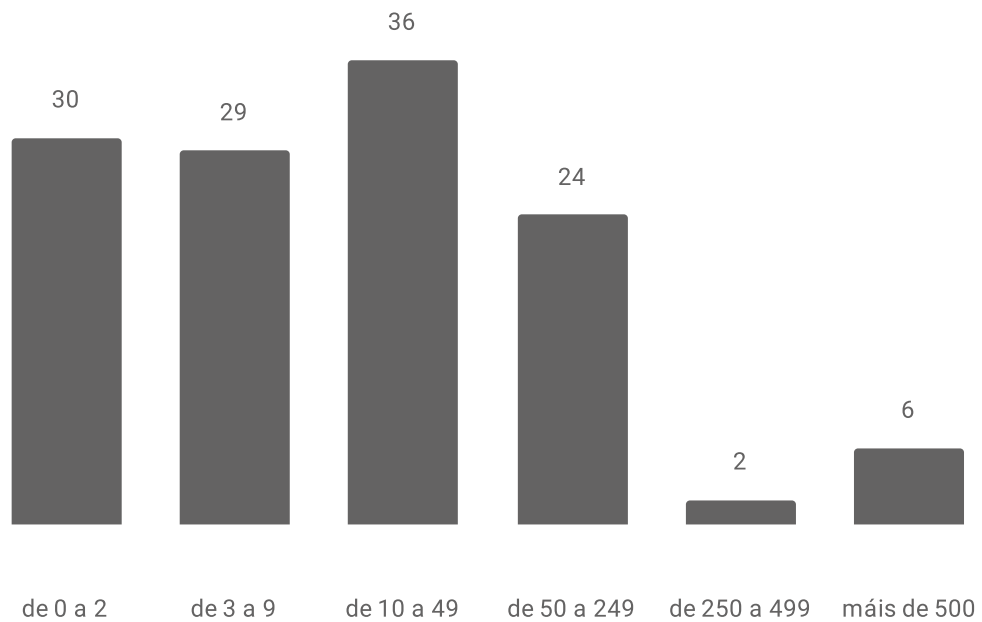
### Sector de actividade

O sector de actividade máis representativo é o das industrias manufactureiras (o 23,6%), seguido do sector TIC (11,8%) e aquelas actividades englobadas en «outros servizos».



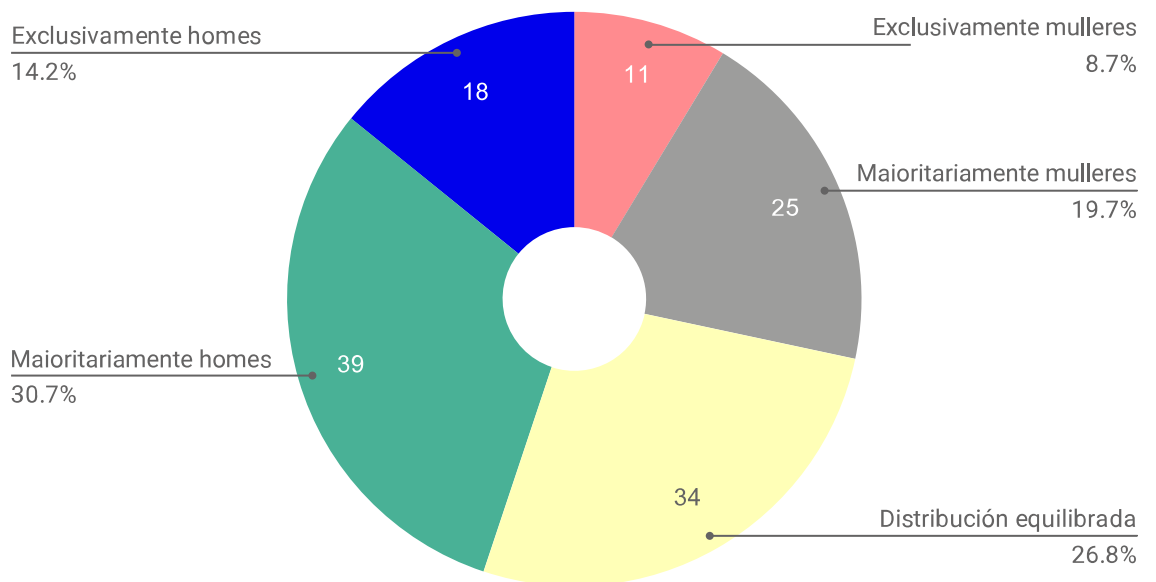
### Persoas no cadro de persoal

O 93,7% das empresas teñen menos de 249 empregados. As máis numerosas son as que teñen entre 10 e 49 empregados (28,3%) por riba daquelas que teñen entre 0 e 2 empregados (23,6%), que son a gran maioría das empresas galegas.



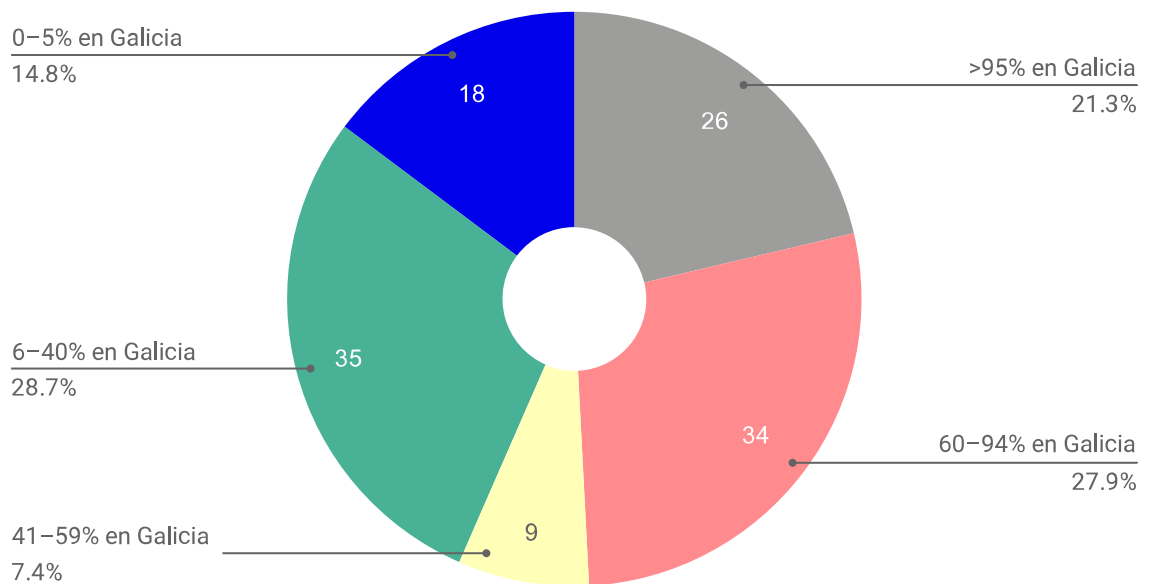
### Distribución do persoal por xénero

Os cadros de persoal marcadamente masculinos (44,9%) superan nun 16,5% aos femininos (28,4%). Algo máis dunha cuarta parte das empresas teñen unha distribución equilibrada entre traballadoras e traballadores.



### Porcentaxe de facturación en Galicia

Case a metade das empresas facturan e desenvolven a súa actividade principalmente en Galicia. A porcentaxe das empresas cuxo ámbito de actuación se desenvolve case exclusivamente fóra de Galicia non chega ao 15%, polo que a maioría das empresas manteñen un vínculo directo con Galicia, a súa economía e o seu tecido empresarial.

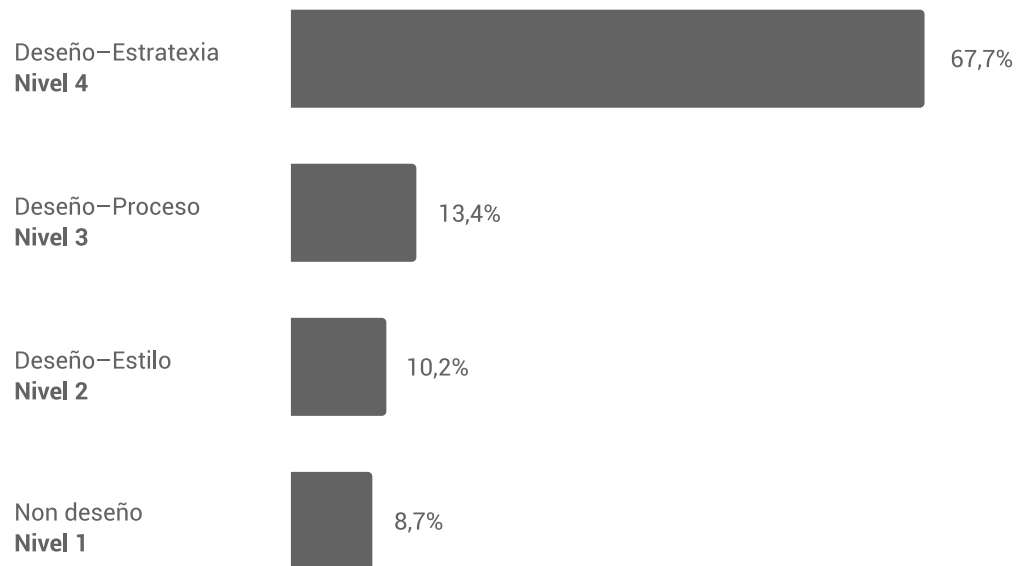




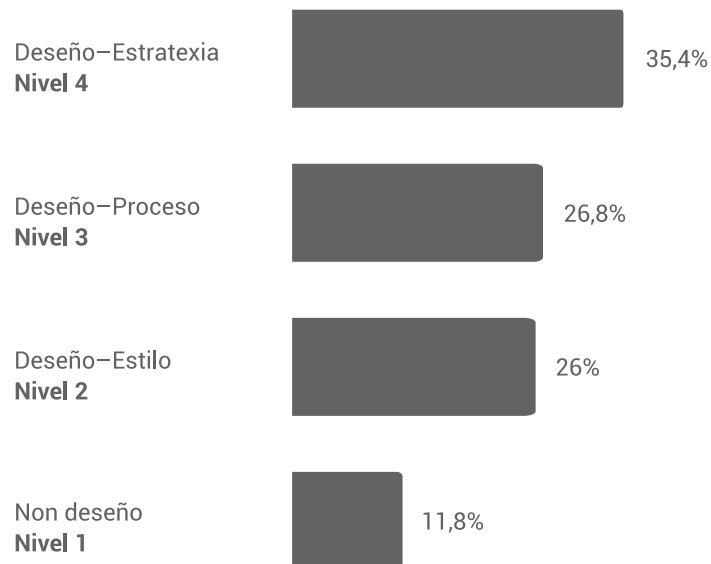
## Uso, integración e valor do deseño

### Valoración do uso do deseño na empresa

O 67,7% das empresas consideran que están situadas no nivel máis alto de integración do deseño. O 8,7% indica que o deseño non é relevante, nin o integran na súa organización nin o teñen en conta como aspecto de mellora de competitividade mediante a contratación de servizos especializados.



Existe certa tendencia á sobrevaloración do uso do deseño por parte da empresa. Con criterios medibles e obxectivos (nº de profesionais do deseño no cadro de persoal, existencia dun departamento de deseño, contratación de servizos externos de deseño, porcentaxe de investimento en deseño, cálculo do retorno do investimento en deseño, obxectivos do investimento en deseño, intención de investir en deseño nos vindeiros anos, protección do deseño e uso do deseño para a adaptación ao novo contexto), o volume de representación de empresas no Nivel 4 diminúe ata o 35,4%.



## Comparativa da valoración do deseño:

	Nivel 1 <b>Non deseño</b>	Nivel 2 <b>Deseño estilo</b>	Nivel 3 <b>Deseño proceso</b>	Nivel 4 <b>Deseño estratexia</b>
Reino Unido	56%	12%	15%	17%
Irlanda	57%	14%	13%	16%
España	47%	11%	29%	13%
Portugal	47%	23%	19%	11%
Francia	54%	22%	15%	9%
UE	56%	14%	18%	12%

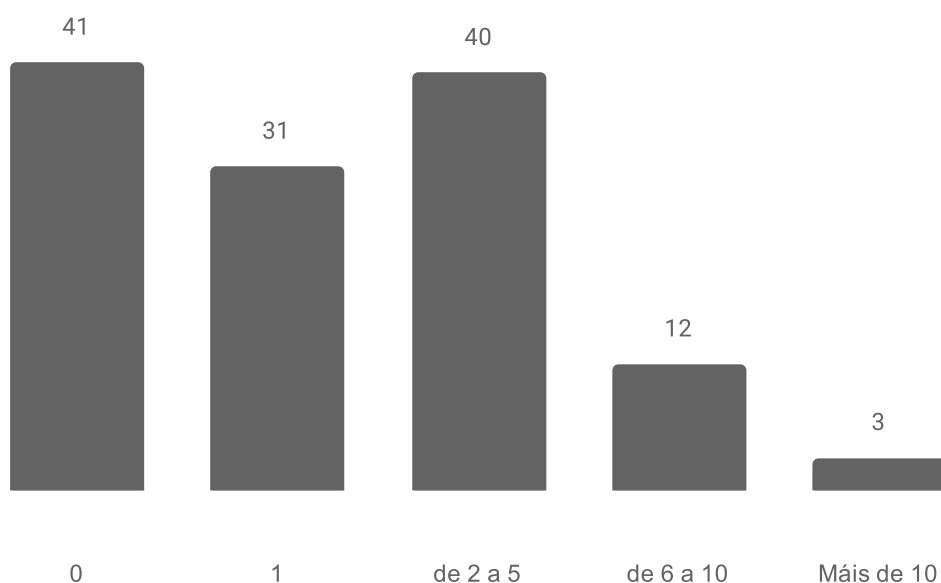
Datos do Innobarometer da Unión Europea, 2016

	Nivel 1 <b>Non deseño</b>	Nivel 2 <b>Deseño estilo</b>	Nivel 3 <b>Deseño proceso</b>	Nivel 4 <b>Deseño estratexia</b>
<b>Galicia</b>				
Opinión	9%	10%	13%	68%
Cálculo	11,8%	26%	26,8%	35,4%

Datos deste estudo, 2020

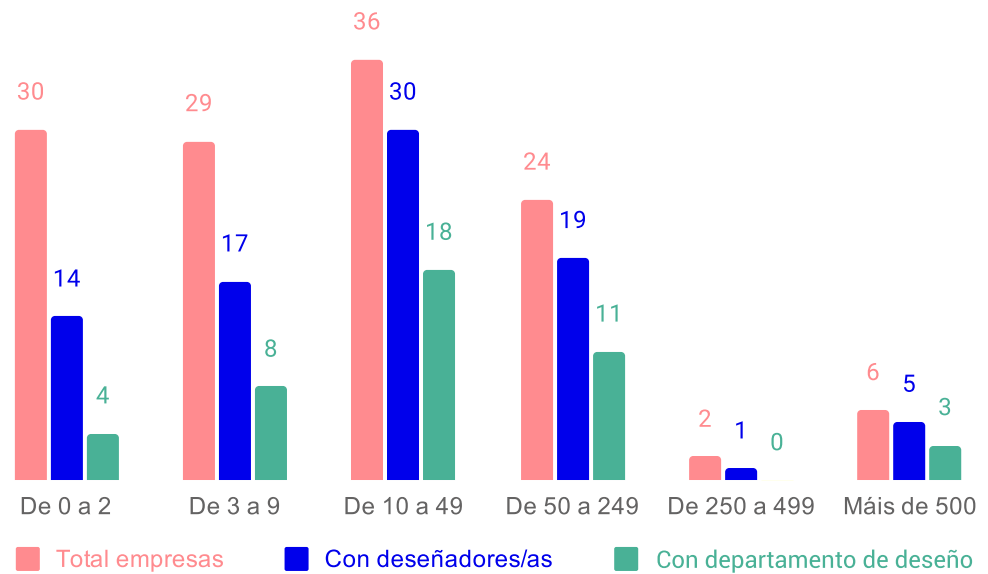
### Profesionais do deseño na empresa

O 67,7% das empresas contan con profesionais do deseño dentro da súa organización. O 31,5% ten entre 2 e 5 profesionais e o 11,8% indica que teñen máis de 6 deseñadores ou deseñadoras no seu cadro de persoal. O 32,3% das empresas non teñen profesionais do deseño na súa estrutura interna.



O 36,6% das empresas que non teñen persoal de deseño tampouco contratan servizos externos de deseño; un 12,2% contrata deseño de forma habitual e o 51,2% faino para proxectos concretos.

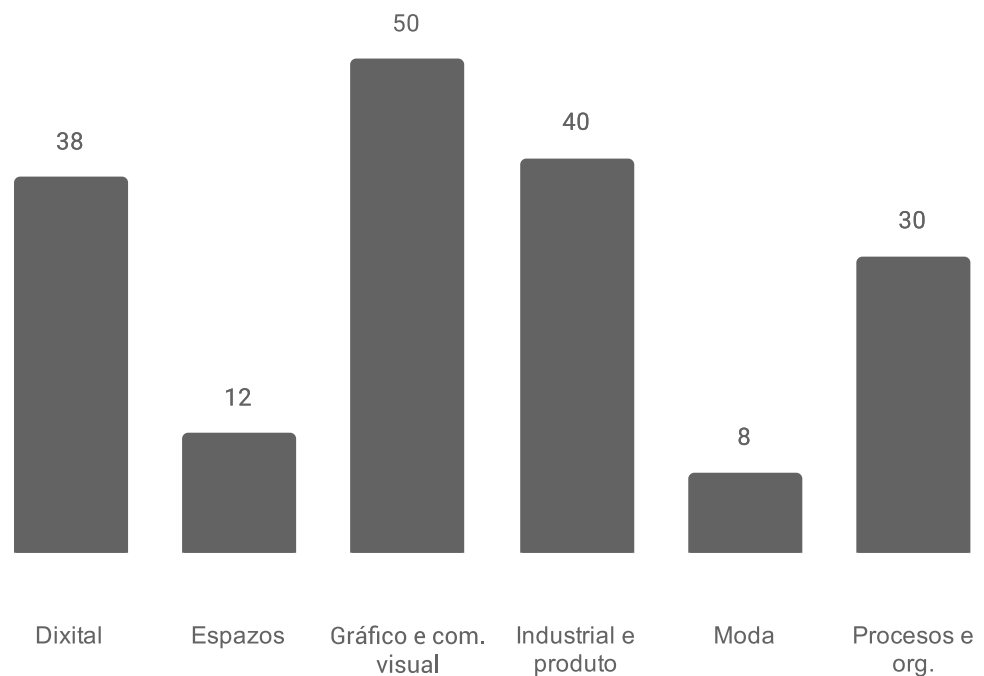
O 51,2% das empresas que teñen profesionais do deseño na súas estruturas (86 das 127) teñen departamento de deseño. O 75% destes departamentos dependen directamente de Dirección. No 25% restante, o departamento e os e as profesionais do deseño que o integran dependen doutras áreas como Produto, Tecnoloxía, Calidade, TIC ou dunha oficina técnica.



Nas empresas con cadros de persoal de máis de 10 persoas é máis habitual contar con profesionais do deseño integrados na organización. En concreto, as que teñen entre 10 e 49 persoas empregadas, contan con profesionais do deseño no 83,3% dos casos. O seguinte rango máis numeroso é o das empresas de entre 50 e 249 persoas empregadas, onde o 79% teñen deseñadores e deseñadoras no cadro de persoal.

### Servizos de deseño que se desenvolven internamente na empresa (empresas que integran deseño. Resposta multiopción)

Os servizos que máis se desenvolven internamente son os de deseño gráfico e comunicación visual, deseño dixital e deseño industrial ou de produto. O deseño de procesos e organización está representado de maneira importante nas empresas, case co mesmo peso que o deseño dixital.

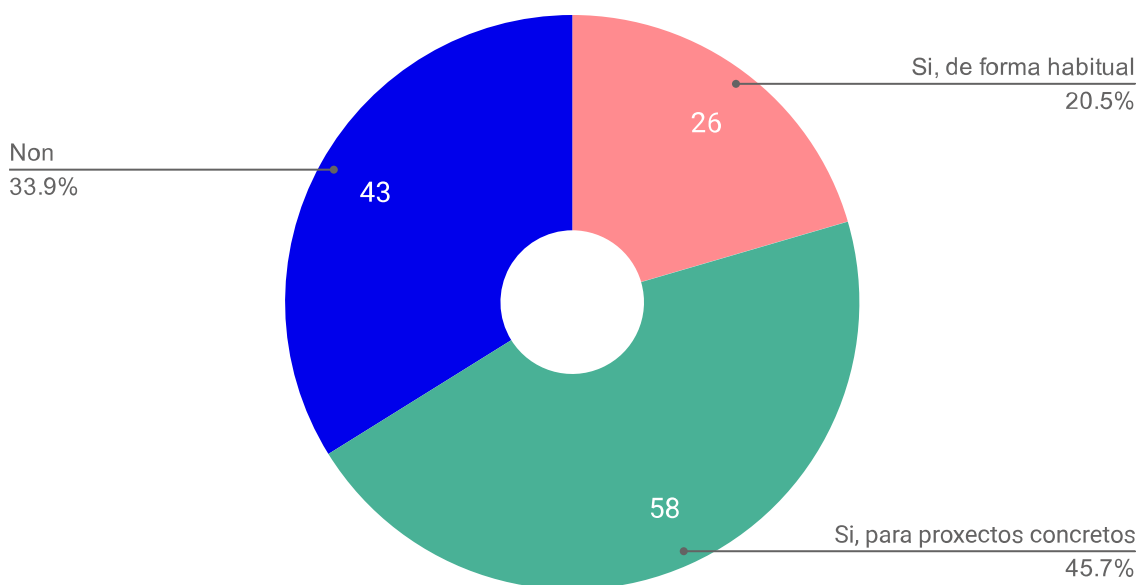


### Contratación de servizos de deseño externos

O 66,2% das empresas contratan servizos externos de deseño, ben de forma habitual, ben para proxectos concretos.

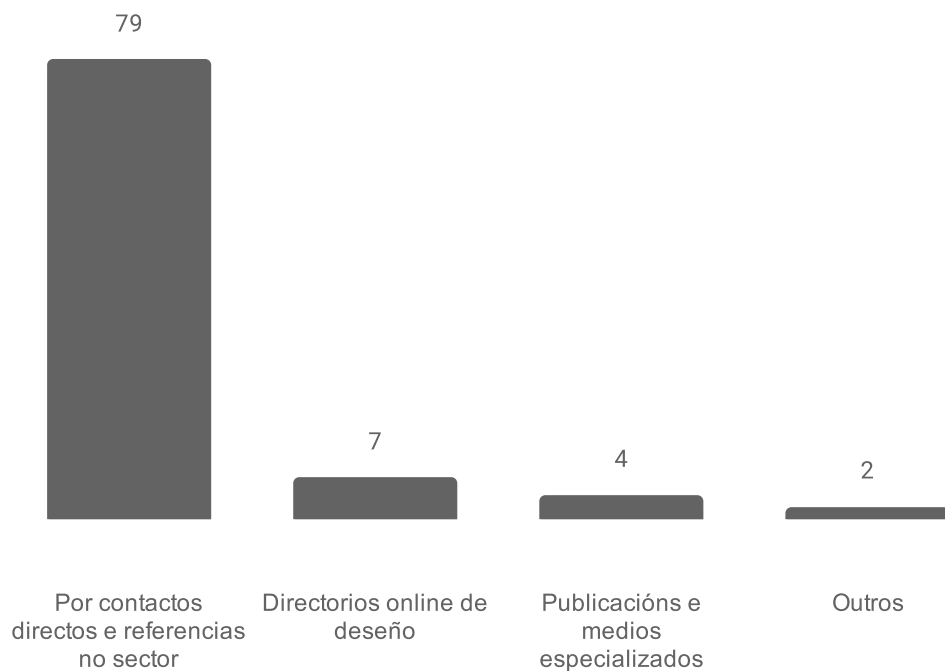
Das empresas que contratan servizos de deseño só para proxectos concretos, o 36,2% non teñen profesionais do deseño no cadro de persoal e os servizos que máis contratan son deseño gráfico e comunicación visual, deseño dixital, e deseño industrial e de produto.

Das empresas que contratan deseño de forma habitual, o 80,8% teñen profesionais do deseño no cadro de persoal e os servizos que máis contratan son tamén deseño gráfico e comunicación visual e deseño dixital; é habitual que estas empresas contraten máis dun servizo especializado.



### Como contratan as empresas os servizos de deseño

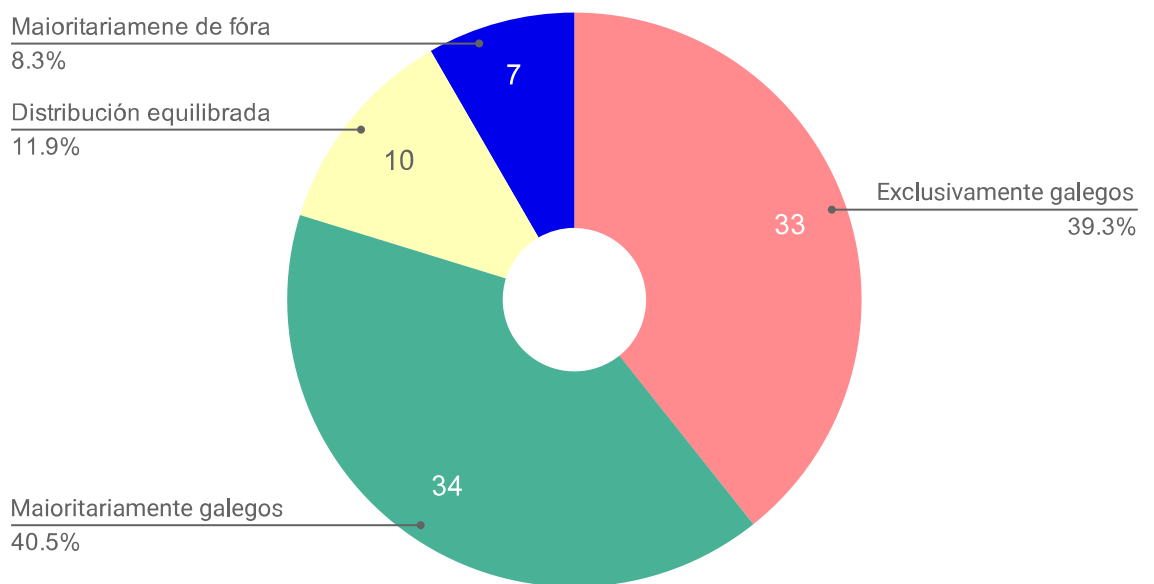
O 94% das empresas que contratan deseño externo fano mediante contacto directo ou referencias no sector. Cando precisan contratar servizos de deseño non adoitan buscar na Internet a profesionais ou estudos que poidan satisfacer a súa necesidade como primeira opción. Fano preguntando no seu contorno, a outras empresas do seu ecosistema ou a entidades ou foros sectoriais vinculados a súa actividade. Cando se lles facilita un nome ou unha referencia é cando visitan os sitios web, as redes sociais asociadas ou os portfolios.





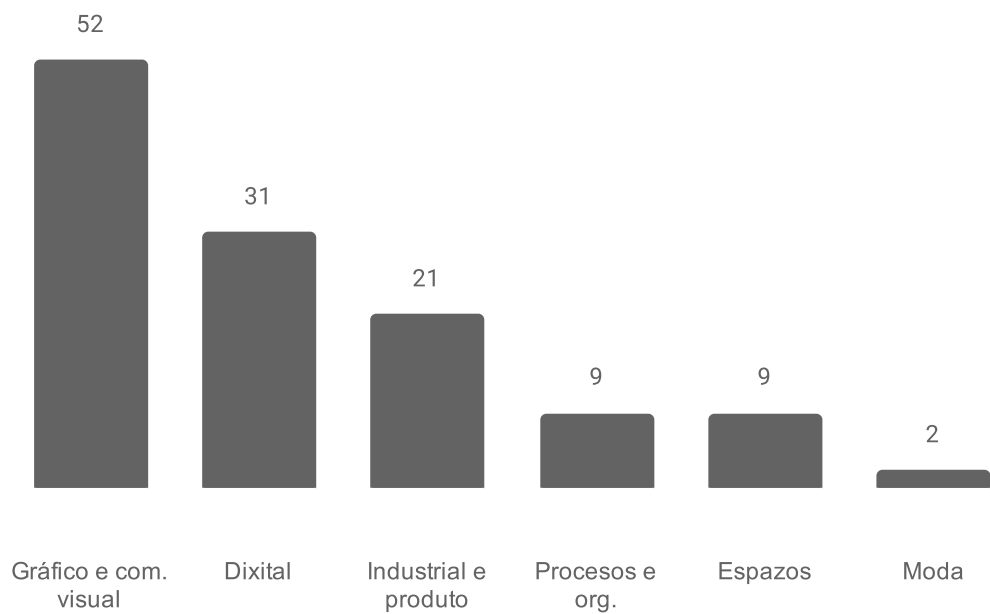
### Orixe dos provedores de deseño

O 79,8% das empresas que contratan servizos de deseño prefiren traballar con profesionais de Galicia. As razóns principais que apuntan son «proximidade», «valores da terra», «profesionalidade», «calidade», «confianza» e, nalgúns casos concretos, «porque teñen un maior coñecemento do sector».



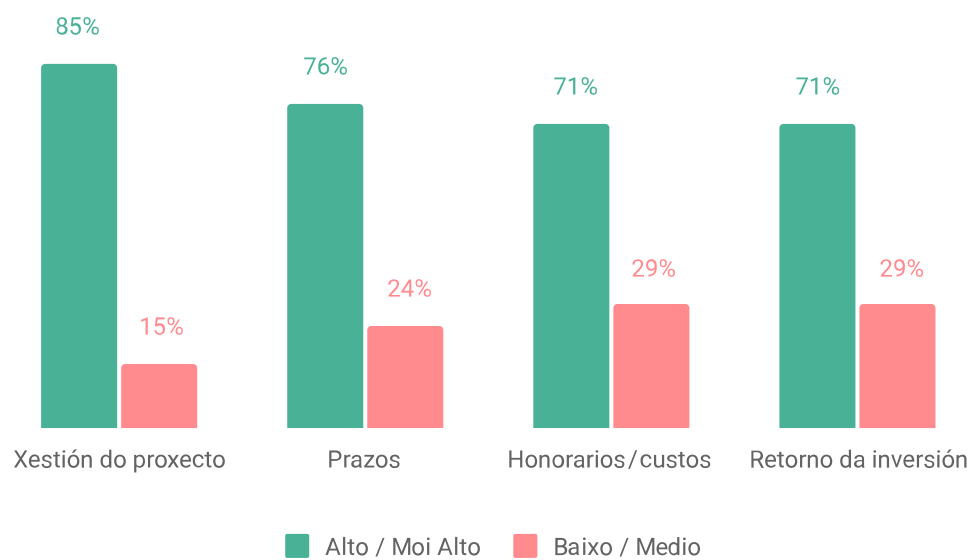
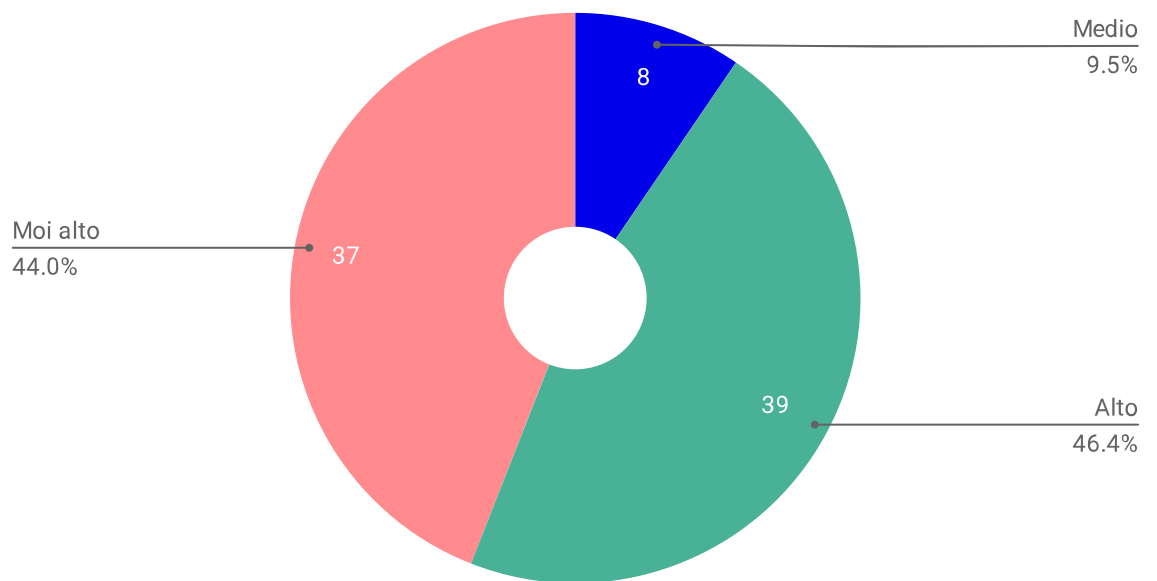
### Servizos de deseño que se contratan (resposta multiopción)

O 61,9% das empresas que contratan servizos de deseño afirman que deseño gráfico e comunicación visual é unha das disciplinas que máis utilizan, o 36,9% destacan o deseño dixital e o 25% o deseño industrial e de produto.



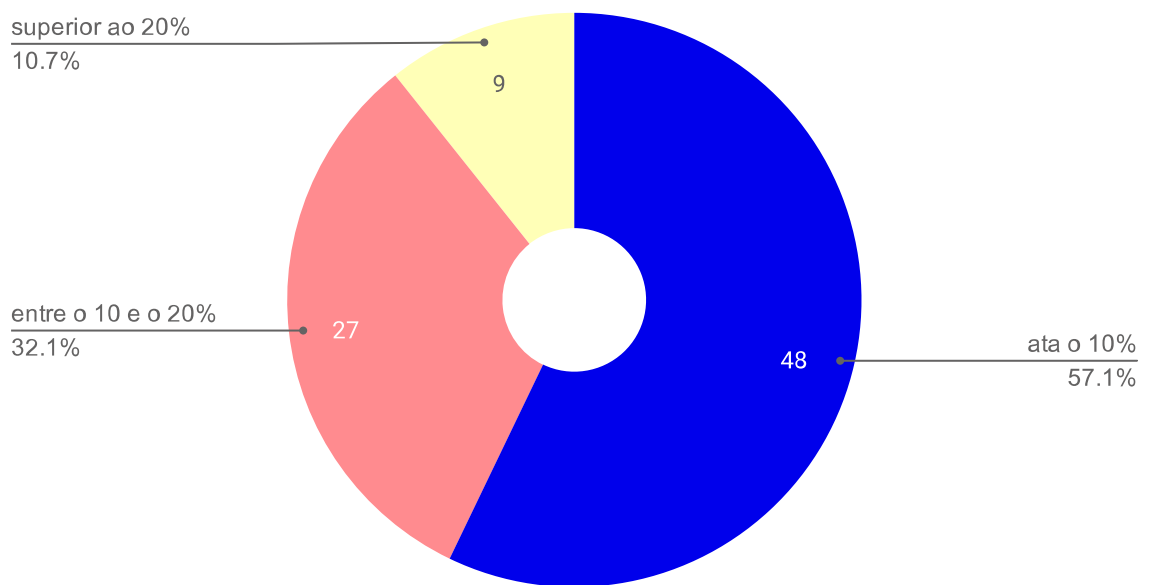
### Satisfacción do servizo de deseño contratado

En termos xerais, máis do 90% das empresas indican un alto grao de satisfacción cos servizos contratados de deseño. E mantense entre un 70 e un 85% nos catro criterios valorados: xestión do proxecto, prazos de execución, honorarios e retorno da inversión.



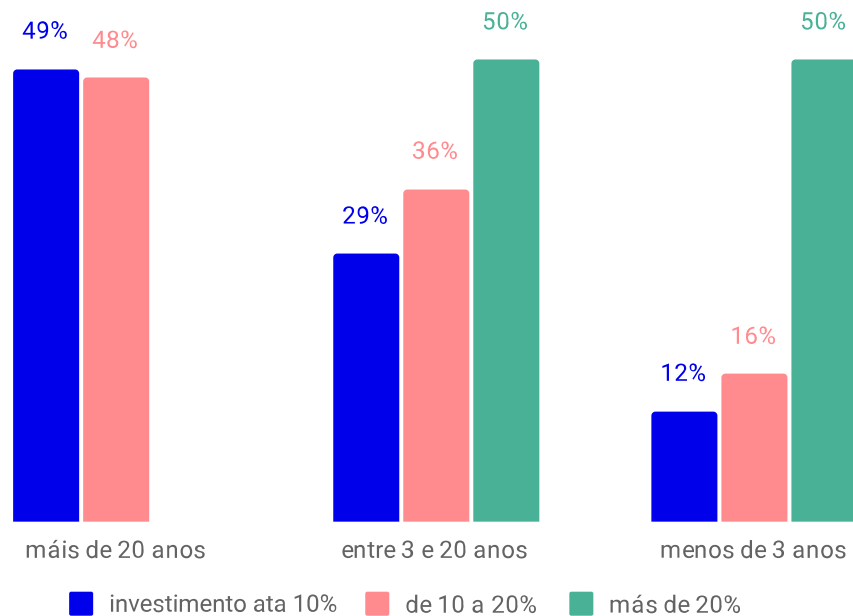
### O investimento en deseño con respecto á facturación

O 66,1% das empresas recoñecen investir en deseño en maior ou menor medida (menos dun 10%, entre un 10 e un 20% ou máis dun 20%); e non sempre se establece ese investimento con respecto á facturación. As pequenas empresas (ata 9 empregados) invisten por enriba do 10%, mentres que a maioría das medianas e grandes empresas non superan ese 10%.



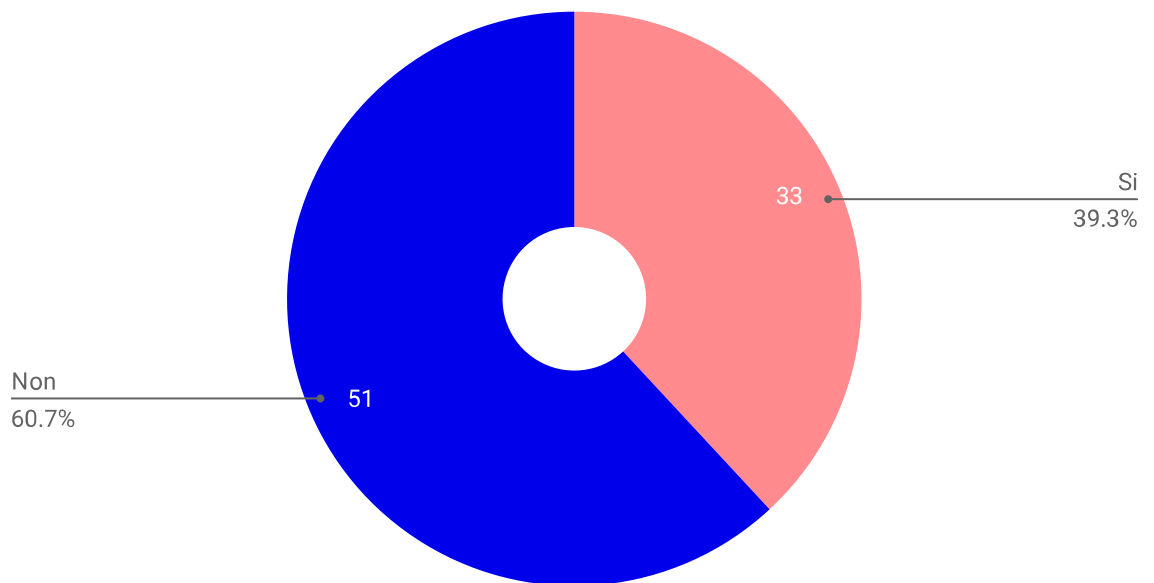
Un terzo das empresas invisten en base a outros criterios que non son a facturación, por exemplo, en función das necesidades específicas ou das oportunidades que se detectan no mercado.

A porcentaxe de investimento en deseño varía en función da antigüidade da empresa. O 50% das empresas de menos de 3 anos invisten máis do 20% en deseño, igual que aquelas que teñen entre 3 e 20 anos de antigüidade. Nas empresas de máis de 20 anos, as porcentaxes de investimento baixan e distribúense equitativamente entre o 10 e o 20% e menos do 10%.



### Cálculo do retorno do deseño nas empresas que invisten en deseño

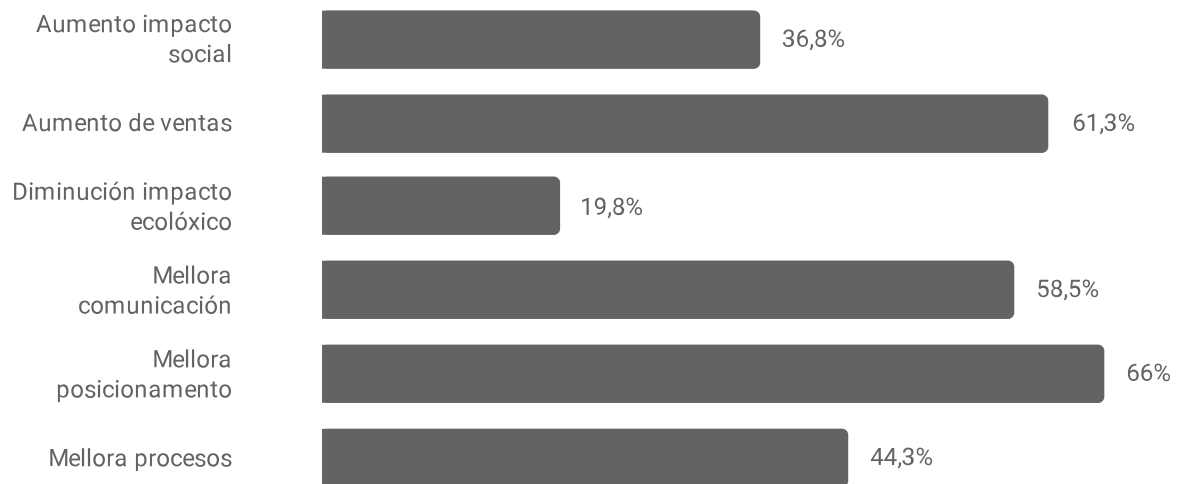
O 53,6% das empresas calculan a rendibilidade dos seus investimentos empresariais nos beneficios; e case o 40% afirma calcular a rendibilidade dos seus investimentos en deseño. Os criterios que utilizan para medir o retorno do deseño son principalmente o aumento das vendas, a mellora do *posicionamento* (visibilidade/notoriedade) e a mellora na comunicación con clientes. O 77,4% das empresas que invisten en deseño, fano para lograr varios obxectivos.



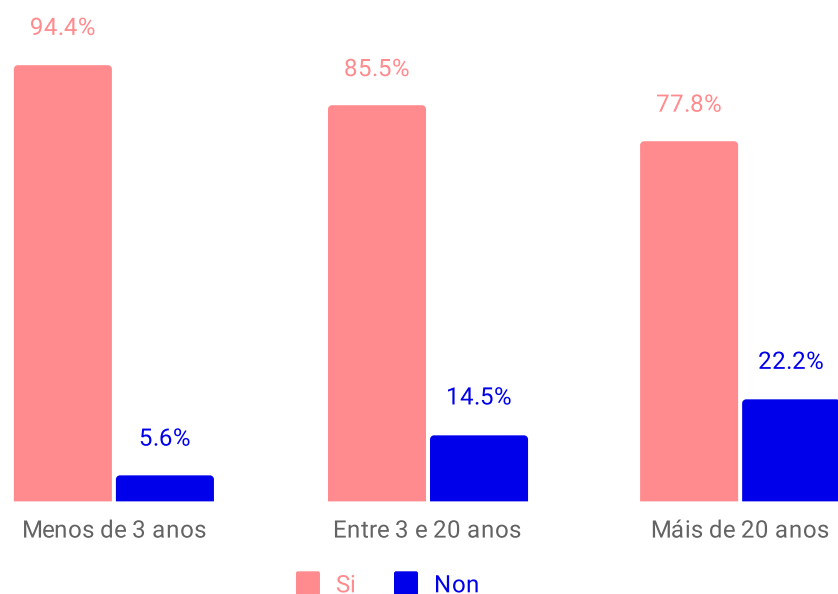
As empresas de ata 9 empregados e aquelas de máis de 250 empregados, son máis conscientes da importancia do deseño xa que case o 44% de cada rango calculan o retorno do investimento en deseño.

### Intención de investir en deseño nos próximos 3 anos

O 83,5% das empresas pensan investir en deseño nos vindeiros 3 anos. O obxectivo dese investimento é, principalmente, o aumento das vendas, a mellora do posicionamento e a mellora da comunicación coa clientela.

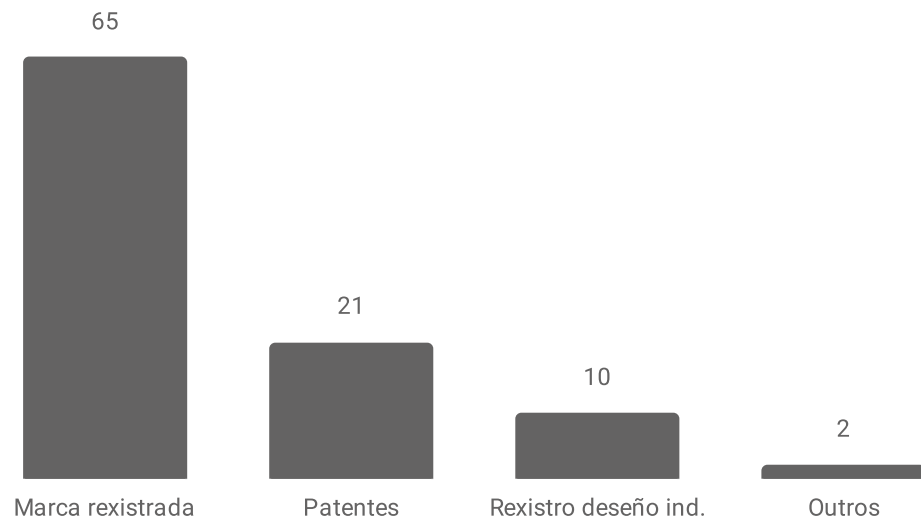


Existe unha maior disposición a investir en deseño canto menor é a antigüidade da empresa.

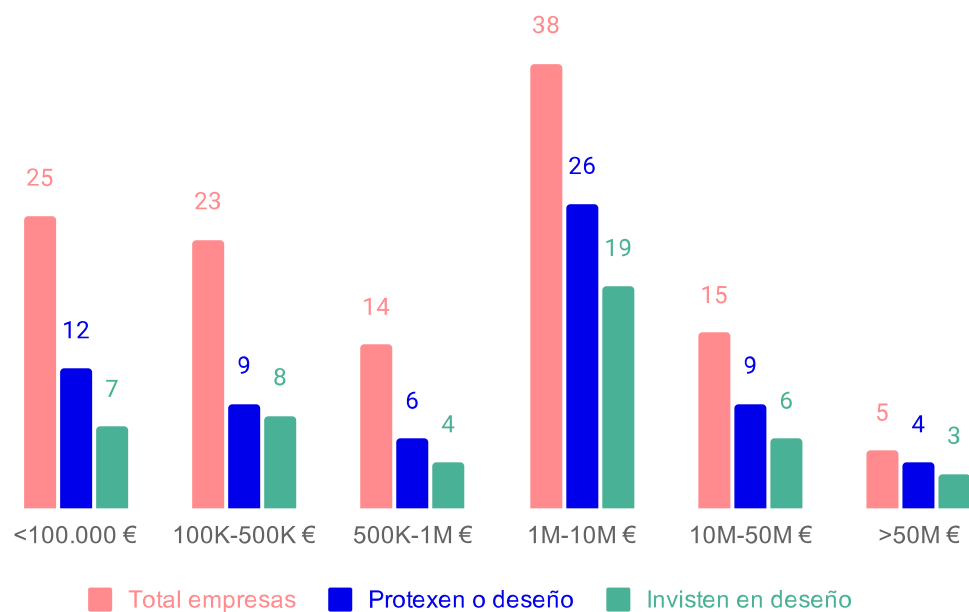


## Protección do deseño

O 57,5% das empresas protexen o deseño con algunha fórmula legal. A máis utilizada é a de marca rexistrada que pode aplicarse en calquera ámbito; en segundo lugar están as patentes, que soamente teñen aplicación en determinados sectores.



A protección do deseño está ligada coa importancia que se lle da aos procesos, servizos e produtos que as empresas desenvolven. É unha maneira máis de valorar o uso do deseño e apréciase máis nas empresas con maior volume de negocio. O 67,2% das empresas que facturan máis de 1 millón de euros protexen o deseño; daquelas que facturan menos de 1 millón de euros, só o 42,5% protexen o deseño.





### Contribución do deseño no conexto COVID-19

Preto do 40% das empresas afirman que o deseño si contribuiu a mellorar e/ou adaptar á súa empresa aos cambios producidos no ano 2020, derivados da COVID-19. A maior parte destas empresas (o 80%) contan con departamento de deseño ou profesionais do deseño no seu cadro de persoal. O nivel de integración do deseño nestas empresas é alto.

Das empresas que non percibiron a aportación do deseño para a mellora ou adaptación da situación (o 60,6%), o 40,3% non teñen persoal de deseño contratado; e un 24,7% consideran o deseño como un aspecto puramente estético ou como algo irrelevante (niveis 1 e 2 da *Design Ladder*). O valor atribuído ao deseño e a súa integración nestes casos é baixo.

**«En todo o que facemos introducimos o deseño, porque ao final é o que nos diferencia e nos fai ser máis competitivos»**

**Entrevistas.  
Perfís das empresas /**

**4.2.3**

O resultado das 19 entrevistas realizadas ás empresas (10 activas, 5 intensivas e 4 que non utilizan o deseño) vén a confirmar o sesgo detectado nas enquisas sobre unha maior consideración do uso do deseño da que logo obxectivamente se utiliza, sendo unha das causas principais a distorsión e descoñecemento que se ten dos diferentes ámbitos do deseño. En conclusión, podemos dicir que as empresas intensivas e activas teñen unha boa predisposición a incorporar o deseño nas diferentes fases da súa empresa, pero non saben como facelo.

Recolleuse moita menos información das empresas que non utilizan deseño, ao non sentirse interpeladas. Estas seguen a relacionar o deseño exclusivamente coa estética e non consideran que lles poida reportar beneficios.

## 1

Empresa de agricultura especializada en cultivo tradicional, acuaponía, hidroponía e tecnoloxía de nova creación. Participou na aceleradora Bussines Factory Food coa súa liña de produción hidropónica.

Destaca que *«o deseño é unha actividade na que participo de forma moi activa porque me gusta, pero sempre da man dun profesional que teña os coñecementos técnicos necesarios para plasmar a idea de forma profesional cara un futuro cliente»*. Traballan con profesionais do deseño gráfico e dixital a nivel externo, pero non contan cun equipo estable. Para eles o deseño de procesos e do espazo de traballo foi clave *«no funcionamento diario, a disposición das ferramentas de traballo, dos utensilios, dos consumibles... hai un condicionante clave no que ao tempo se refire porque un correcto deseño do espazo de traballo fainos aforrar unha cantidade de tempo increíble»*. Para estes proxectos non contaron con profesionais. Fixérono internamente sen persoal con formación en deseño.

## 2

Empresa con máis de 40 anos de experiencia no sector do café. Evolucionou progresivamente dunha pequena empresa familiar a unha compañía líder como torrefactora e provedora de café, con implantación internacional na distribución alimentaria e hostaleira. Pertence ao Cluster Alimentario.

Non contan cun equipo interno de deseño. Contratan externamente proxectos de deseño gráfico, dixital e de espazos a diferentes profesionais. Desde o departamento de comunicación e de márketing consideran que é moi difícil medir o retorno do investimento en deseño pero que é evidente a repercusión positiva que aporta no resultado final da súa actividade. Opinión que non comparten desde o departamento financeiro ou a xerencia, que o consideran máis como un gasto.

## 3

Empresa de base tecnolóxica (EBT), *spin off* da Universidade de Santiago de Compostela, ligada a un grupo de investigación da Facultade de Veterinaria. Centra a súa actividade en ofrecer servizos de xenética ás empresas acuícolas.

Consideran que o deseño é unha ferramenta clave para diferenciarse pero que teñen descoidada *«esa parte da comunicación»* porque traballan nun sector moi concreto, no que non precisan diferenciarse debido á pouca competencia. Fan unha reflexión sobre o seguinte: *«Agora mesmo abordariamos algún investimento en temas de deseño? Pois ao mellor non, porque intentamos manter o básico... estou falando do gráfico, non estou falando de produto porque se tiveramos que deseñar un produto si o fariamos, porque é algo que vamos a vender a un cliente»*.

## 4

Empresa de nova creación especializada na creación de complementos alimenticios e ingredientes funcionais innovadores para a industria alimentaria. Participou na aceleradora Bussines Factory Food.

Aplican o deseño de forma absolutamente estratéxica. Deseñan produtos orixinais desde o punto de vista da fórmula, da personalización de produtos para os seus clientes e incluso dos envases e do etiquetado. *«En absolutamente todo o que facemos introducimos o deseño, porque ao final é o que nos diferencia e nos fai ser máis competitivos»*. Traballan cun equipo externo estable de deseño gráfico e dixital. Comentan que *«o noso deseñador é absolutamente parte do éxito da compañía»*. Consideran o deseño como un investimento cun retorno espectacular, sempre e cando se contrate a profesionais.



## 5

Empresa familiar de segunda xeración. Expertos en nutrición animal, fabrican premesturas vitamínico-minerais, aditivos, pensos minerais e pensos complementarios para fabricantes de pensos. Pertence ao Cluster Alimentario.

Consideran o deseño como algo estético. Traballaron puntualmente con tres profesionais para deseñar a marca da empresa, material gráfico corporativo e a páxina web actual. As súas experiencias con profesionais do deseño foron moi boas. Aínda así, non contrataron profesionais de deseño para outros procesos porque non o consideraron necesario nin tiñan coñecemento de que o deseño puidese servir para trazar unha estratexia. Despois da descuberta, recoñecen que o deseño pode aportar moito neste campo e comenta *«se a idea é boa pero non a sabes plasmar, non a sabes plantexar, non tes boa acollida»*.

## 6

Empresa produtora de deseño e modelado de superficies do sector do automóbil, participa en programas como EMMA ou Re-acciona, significativa do sector, conta entre os seus clientes con grandes marcas da automoción.

Consideran que o deseño forma parte do ADN da empresa e teñen o deseño como estratexia de funcionamento, **«sen o deseño nós non existiríamos»**. Teñen departamento de deseño propio con cinco persoas fixas, pero para deseño gráfico e deseño dixital contratan servizos externos, aínda que din participar **«moi activamente, porque non conseguimos a ninguén que sexa capaz de transmitir por medio do deseño gráfico o que realmente queremos. Ao final sempre teño que facer un PowerPoint co que quero para que saiban transmitir a idea do negocio»**. Consideran que os profesionais de deseño gráfico deberían coñecer máis a industria para a que van traballar, aínda que tamén recoñecen que invisten pouco neste apartado, **«non máis do 1%, ao ano, fronte a investimentos máis importantes de software e demais ferramentas coas que desenvolvemos o noso traballo»**.

## 7

Importante empresa tecnolóxica, con 120 persoas no cadro de persoal, e con vinte anos de traxectoria. Forma parte do Cluster TIC Galicia.

Aplican o deseño de forma transversal, implicándose toda a empresa. **«Todo o concepto de crear un novo produto fixémoslo na casa (fala da empresa co termo ‘casa’ para diferenciar os servizos externos). Isto axúdanos a diferenciarlos e é un factor de innovación».** No departamento de comunicación son catro persoas e unha ten titulación específica en deseño. Contratan profesionais externos para proxectos concretos de deseño, por exemplo, de interiores ou de comunicación. Consideran que o deseño serve para diferenciarse e innovar, xerar novas ideas e solucións. **«O deseño axúdanos a vender os servizos [...] buscamos a excelencia, a calidade, e que os resultados sexan os máis óptimos».** Consideran importante ás persoas, tanto ao equipo humano que constitúe a empresa como aos clientes. Monitorizan e preguntan moito, mantendo unha relación próxima cos clientes. Así, non teñen un retorno obxectivo sobre o deseño, pero si subxectivo sobre a consideración e o aliñamento de valores cos clientes.

## 8

Empresa familiar pioneira e referente na fabricación de taboleiros de madeira, conta cun cadro de persoal de máis de 3.000 persoas e forma parte do Cluster da Madeira.

Implementan o deseño en todos os campos. **«Somos unha empresa industrial, fabricante de material, alonxada dun produto final que teña unha función determinada, pero aínda así, consideramos o deseño en todas as estruturas».** Esa incorporación do deseño vén da man da incorporación das novas xeracións ao cadro de persoal. A incorporación de profesionais de deseño é algo recente. Consideran que non hai escolas ou lugares onde aprender algo tan concreto como é o desenvolvemento de produto (da madeira) e vaise incorporando xente a través dos provedores do sector, **«é moi endogámico».** Teñen no cadro de persoal tres persoas para deseño organizativo e procesos informáticos e catro nun departamento específico de deseño. Os equipos son multidisciplinares e nada estancos, **«os nosos compañeiros de oficina técnica, na oficina de transformación, non están no departamento de deseño pero tamén fan deseño, traballamos en ‘mesas de necesidades’ con diferentes especialistas e organizándonos por ‘canles’, de distribución, industriais, etc».**

## 8

**«Nós aplicamos desde hai máis de dez anos o método organizativo Kaizen... aínda que non teñamos un departamento de deseño como tal, porque teríamos que nomear a todo como ‘de deseño’, ‘deseño de maquinaria’, ‘deseño informático’, etc. Así identificamos exclusivamente o deseño de desenvolvemento de produto, onde ten identidade propia». Cando o precisan traballan con profesionais externos, tendo en conta o contexto e o lugar para chegar ao público.**

O departamento de deseño ten liberdade para propoñer e facer orzamentos dos proxectos. O retorno baséase no rendemento das vendas. O deseño está moi ligado nesta empresa á innovación, encargándose sobre todo do CMF (cores, materiais e acabados) e buscando ferramentas que axuden a poñer en valor o produto.

## 9

Centro tecnolóxico privado que integra, entre outras, a oito das compañías máis importantes do sector TIC. Deseña produtos «á carta» para cada cliente. O seu obxectivo é axudar ás empresas para xerar beneficios.

Teñen un amplo coñecemento sobre a diversidade empresarial en Galicia e perciben un aumento do uso do deseño nos últimos anos, sobre todo nas empresas que entenden o deseño como importante aínda que non primordial (activas), esas son as empresas que mellor están comprendendo a necesidade de **«destacar e darse a coñecer»**.

Contan cun departamento de deseño que aglutina todas as necesidades que poidan ter, e con colaboracións externas **«sobre todo para comunicación e márketing, o resto asúmese facendo un pouco todos de todo»**. **«Todo o que facemos ten que trasladar o que somos, unha organización innovadora e fiable, polo que para nós é fundamental a comunicación»**.

## 10

Empresa familiar de terceira xeración que elabora un produto moi específico. Traballan 17 persoas na empresa e forman parte do Cluster da Madeira.

Non utilizan o deseño en ningunha das fases do proceso da súa empresa e nunca se presentou a necesidade de deseñar a súa marca nin o espazo de traballo, podería considerarse o deseño de produto pero pensan que na súa empresa ten pouca marxe ao ser un produto moi definido. Precisamente, un dos motivos para non utilizar deseño pensan que pode ser o feito de que non hai profesionais do deseño para o seu sector, ou con suficiente experiencia para esa produción tan concreta; tamén explican que a súa carteira de clientes é fixa, e que teñen máis demanda do que poden producir. Así que sempre primaron a produción e non se pararon a pensar se podería mellorar o rendemento coa incorporación do deseño na fábrica. Para a súa páxina web teñen contrato externo, cunha empresa de informática que conta cun deseñador gráfico.

# 11

Empresa familiar de segunda xeración que comeza en 1984 cun pequeno obradoiro de ebanistería, no que realizaban deseño propio e mobiliario exclusivo para cliente comarcal. A finais dos noventa dan o paso para converterse nunha empresa contrutora, amplían as instalacións e van evolucionando ata a actualidade. Agora contan con máis de 120.000 metros cadrados, con máis de 550 persoas empregadas e presenza en máis de 70 países. Forma parte do Cluster da Madeira.

Na actualidade os clientes xa aportan o deseño, polo que o departamento de deseño o único que ten que facer é adaptacións para que sexa factible ou máis competitivo antes de produci-lo. Manteñen unha parte de produción artesanal de ebanistería pero é unha parte moi pequena da empresa porque apenas hai demanda. A comunicación subcontrátana, por exemplo, a páxina web encargáronlla a un programador web, a anterior fixérala de forma interna, pero querían algo *«máis profesional e actual»*. O departamento de deseño da empresa ten dous deseñadores, un de interiorismo e o outro gráfico, cubren as diferentes necesidades de deseño, tanto de produto como de comunicación, o seu rol é multidisciplinar. Consideran importante o deseño na empresa para achegar solucións e que a dirección estea marcada por un compromiso coa calidade e a excelencia.



## 12

Empresa que comezou cun primeiro albergue en 2008, en Santiago de Compostela. Hoxe conta con 41 hoteis e seguen medrando. Pertence ao Cluster de Turismo.

**«Grazas ao deseño, para nós estratéxico, é de feito unha actitude que nos leva a buscar oportunidades en todas as situacións, a adaptarnos ás pequenas lagoas que poidan existir. Como resultado, as longas estadias melloráronse moito e conseguimos que, hoxe, máis do 50% dos ingresos procedan de persoas que levan máis dunha semana nos hoteis. Grazas tamén ao deseño de ferramentas tecnolóxicas e á xestión. Consideramos que o deseño é transversal a todas as áreas, con máis de 200 empregados na actualidade, hai 6 disciplinas nas que se presta especial atención ao deseño: identidade corporativa, gráfica e publicidade, sinalética, deseño web e aplicacións, deseño de mobles e deseño de interiores».**

**«Na empresa, somos moitos profesionais directa ou indirectamente relacionados co deseño, aínda que non están dentro dun departamento específico con funcións de deseño, como por exemplo na definición do modelo de negocio, ou modelos, xa que hai varias liñas, e na definición dos produtos, servizos, campañas, etc... aínda que moitas tarefas de deseño pasan polo departamento de márketing, é un traballo de moitos brazos. A estratexia do departamento de márketing fusiona coa doutros departamentos, como vendas, revenue management, operacións, etc. Deste xeito, logramos, por unha banda, atraer a un tipo de cliente moi específico, que normalmente viaxa por negocios e require un tratamento particular e máis estreito con instalacións (como unha tarifa especial, reserva directa, etc.), e por outra banda, conseguimos que repita quen veña».**

**«Neste último caso, faino directamente, polo que, aínda que o cliente sexa captado a través de OTA ou axencia, a súa fidelidade convérteo nun cliente de venda directa máis tarde. Pero ao mesmo tempo, unha das estratexias é aplicar unha xestión moi coidada e unha subministración de recursos humanos moi reducido para facer rendibles estes pequenos hotéis desde o punto de vista da xestión. Este dilema do día a día entre o retorno curto e o deseño de estratexias durante meses, incluso anos por diante, pode ser un pouco contradictorio nalgunhas ocasións, porque enfocar un deseño no curto, moi específico e estacional, pode chegar a chocar cunha estratexia a longo prazo. Por exemplo, tentar atraer clientes na situación actual a miúdo implica a aplicación de promocións moi agresivas, que na nosa estratexia a longo prazo non teñen cabida se estamos a intentar aumentar as marxes de beneficio ou abandonar a etiqueta do low cost progresivamente».**

Único xornal dixital de turismo especializado no norte de España e Portugal. Pertence ao Cluster da Comunicación.

**«O deseño está no noso ADN como medio de comunicación. Somos 4 no departamento de deseño e non contratamos a profesionais externos do deseño porque temos persoal capaz de desenvolver calquera tarefa de deseño, desde obviamente o deseño editorial pasando polo deseño gráfico e comunicación visual, deseño da marca gráfica, deseño de pezas gráficas e de comunicación, sinalética, pero tamén o deseño dixital, web e aplicacións, audiovisual, como principais actividades».**

**«Para nós, o deseño é un investimento que, máis cedo ou máis tarde, ten un retorno para a empresa que gasta cartos nel. A gran pregunta é saber o que é cedo e o que é tarde, a todos nos gustaría que fose o máis cedo posible, é por iso que necesitamos ferramentas que midan todos eses intanxibles que manexamos, ordenándoos nunha escala de tempo, en definitiva, unha ferramenta de planificación estratéxica aplicada ao deseño. Hai moitas ferramentas por aí pero ningunha que se adapte ao que precisamos cando falamos do retorno do investimento en deseño. O gasto comparándoo co retorno, por exemplo, se por un deseño innovador saes na prensa, canto costaría ese anuncio na prensa? Máis ou menos do que gastaches no deseño? É só un exemplo, se rabuñamos un pouco, atoparemos moitas necesidades».**

Cooperativa de venda de produtos ecolóxicos formada íntegramente por mulleres. Pertence ao Espazo COOP.

**«A pandemia foi un tempo para a reflexión para reafirmar os nosos valores. Decidimos cambiar radicalmente a nosa actividade e crear unha cooperativa de venda de produtos de quilómetro cero para tocar, ulir, ver, escoitar e degustar. Como deseñadoras que somos, traballando para axencias de publicidade durante moitos anos e promovendo o consumo irracional, decidimos verter a nosa experiencia e coñecemento nun proxecto cooperativo que fomente o consumo responsable e sensorial, non dixital. Agora, non é nada doado crear unha empresa no medio dunha pandemia, menos como cooperativa, menos sendo todas mulleres, menos apostando por outro tipo de consumo e menos considerando o deseño en todas as súas facetas como motor. As axudas son poucas, é máis fácil montar unha gasolinera que unha cooperativa de produtos ecolóxicos».**

Empresa produtora de plantas aromáticas, especias e infusións, que cultiva e desenvolve produtos responsables coa terra e os seus habitantes, para crear un mundo mellor para as personas. Pertence ao Cluster Alimentario.

*«O perfil do deseñador ou da deseñadora que buscamos é unha persoa feliz, comprometida, responsable, creativa, atenta, asertiva, intelixente, perspicaz, inqueda, con actitude positiva, sociable, empática, comunicativa, analítica, con autoestima, adaptable, motivada, inconformista... O ego é o único que non encaixa».*

*«Confiamos en deseñadoras e deseñadores para axudarnos a situarnos mellor e vender máis, xa que o obxectivo é o lineal do súper. O deseño é a expresión da nosa razón de ser, a expresión do propósito que nos move. Agora, non nos enganemos, aínda que todo entre comiñas é o deseño, o momento da verdade está no lineal, na zona cero, no lugar onde ten que funcionar a gráfica, nas xerarquías dos textos, as tipos, o tamaño, a orientación, en calquera das caras dun cadro, as texturas, as cores, a súas manchas, pero tamén o tamaño das caixas, o seu cheiro, a cantidade de doses que deben conter, o diálogo entre as distintas caixas da marca...»*

Aplican o deseño de paisaxes, envases, gráfica aplicada, identidade, ferramentas dixitais, o servizo, tipografía, etc... e con ferramentas de cálculo do seu retorno.

***«Non é o mesmo avaliar o retorno dunha campaña de dúas semanas ou medir o retorno da nosa imaxe a cinco anos. Na nosa opinión, non é imposible medir o impacto do deseño, sempre hai un xeito de medilo. Está claro que o retorno das accións promocionais, normalmente son a curto prazo, non se mide do mesmo xeito que, por exemplo, as accións de marca, que normalmente son a longo prazo. Medir, xustificar e demostrar non só é necesario para definir un plan de ruta, algo no que confían os inversores, non só nun momento concreto, senón tamén para garantir o futuro do proxecto».***

O fundador da compañía (hoxe terceira xeración) decidiu en 1967 investir nun camión para dedicarse ao transporte de terras. Sete anos despois cambia de vehículo e coloca nel unha grúa. Foi a semente da actual empresa, unha firma que hoxe conta con 28 empregados, que factura 3 millóns de euros ao ano e que participou na creación do paseo da Coruña, do peirao do Centenario ou na ampliación da refinería de Repsol. Cun activo de ao redor de 6 millóns de euros, os resultados representan aproximadamente o 10%. Xa son a terceira xeración e teñen que seguir investindo. Conseguir unha máquina nova custa por exemplo máis dun millón de euros, e debe responder claramente a unha estratexia deseñada a longo prazo.

***«Non tivemos a necesidade de contratar profesionais do deseño, aínda que ocasionalmente contratamos servizos de deseño para, por exemplo, a web. Agora, o deseño incorpórase á maquinaria que mercamos e con investimentos cuxo rendemento non se espera para 10 anos, polo que o deseño é fundamental. Como empresa de servizos BtoB, formamos parte dunha cadea e o deseño destes servizos debe encaixar nos modelos económicos actuais, que están en constante cambio, como a economía circular na que participamos activamente».***



Expertos en gravado láser sobre madeira, metal e outros materiais. A principal actividade, aínda que non única, é a personalización de produtos. Gravan calquera deseño en diferentes materiais dun xeito sinxelo, limpo e rápido. Son unha cooperativa cun equipo multidisciplinar. Fabrican e marcan miles de produtos adaptándose a cada tipo de negocio.

*«O deseño é intrínseco para nós. Agora, fuxindo de que nos guste ou non, é dicir, da estética, está claro que o deseño para nós é ante todo a súa eficiencia, que sirva, por iso a importancia dos procesos en todo o que se refire ao deseño, desde o primeiro momento, desde o orzamento ata a entrega dos nosos produtos. O deseño está en todo, é como respirar, sen aire non respiramos, sen deseño non funcionamos».*

*«Agora, é unha loita constante, se é para máis ou mellor deseño, con foco nos resultados. É unha loita contra os tempos, o noso tempo, o tempo das máquinas, o tempo dos provedores, o tempo dos pagos... O maldito tempo... Se o deseño é estratéxico? Si, pero tamén é relativo. A nosa obsesión por un bo deseño radica nos procesos e, por suposto, na metodoloxía e métodos para mellorar os resultados. Por esta razón, non contratamos servizos de deseño fóra, non cremos no que nos di un deseñador externo sobre como temos que facer as cousas. O deseñador/a tería que facerse socio/a da cooperativa e traballar desde dentro, comprometido cos valores da economía social e solidaria. Neste momento temos un deseñador subcontratado, pero coa idea dunha futura incorporación».*

Empresa familiar que combina a produción de leite de vaca coa elaboración de queixos. O número de cabezas coas que conta a explotación é de arredor de 200, dispoñendo de 103 hectáreas para a produción de forraxes.

Na actualidade da emprego a 11 persoas, sen contar as persoas asociadas, elaborando distintos tipos de queixos, sempre a partir do leite da súa propia explotación. A produción anual é de preto de 130 toneladas de queixo, dos que o 70% é de queixos frescos e o 30% de queixos curados. Se fose por día, equivale a entre 400 e 500 queixos ao día.

*«É difícil para min saber se o deseño é importante para a nosa empresa, non sei se somos conscientes que é o que significa, pero, mentres falamos, sen pretender dicir que utilizamos deseño, decátome de que a miúdo usamos a palabra. Levamos un ano esperando que o deseñador que contratamos nos entregue a web. Cando falamos, non entendemos o que nos quere dicir, preguntounos cousas que no entendiamos ben. Dixéronnos que é un estudio moi importante. Nunca chegou ata a granxa, incluso dubidamos que saiba de onde vén o leite da vaca, non lle imos preguntar de onde vén o ovo, non vaia ser».*

É unha empresa familiar. Comezou a comercialización en 1998 con algas. Nos primeiros anos procesáronse, para comercializalos, deshidratados e enlatados. Os seus produtos en po, salgados e frescos pódense atopar actualmente en diferentes países dos cinco continentes. Pertence ao Cluster Alimentario.

***«Se me pides que explique como chegamos aquí [...] podo dicir que grazas ao deseño. Cando investigamos e experimentamos, é con sentido, responsabilidade e compromiso, pode chamarse deseño estratéxico, non? Ou noutras palabras, unha estratexia que non ten en conta o deseño nas súas múltiples facetas non tería sentido. Sería absurdo. Coñecer en profundidade as calidades organolépticas das algas, criar ourizos e elaborar delicadas conservas de ovas de ourizo, fígado de rape co seu sabor e textura, co que os grandes cociñeiros de todo o mundo deseñan pratos, mexillóns con algas, infusións de algas, pasta de sémola de trigo con algas e outros produtos, con todo o sabor e riqueza do Atlántico, a nosa horta é de deseño».***

**«E coidamos a nosa horta subacuática, porque temos claro que o mar é a nosa fonte de vida e o futuro do planeta terra. Pero tamén coidamos á nosa xente, 56 empregados na actualidade, pero hai moitos colaboradores que non forman parte do persoal, investigadores, cocíñeiros e xente do mar en xeral. É o caso dos deseñadores (identidade, gráficos, embalaxe, espazos...), non están no cadro de persoal, pero como se o estiveran, depende de como o mires. O deseño non se encarga, pero é unha parte activa, con conversas semanais e non por videoconferencia. Falamos no seu estudio, normalmente co deseñador de referencia (levamos 30 anos traballando xuntos) e o seu equipo, pero especialmente nas nosas instalacións, nas granxas mariñas ou a bordo de barcos, é como entendes o que facemos e sobre todo por que o facemos. Un deseñador que non abandona o seu estudio non podería interpretar e comunicar o que facemos».**

«Confiamos en deseñadoras e deseñadores para axudarnos a situarnos mellor e vender máis, xa que o obxectivo é o lineal do súper»

**Enquisas e entrevistas a  
profesionais do deseño /**

**4.3**

**Conclusións /**

**4.3.1**

- 1** A maior parte dos e das profesionais do deseño en Galicia exercen a profesión con coñecementos académicos sobre a mesma, tendo, a maioría, titulacións superiores especializadas ou relacionadas co deseño.
- 2** Existe a necesidade de ofrecer máis formación complementaria en deseño en Galicia, ben a través de mestrados e posgraos especializados, ben a través de obradoiros ou cursos específicos impartidos por profesionais das diferentes disciplinas do deseño.
- 3** Existen profesionais do deseño rexistrados noutros CNAE ligados directa ou indirectamente coas diferentes disciplinas do deseño que se describen no CNAE 7410 de actividades de deseño especializado; evidenciando a dispersión que hai no sector e a dificultade para obter estatísticas máis axustadas á realidade.
- 4** Os e as profesionais independentes tenden a desenvolver o seu traballo nunha oficina no propio domicilio; mentres que as empresas e estudos de deseño o fan en oficinas independentes.
- 5** O tipo de empresas de deseño existentes segue a tendencia de empresa predominante en Galicia: micropemes (menos de 10 asalariados); sendo maioritarias aquelas con menos de 5 persoas asalariadas.
- 6** Das disciplinas do deseño definidas na taxonomía, as que máis se desenvolven son deseño gráfico e comunicación visual e deseño dixital, tanto en profesionais por conta propia como por conta allea.
- 7** Non se aprecian diferenzas destacables nas distintas disciplinas do deseño segundo o xénero. A representación de homes e mulleres en cada una delas é equilibrada. Pola conta, evidénciase un desequilibrio entre as persoas que exercen a profesión por conta propia, sendo o 60% homes e o 38,6% mulleres.



- 8** Os e as profesionais do deseño traballan cunha ampla variedade de sectores, tocando todas as ramas da clasificación CNAE de actividades económicas; tamén hai unha alta porcentaxe de profesionais que traballan co cliente final.
- 9** A clientela dos e das profesionais do deseño por conta propia é maioritariamente galega. A ecuación entre oferta e demanda é equilibrada existindo representación de todas as disciplinas do deseño.
- 10** As empresas que teñen deseñadores e deseñadoras nos seus cadros de persoal apostan por postos de traballo a xornada completa en máis dun 90% dos casos.
- 11** O nivel de remuneración dos e das profesionais do deseño contratados por conta allea é baixo, sendo o salario máis numeroso o de 14.000 €/ano (Salario Mínimo Interprofesional). Cómpre actualizar os rangos salariais conforme aumenta o tempo de permanencia na empresa.
- 12** Existen diferenzas entre o groso do rango salarial no que se moven as mulleres e os homes dentro do sector do deseño, sendo o primeiro entre 14.000 e 24.000 euros e o segundo ata 36.000 euros.
- 13** En termos xerais, a crise da COVID-19 impactou de forma negativa tanto nos/nas profesionais independentes como nas empresas de deseño.
- 14** Un terzo dos profesionais e estudos de deseño considera que os seus clientes valoran o deseño como estratéxico. En proporcións similares, case o 40% dos deseñadores por conta allea considera que a súa propia empresa percibe o deseño como un valor estratéxico.

**«Galicia conta cun alto nivel na oferta de deseño, respectado e valorado. O futuro do sector dependerá da nosa capacidade de adaptación ante as situacións que veñen».**

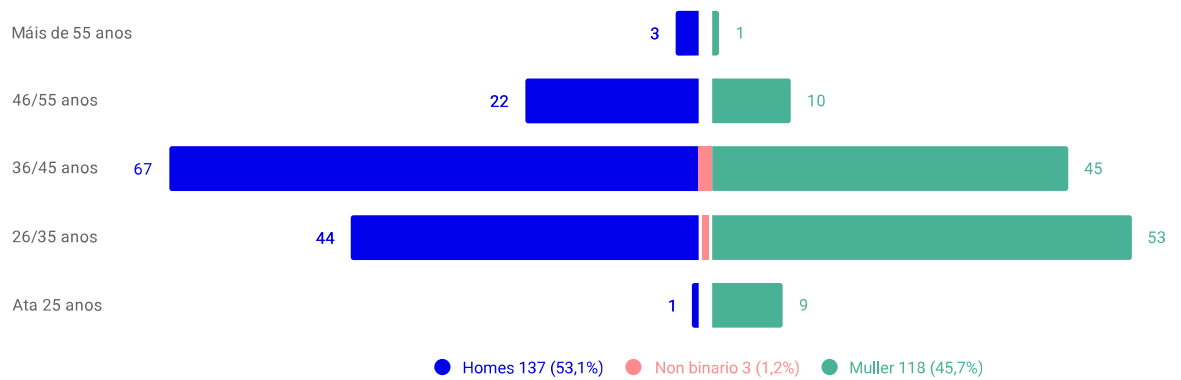
**Resultado de enquisa /**

**4.3.2**

## Características xerais da mostra

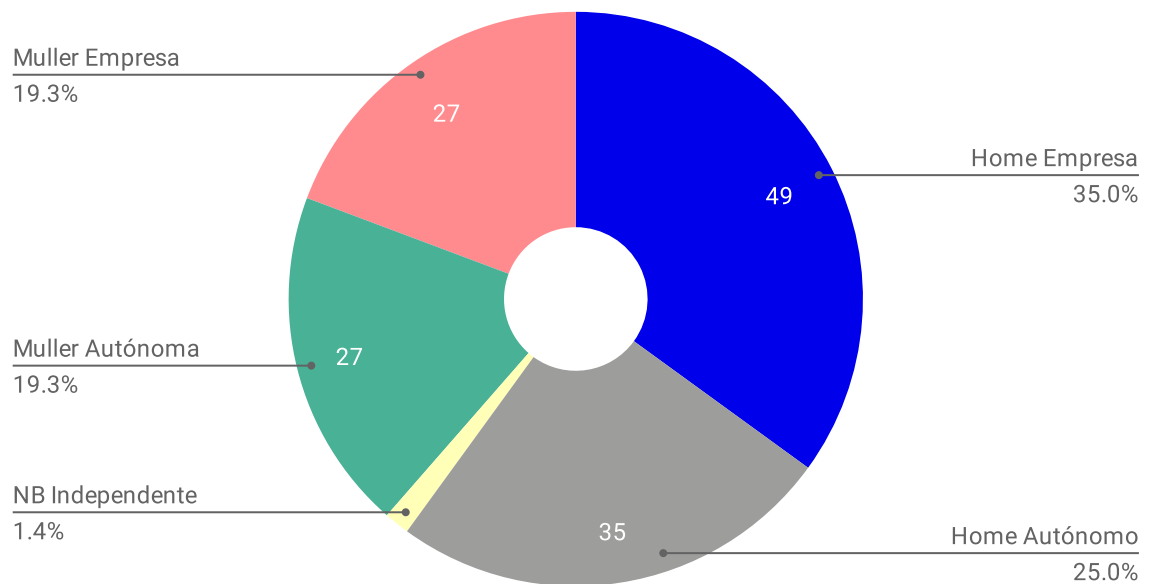
### Idade e sexo

Existe bastante equilibrio no número de homes e mulleres enquisadas. Atópanse diferenzas na distribución por rangos de idade. Nas tres opcións de xénero o groso da mostra atópase entre os 26 e os 45 anos. No caso das mulleres a media de idade é menor, sendo máis numerosa a que se atopa entre os 26 e os 35 anos (44,9%). No caso dos homes existe unha clara predominancia do grupo de idade entre os 36 e os 45 anos (48,9%).



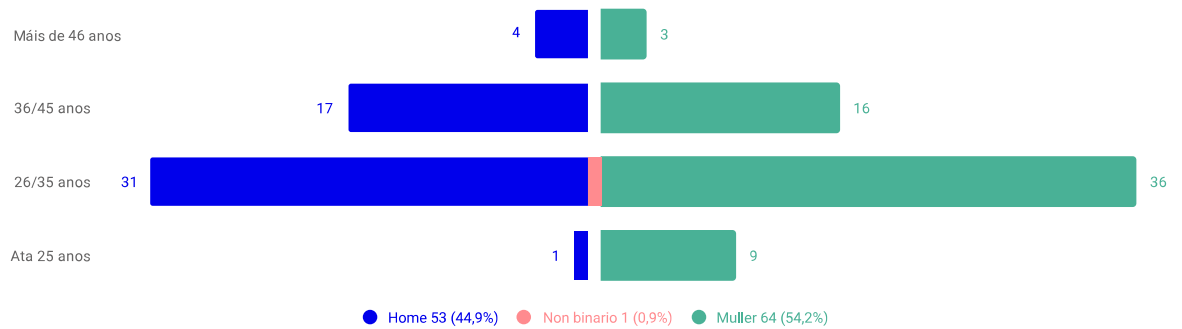
### Xénero en profesionais por conta propia

Hai maior representación de homes que de mulleres (60% fronte ao 38,6%). Igualmente, existen máis homes que mulleres propietarios dunha empresa de deseño.



### Xénero en profesionais por conta allea (118 respostas)

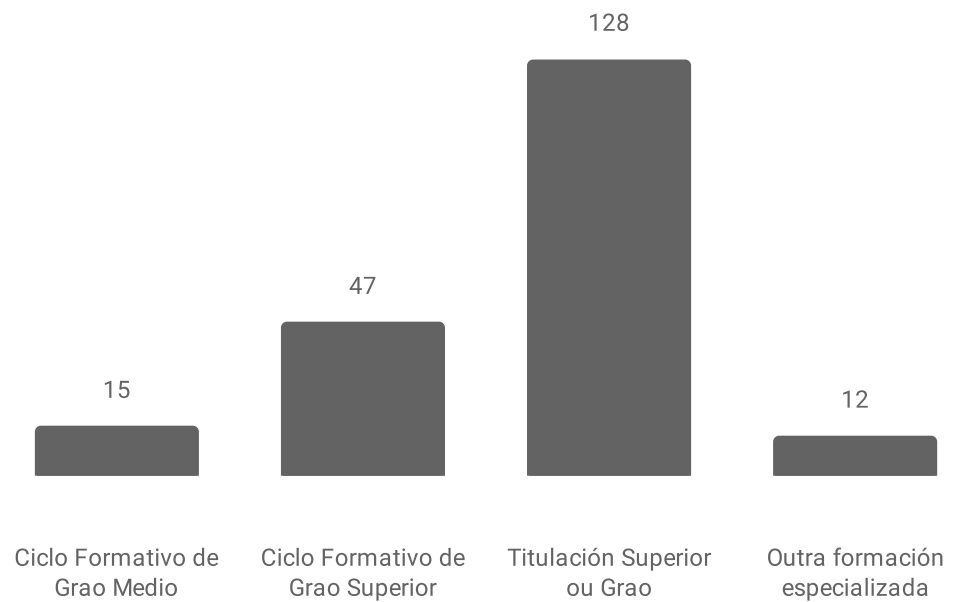
Entre os e as profesionais por conta allea existe maior número de mulleres que de homes e por idades, o grupo máis salientable é o que se atopa entre os 26 e 35 anos.



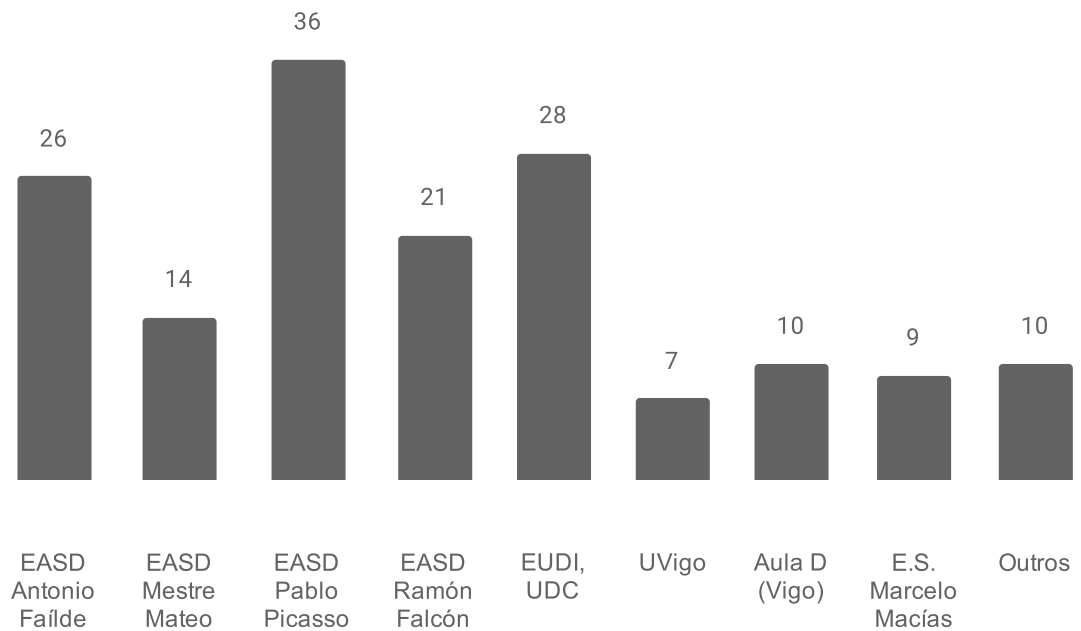
A partir dos 36 anos é menos habitual exercer a profesión do deseño a través dun contrato por conta allea.

### Formación especializada en deseño

O 78,2% dos e das profesionais do deseño (202 de 258) teñen formación especializada en deseño; polo tanto, exercen a profesión con coñecementos académicos sobre a mesma. O 63,4% teñen unha titulación superior ou grao. Moi por debaixo atópanse os ciclos formativos de grao superior ou medio.



Case o 80% das persoas con formación especializada en deseño completou os seus estudos de deseño en centros galegos, maiormente nas escolas EASD Pablo Picasso de A Coruña e na EASD Antonio Faílde de Ourense, ou na Escola Universitaria de Deseño Industrial en Ferrol.



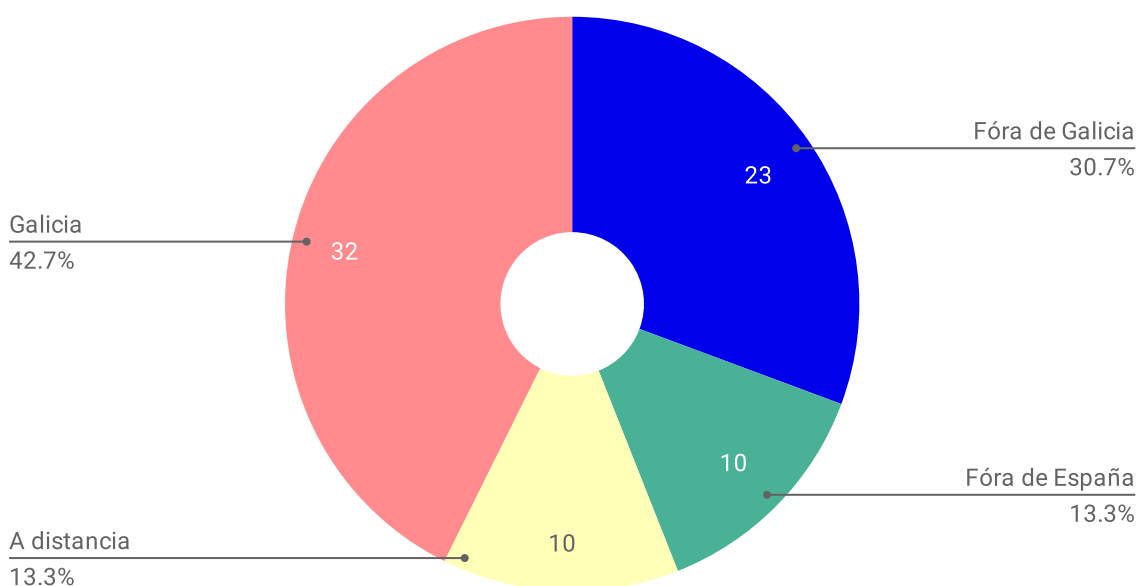


### Disciplina dos estudos non especializados en deseño

Un 62,5% das persoas sen formación especializada en deseño completaron estudos que inclúen o deseño como unha das temáticas do seu programa académico, sen chegar a ser o eixo central. Son principalmente Belas Artes, Publicidade e Relacións Públicas e Arquitectura. E en menor medida, Debuxo, Audiovisuais ou Artes Gráficas.

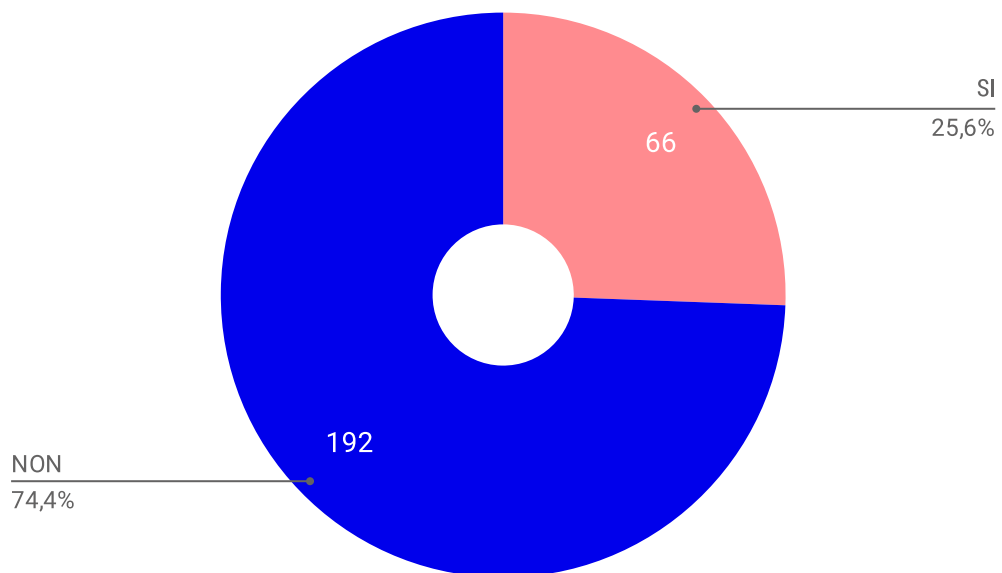
### Estudos complementarios

As persoas que cursaron estudos complementarios de deseño superiores aos de grao non chegan ao 30% e delas o 42,7% cursaron estes estudos en Galicia. Os posgraos ou mestrados universitarios son o tipo de formación máis representada, sendo o 2,7% persoas con doutoramento.



### Pertenza a unha asociación ou colectivo de deseño

Soamente o 25,6% dos e das profesionais do deseño pertencen a unha ou máis asociacións ou colectivos de deseño, fronte ao 74,4% que non están asociadas. O colectivo de profesionais por conta allea é o menos predisposto a asociarse mentres que os estudos ou empresas de deseño son o colectivo que máis positivo ve o feito de integrarse nalgunha asociación profesional (un 50,7%).



## Ferramentas para darse a coñecer



As empresas de deseño usan maiormente a páxina web e as redes sociais para visibilizar o seu traballo. Tamén son as que máis fomentan a súa presenza en eventos e actividades profesionais para dar a coñecer os seus proxectos. Pouco máis dunha cuarta parte delas utilizan plataformas e comunidades de deseño en liña.

Pola contra, as e os profesionais de deseño independentes fan un uso importante das plataformas especializadas en liña. Tamén para este grupo de profesionais a páxina web e as redes sociais son importantes e tamén aproveitan a asistencia a eventos e actividades profesionais para dar a coñecer os seus servizos, aínda que en menor medida cas empresas.

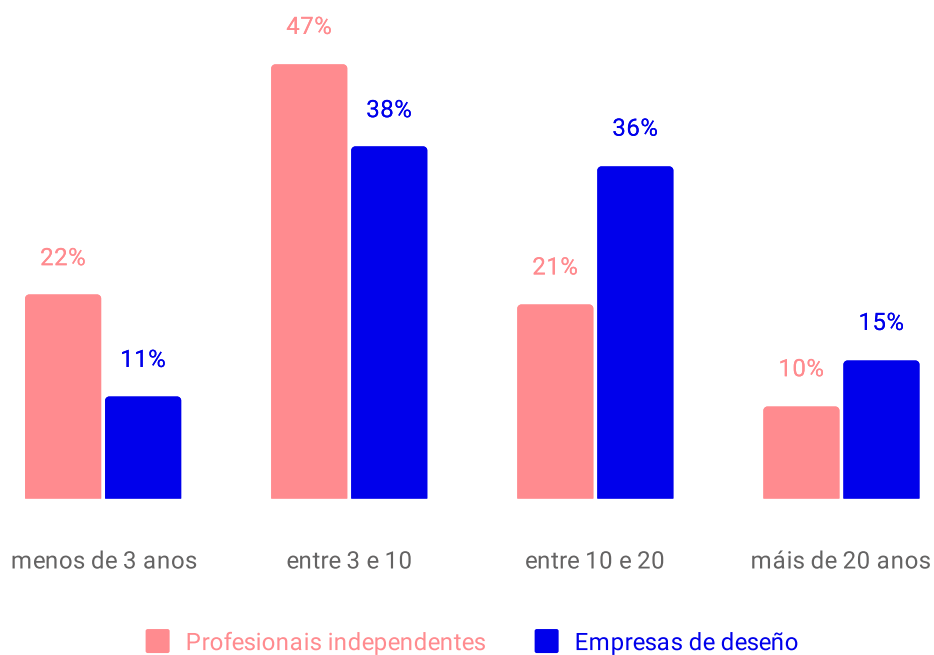
Pouco máis do 50% das e dos profesionais de deseño que traballan por conta allea teñen unha páxina web propia para a difusión do seu traballo. Fan un uso importante das redes sociais e tamén teñen unha presenza importante en plataformas especializadas.

## Profesionais por conta propia

### Antigüidade/Inicio de actividade

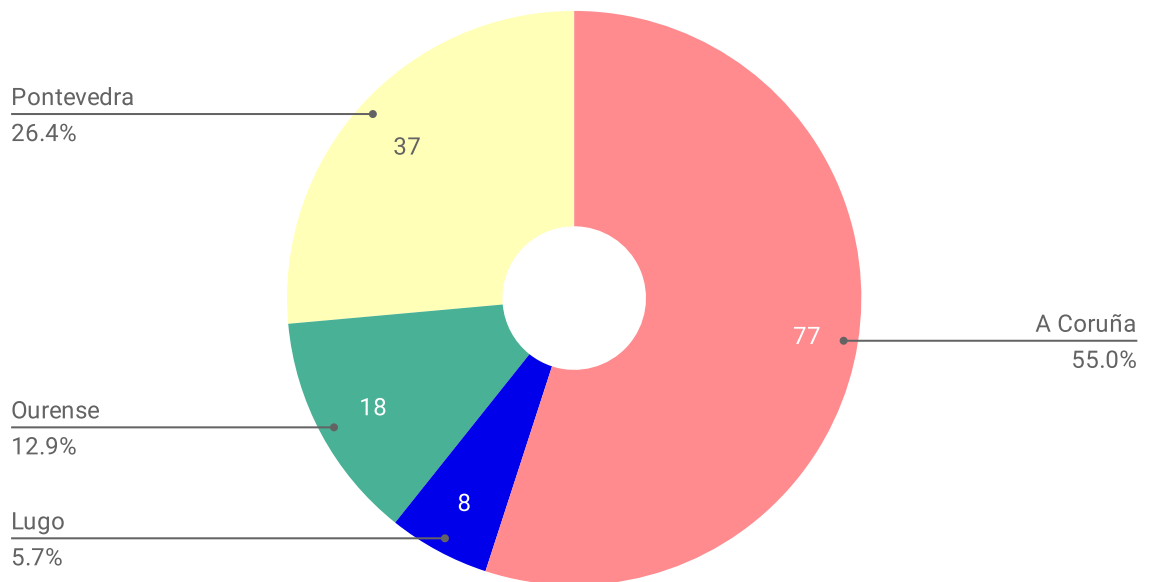
O auxe da creación de empresas de deseño foi incrementando gradualmente ata hai 6-10 anos (entre os anos 2010 e 2014), cando comenza a decaer ata o 2020.

O 22% dos e das profesionais independentes levan menos de 3 anos exercendo, a partir dos 10 anos de actividade a súa presenza no mercado laboral diminúe considerablemente. As empresas de deseño parecen aguantar mellor o paso do tempo e manteñen a estabilidade durante uns 20 anos; incluso existe un 15% delas con máis de 20 anos de experiencia no sector. De feito, a empresa de deseño máis antiga está ubicada en A Coruña e foi fundada no ano 1940, ten máis de 80 anos.



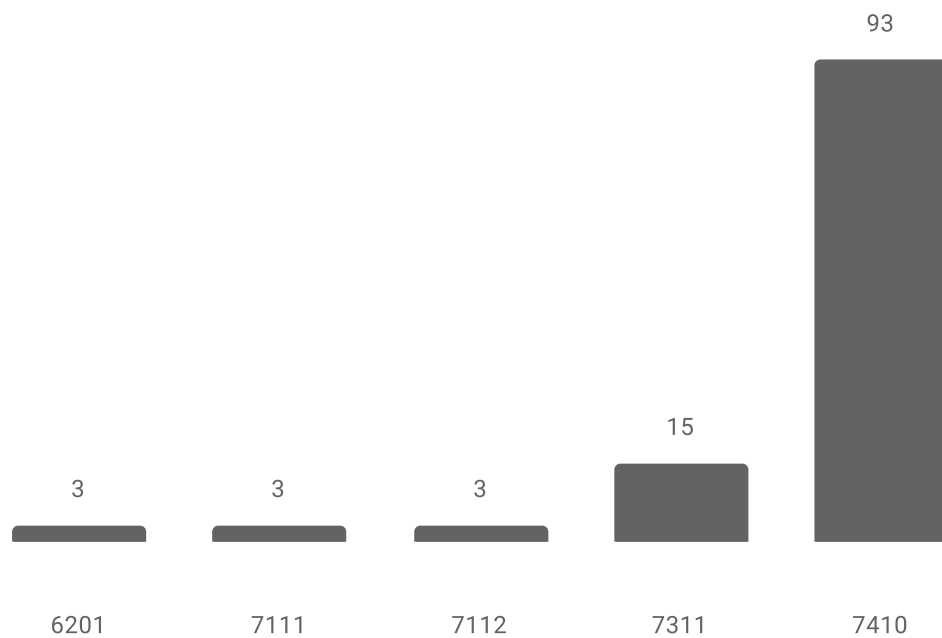
### Localización

O 81,4% dos e das profesionais por conta propia concentran a súa actividade nas provincias de A Coruña e Pontevedra, seguindo o esquema do resto de actividades económicas de Galicia, que tamén se concentra maiormente nesas dúas zonas da comunidade.



### Código CNAE principal

O 79,5% das empresas e profesionais do deseño indican estar no CNAE 7410 de Actividades de deseño especializado e case un 13% no 7311 de Axencias de Publicidade.



O CNAE que destaca como actividade complementaria é o CNAE 6201 de Actividades de programación informática (un 52,5%) relacionado co deseño web e dixital. Outros CNAE que se nomean, tanto como actividade principal como secundaria son:

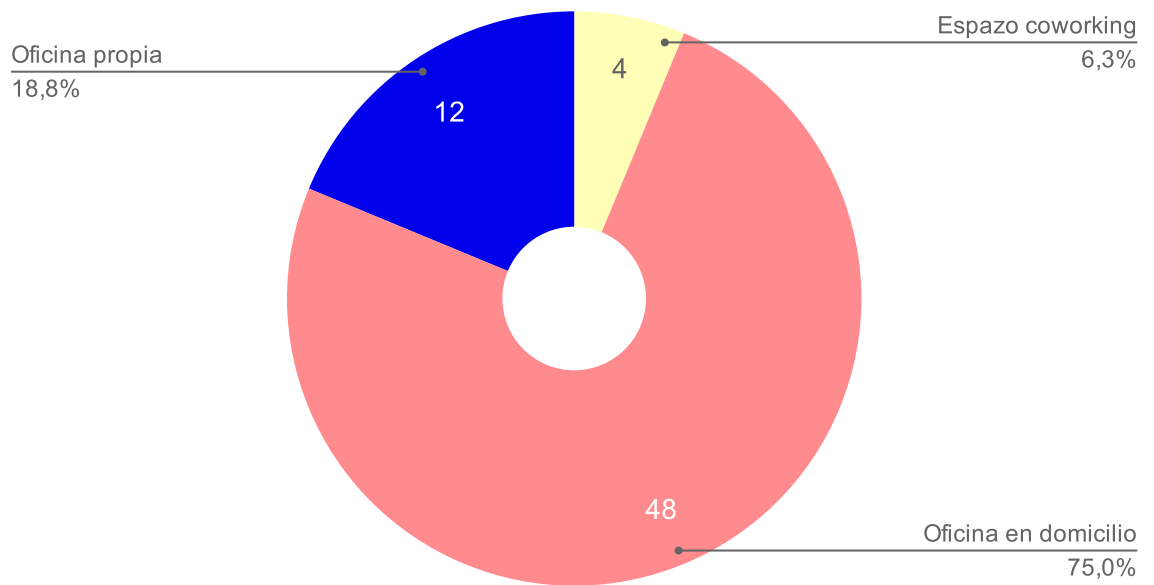
- **7112 Enxeñaría e asesoramento técnico**
- **7111 Servizos técnicos de arquitectura**
- **9003 Creación artística e literaria**
- **152 Fabricación de calzado**
- **702 Actividades de consultaría e xestión empresarial**
- **1419 Confección doutras prendas de vestir e accesorios**
- **4399 Outras actividades de consultoría especializada n.c.o.p**
- **4741 Comercio polo miúdo de ordenadores, equipos periféricos e programas informáticos en establecementos especializados**
- **6399 Outros servizos de información n.c.o.p**
- **7312 Servizos de representación de medios de comunicación**
- **7420 Actividades de fotografía**
- **9609 Outros servizos persoais n.c.o.p**
- **1813 Servizos de preimpresión e preparación de soportes**
- **4759 Comercio polo miúdo de mobles, aparatos de iluminación e outros artigos de uso doméstico en establecementos especializados**
- **4791 Comercio polo miúdo de correspondencia ou Internet**
- **5811 Edición de libros**
- **5915 Actividades de produción cinematográfica e de vídeo**
- **6209 Outros servizos relacionados coas tecnoloxías da información e a informática**
- **7490 Outras actividades profesionais, científicas e técnicas n.c.o.p**

Existen profesionais do deseño rexistrados noutros CNAE ligados directa ou indirectamente coas diferentes disciplinas do deseño, evidenciando a dispersión que hai no sector e a dificultade para obter métricas e estatísticas máis axustadas á realidade.

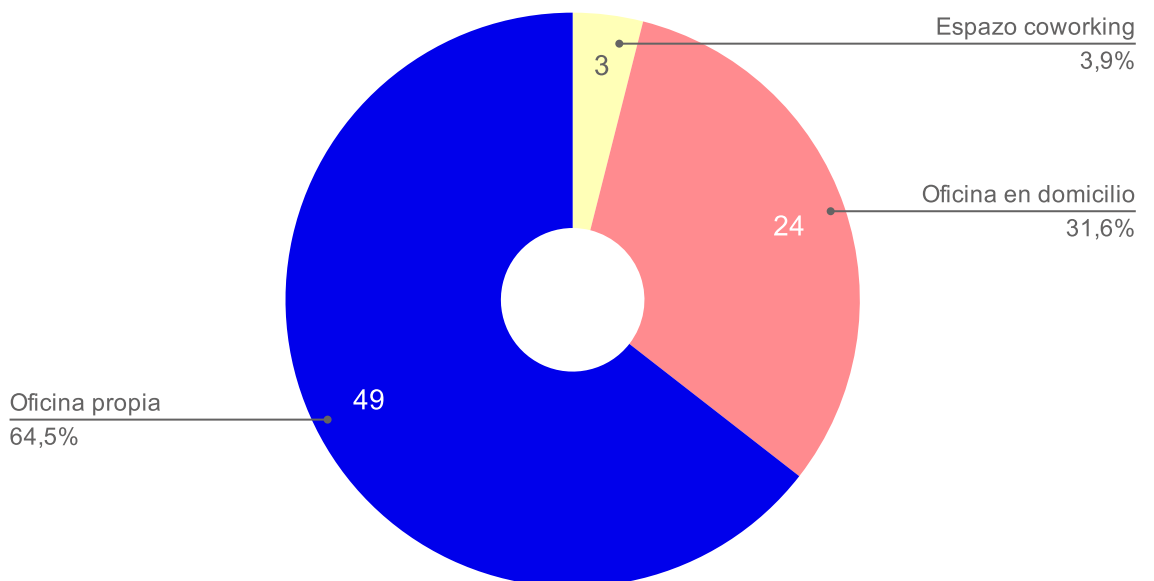
Con todo, a evolución do número de empresas e profesionais rexistrados baixo ese epígrafe é positiva. En 2019 hai 568 rexistros no CNAE 7410, 107 empresas e profesionais máis que no 2018.

### Lugar de traballo habitual

Os e as profesionais independentes traballan maiormente dende o seu propio domicilio, mentres que os estudos e as empresas de deseño seguen mantendo espazos propios de traballo. En ambos casos, a actividade desenvolvida desde un *coworking* actualmente é minoritaria.



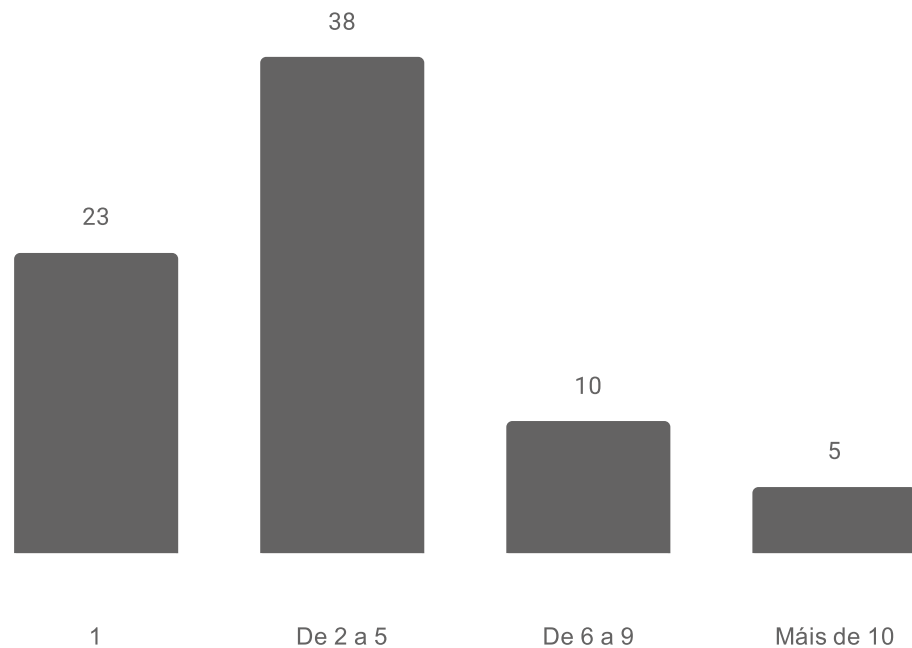
### Empresas e estudos de deseño:





### Persoas que integran o estudio/empresa

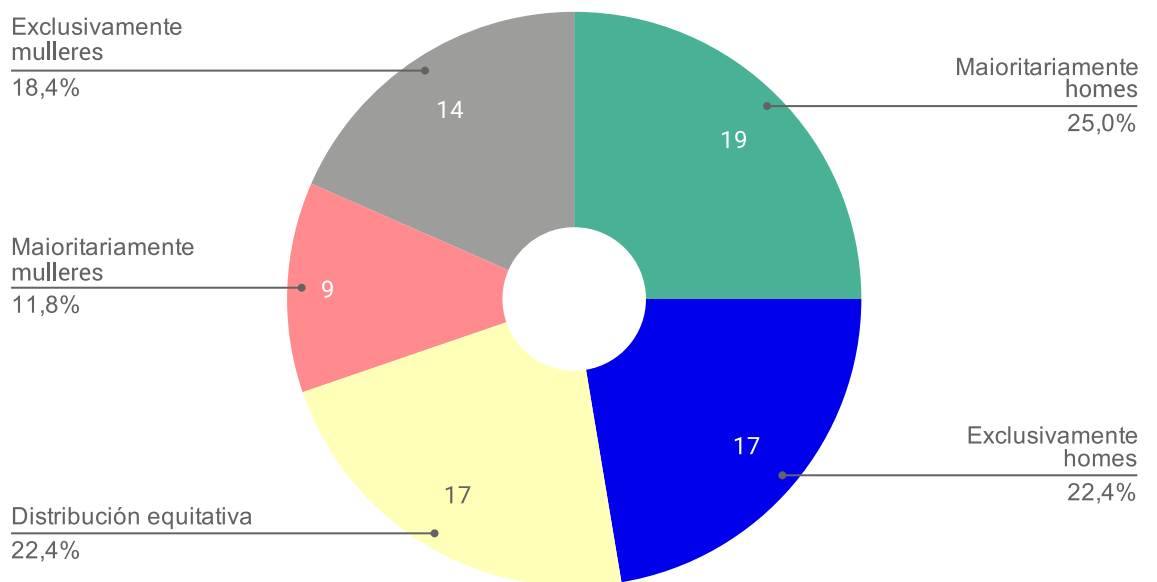
A estrutura dos estudos de deseño é de micropeme, menos de 5 empregados/as, seguindo a liña do tipo de empresa predominante en Galicia.



Con moita frecuencia son traballadores independentes ou asociados en grupos pequenos. En termos xerais isto tamén sucede noutros sectores. No sector deseño o organigrama horizontal está moi presente e é habitual traballar non só con persoas asalariadas senón tamén con colaboradores independentes.

### Distribución de mulleres e homes

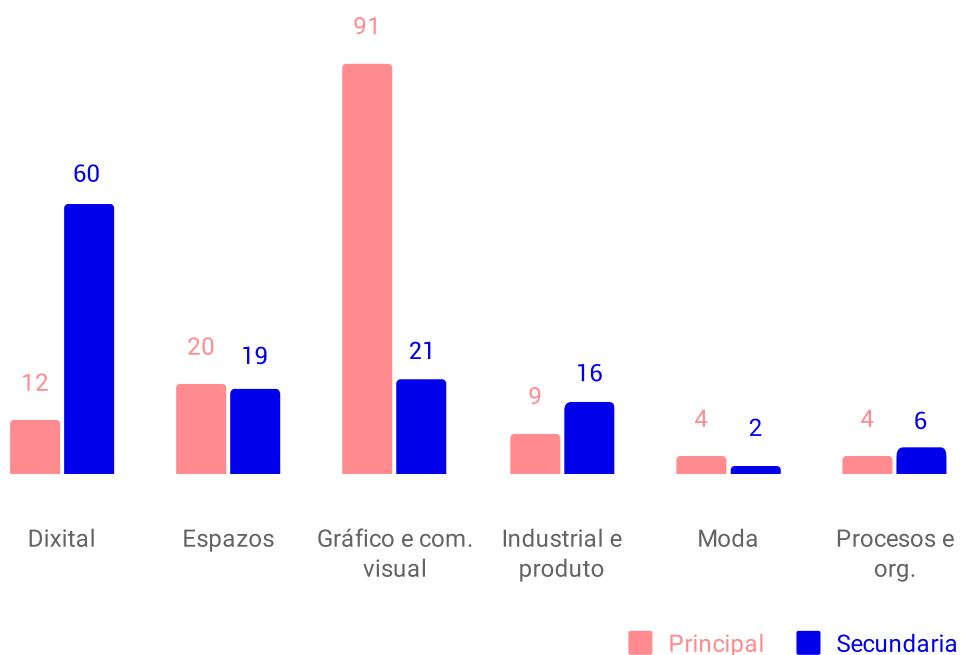
O 47,4% das empresas de deseño están formadas maioritariamente por homes, mentres que o 30,2% están compostas maiormente ou exclusivamente por mulleres.



### Actividade como profesional do deseño

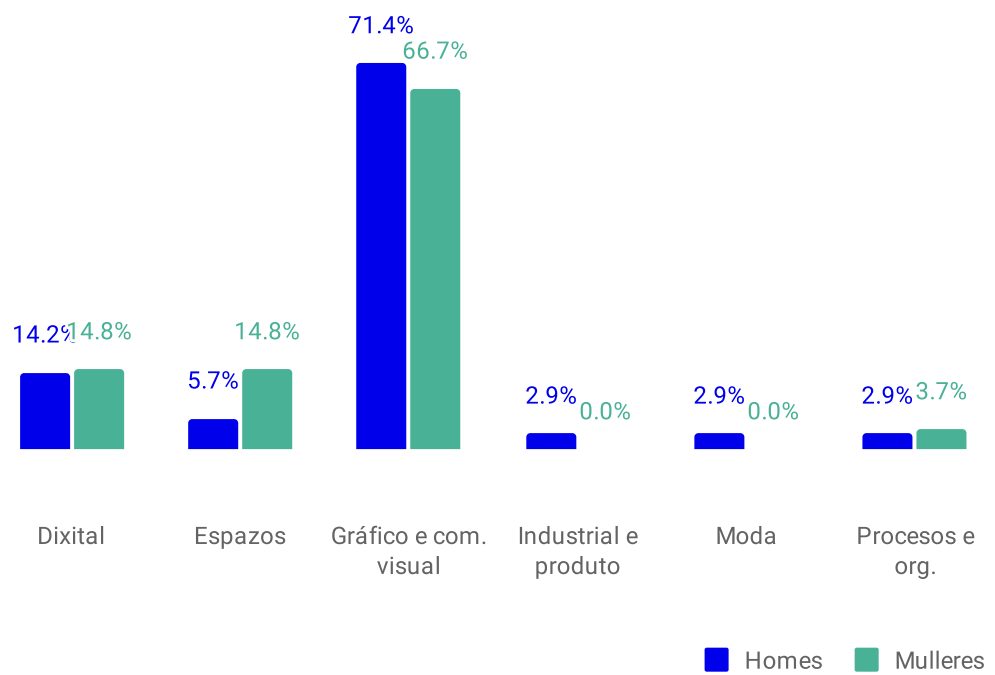
O 65% dos e das profesionais por conta propia adícase principalmente ao deseño gráfico e á comunicación visual. A segunda actividade principal máis numerosa é a de deseño de espazos nun 14,3% dos casos. No caso dos e das profesionais independentes, existe tamén certa representación doutras 2 disciplinas: o deseño dixital e o deseño de espazos. No caso das empresas de deseño, o deseño de espazos e o industrial e de produto son disciplinas salientables.

O 72% de profesionais por conta propia desenvolven tamén outras disciplinas, destacando considerablemente o deseño dixital e en segundo lugar o deseño gráfico e a comunicación visual. Un gran número de deseñadores e deseñadoras dixitais ofrecen servizos de deseño gráfico, aínda que non todos os/as de gráfico ofrecen servizos de deseño dixital.

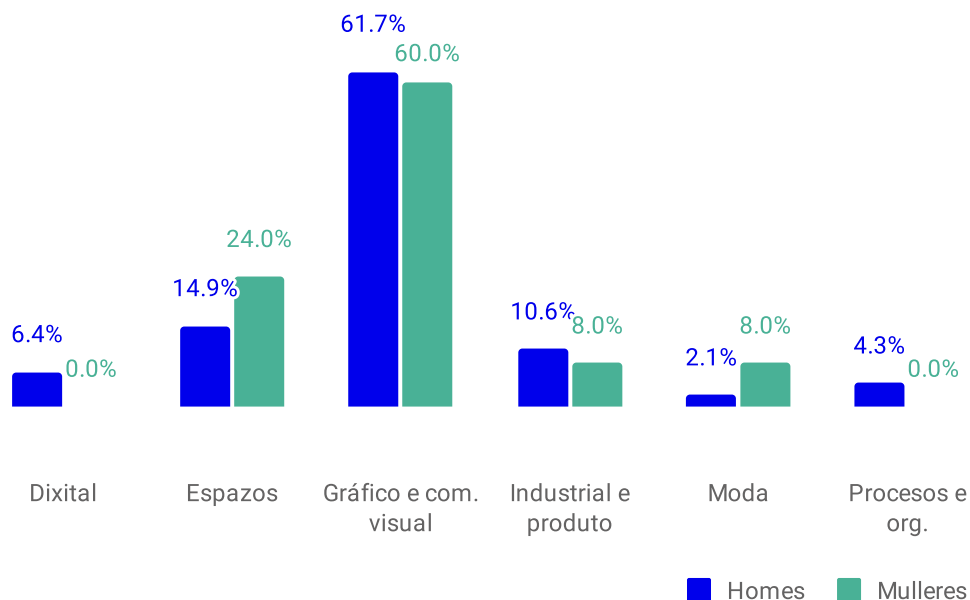


## Diferenzas de xénero segundo a disciplina principal

Profesionais independentes:



## Empresas e estudos de deseño:

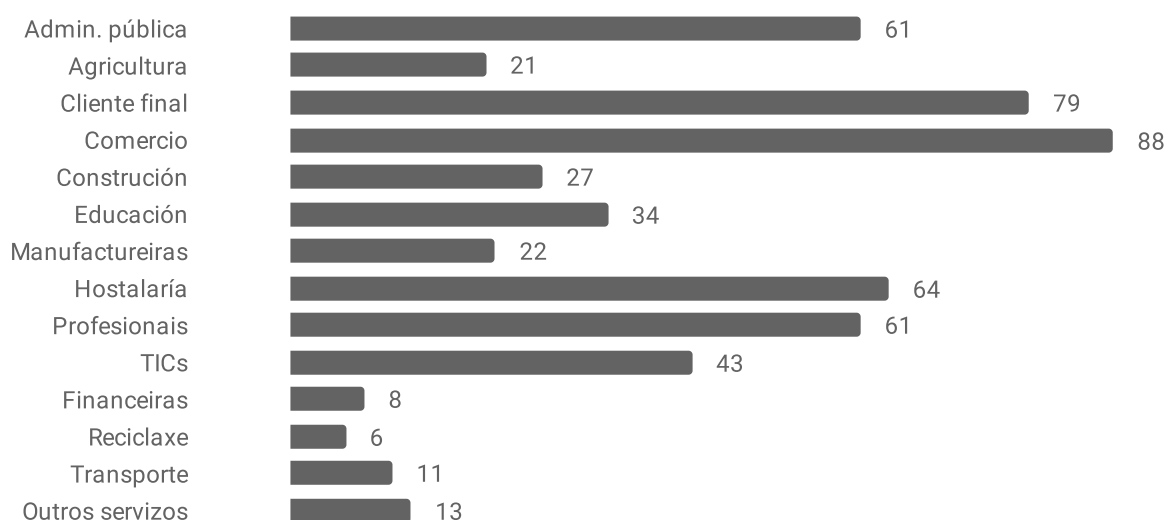


Non se observan grandes diferenzas en relación ao xénero das persoas que exercen a profesión do deseño nas distintas disciplinas. Si aparecen algunhas tendencias:

- O deseño de espazos, independentemente da forma na que se exerce a profesión, mostra unha maior representación feminina.
- Dentro do deseño gráfico e comunicación visual apréciase un maior número de deseñadores varóns que exercen a profesión por conta propia.
- A representación de mulleres ao cargo de empresas de deseño dixital é nula.

### Clientela (resposta multiopción)

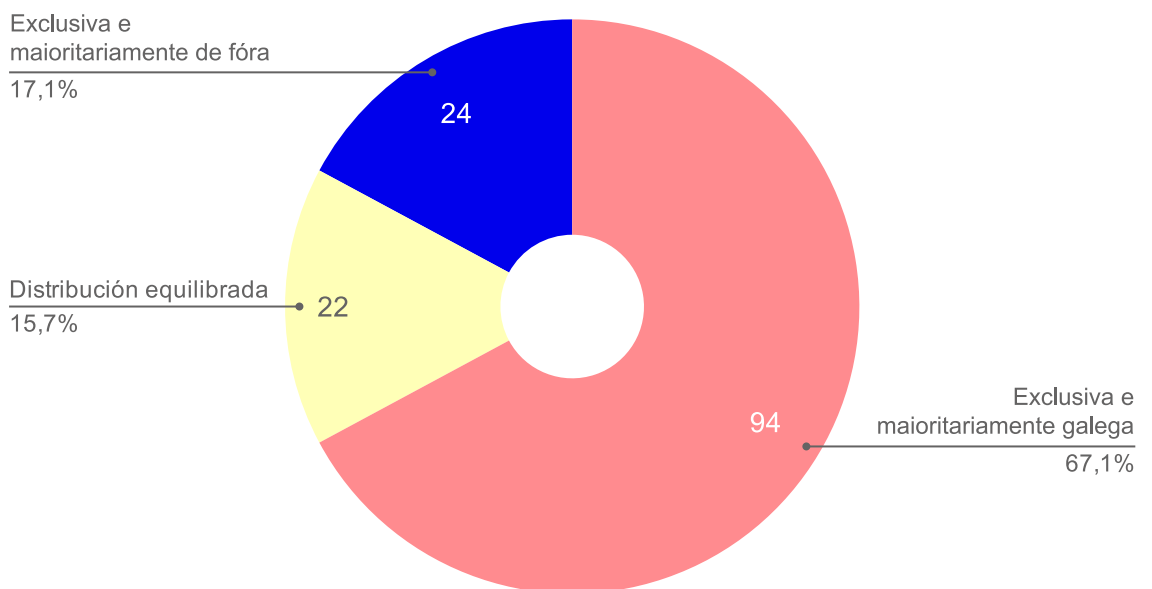
En xeral as e os profesionais por conta propia traballan cun amplo número de empresas pertencentes a diferentes sectores económicos. Os sectores cos que máis traballan son o comercio (un 16,3%), directamente co cliente final (o 14,7%), a hostalaría (un 11,9%) e a administración pública e actividades profesionais coa mesma representación (un 11,3%). En menor medida co sector TIC, educación ou construción.



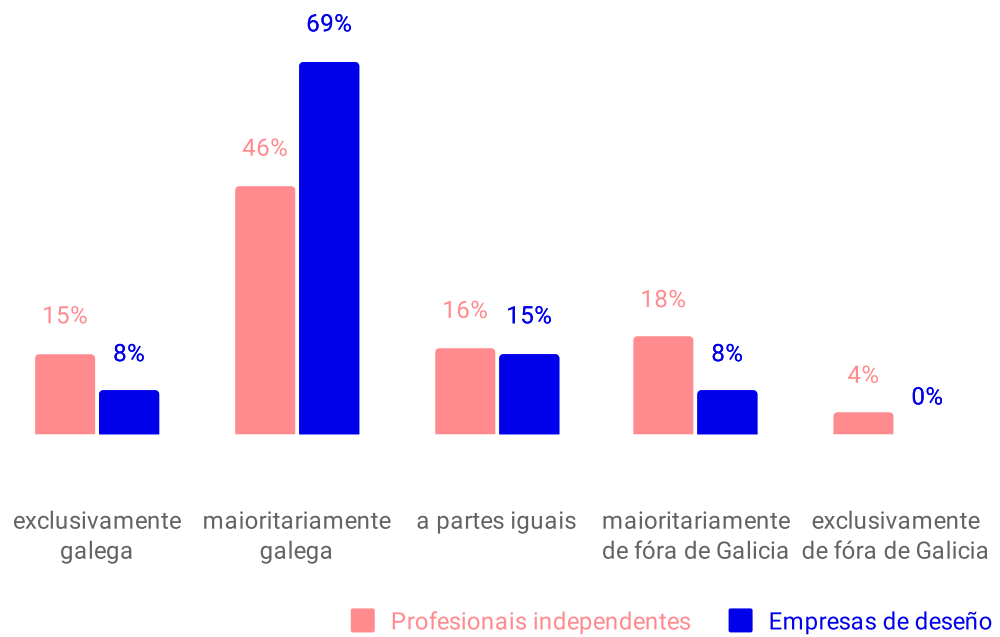
Si se diferencia entre sector principal e secundarios de actuación, o principal segue sendo o comercio e o cliente final, e en terceiro lugar o sector de actividades profesionais. Nos secundarios, destaca a clientela relacionada coa hostalaría, o comercio, o cliente final e a administración pública.

### Orixe da clientela

O 67,1% da clientela de profesionais e empresas de deseño atópase dentro da propia comunidade. Polo que a actividade e o valor aportado polas empresas e profesionais do deseño en Galicia revirte en gran medida na propia economía galega e na mellora da competitividade do seu tecido empresarial.



As empresas atopan os provedores de servizos de deseño que necesitan en Galicia, cun nivel de prestación moi alto, xa sexa pola calidade dos servizos, a xestión, o cumprimento dos obxectivos ou as tarifas, entre outros motivos.



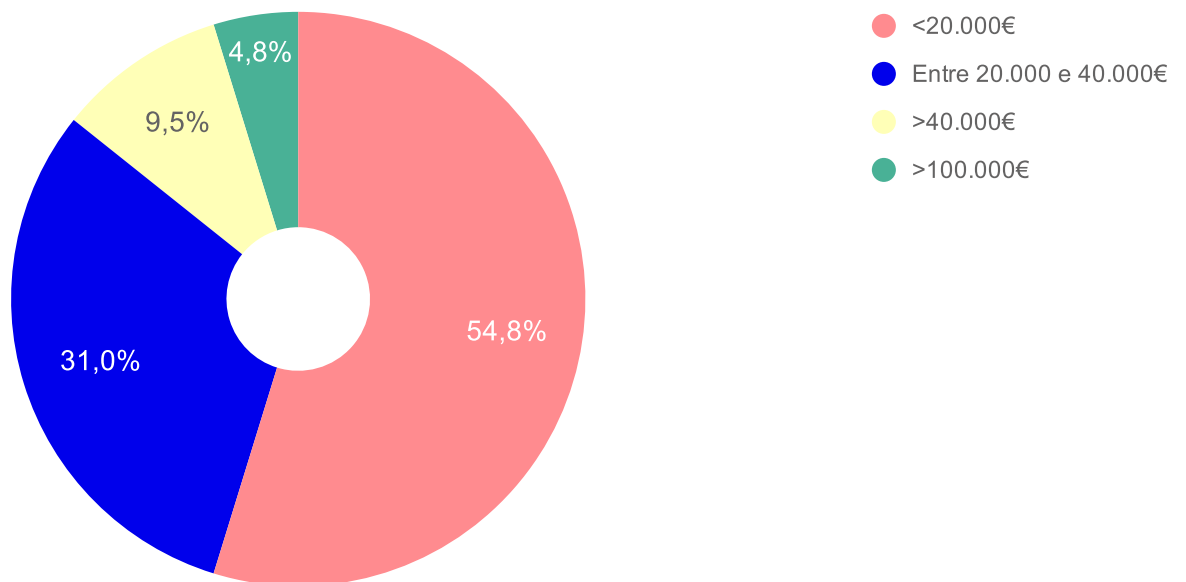
Non hai grandes diferenzas entre profesionais independentes e empresas de deseño con respecto á orixe da súa clientela. De sinalar algunha particularidade, os e as profesionais independentes traballan con maior intensidade en proxectos que xorden fóra de Galicia (22%).



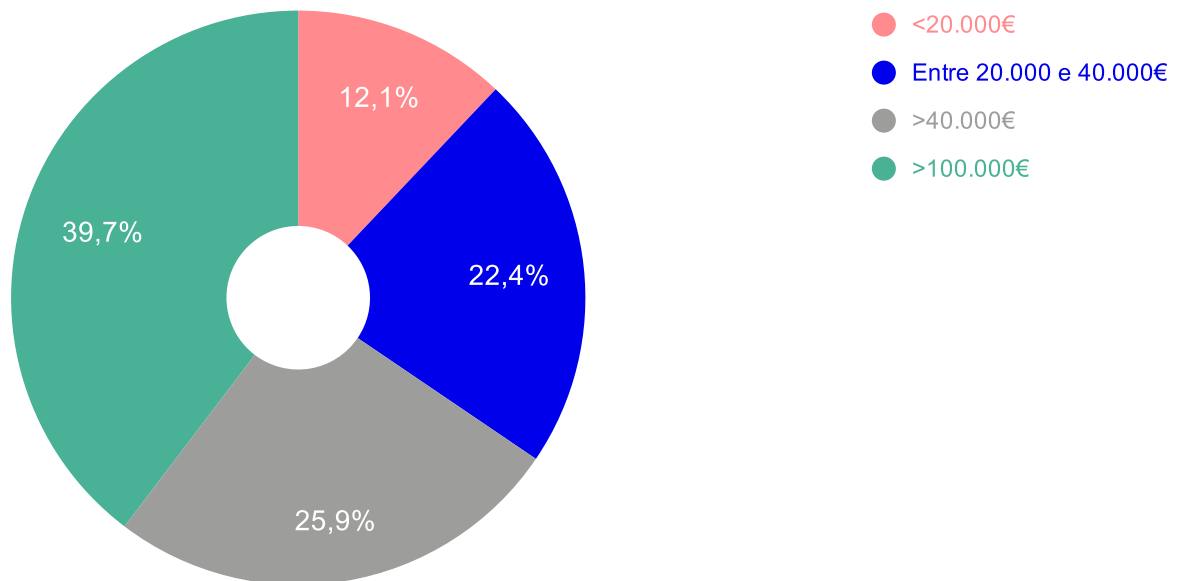
### Facturación en 2019

Profesionais independentes.

O 54,8% de profesionais independentes facturan menos de 20.000 euros e un 31% factura entre 20.000 e 40.000 euros. En menor medida están os/as profesionais que facturan máis de 40.000 euros.



## Empresas e estudos de deseño:



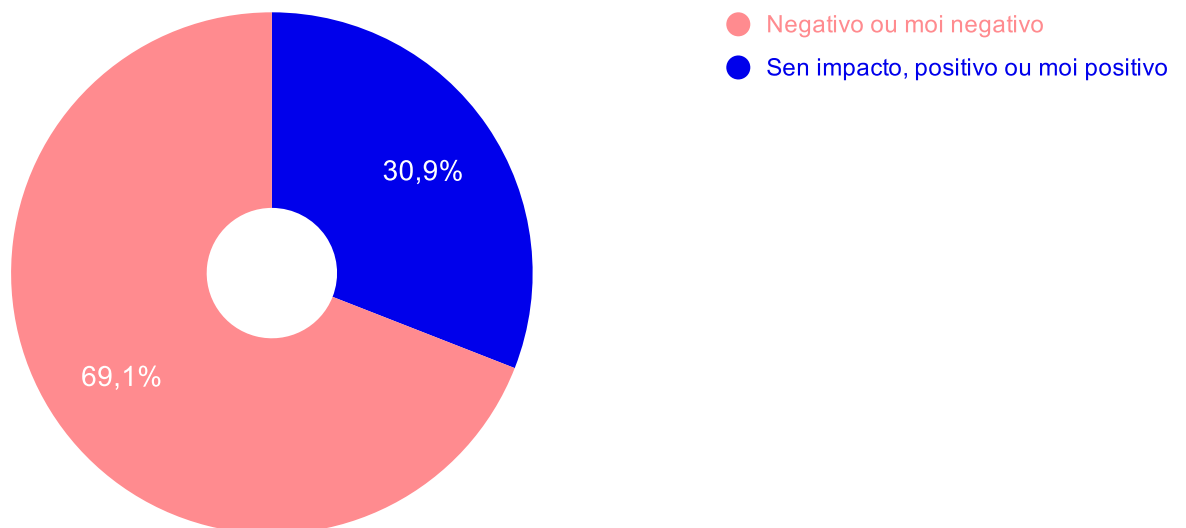
No caso dos estudos e empresas de deseño, o nivel de facturación crece considerabelemente, aumentando os tramos de máis de 40.000 euros e máis de 100.000 euros, sendo este último o maioritario, onde destacan empresas que facturan moi por riba dos 300.000 euros en 2019.

Máis da metade dos e das profesionais por conta propia mantiveron ou aumentaron a súa facturación en 2019 respecto de 2018. As empresas e estudos de deseño son máis proclives a manter ou incrementar o seu volume de negocio.

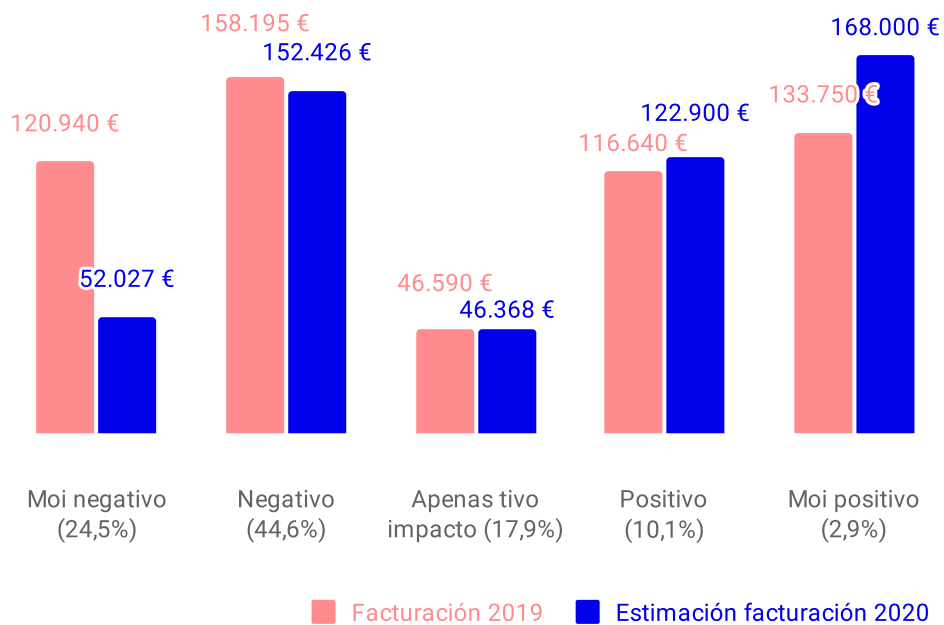
A previsión de facturación no 2020 estivo condicionada pola presenza da COVID-19 e apréciase negativa. Practicamente o 63% dos e das profesionais por conta propia prevían diminuír a súa facturación.

### Impacto COVID-19

O 69,1% de profesionais por conta propia consideran o impacto da COVID-19 negativo ou moi negativo, afectando dun xeito similar tanto a profesionais independentes como a estudos e empresas de deseño. O impacto negativo tampouco diferenciou unhas disciplinas de outras, alterando toda a cadea de valor do sector.



### Comparativa de impacto COVID coa tendencia da facturación (media)



Os e as profesionais por conta propia que afirman que o impacto da COVID-19 foi moi negativo estiman de media unha facturación para 2020<sup>11</sup> un 58% menor que en 2019. As empresas e profesionais do deseño que indicaron que o impacto da COVID fora mínimo ou positivo, evidencian un aumento da estimación de facturación en 2020.

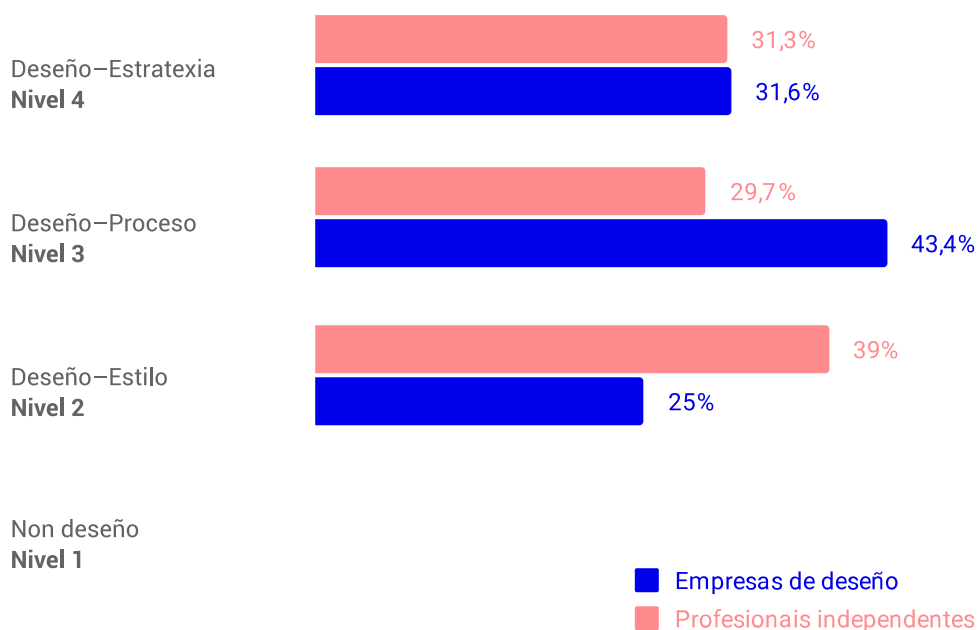
11. As enquisas foron realizadas en outubro, antes de que rematara o exercicio económico de 2020.

### Valoración do uso do deseño por parte da clientela

En termos xerais, a clientela ten unha valoración alta sobre o deseño, sendo un 31% aproximadamente os e as profesionais que consideran que os seus clientes o sitúan no máximo nivel da *Design Ladder*.

Segundo as empresas de deseño, a súa clientela parece ser máis consciente da importancia da contratación de servizos de deseño como un proceso para resolver un problema ou como un elemento estratéxico integrado na organización.

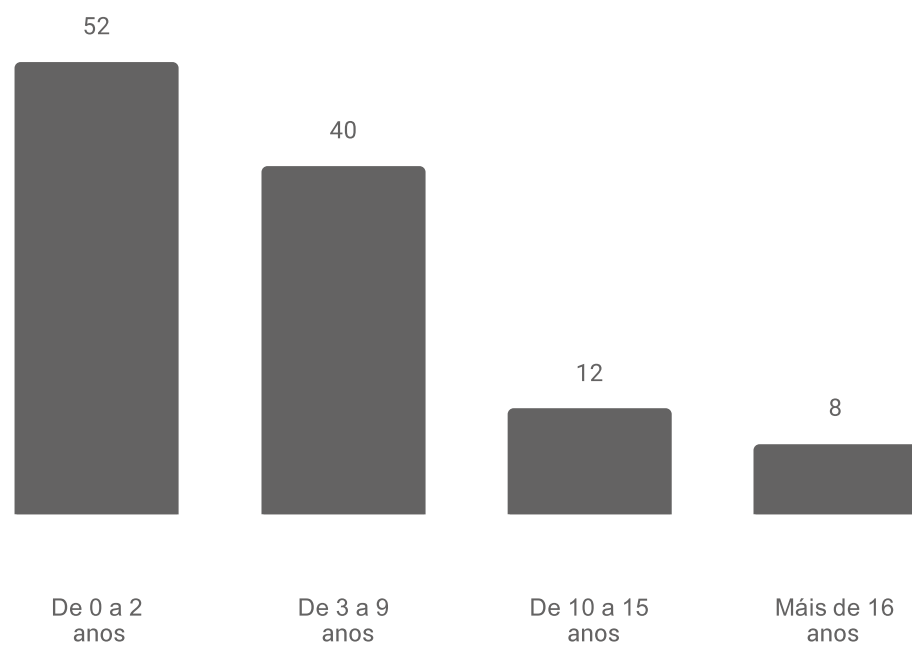
Os e as profesionais independentes pensan que a súa clientela sitúa maiormente o deseño no nivel 2, como un aspecto puramente estético.



## Profesionais por conta allea

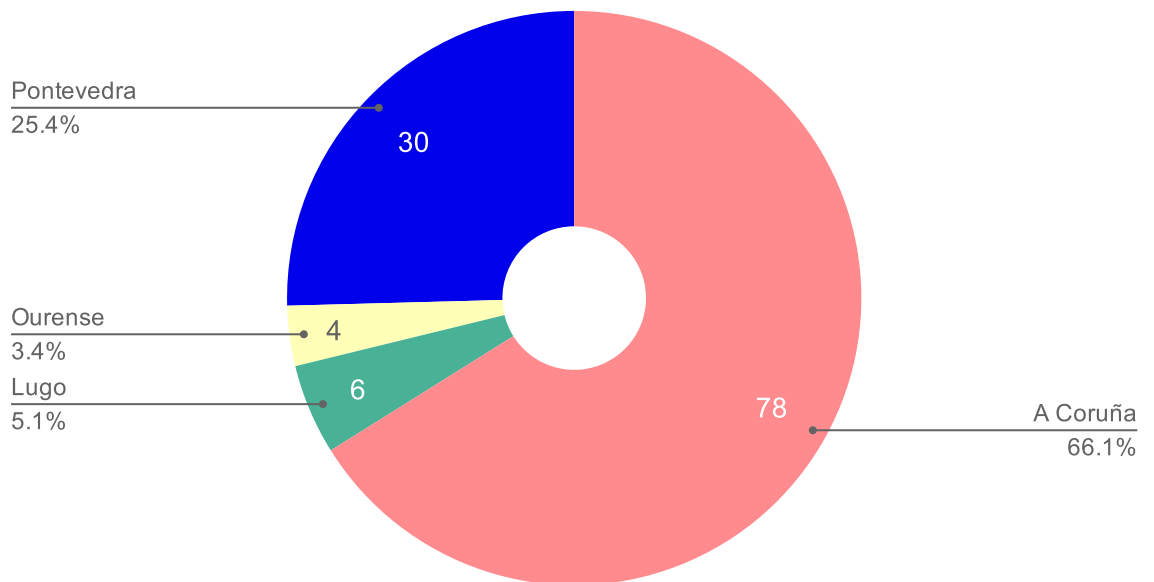
### Anos de antigüidade na empresa

O 46,4% dos e das profesionais por conta allea levan menos de 2 anos contratados nas súas empresas, o 35,7% indican que levan entre 3 e 9 anos e o 17,9% levan máis de 10 anos. Apréciase unha tendencia positiva á contratación de profesionais do deseño nos últimos dous anos; incluso certa mobilidade na profesión, ben pola falta de estabilidade dos postos de traballo, ben buscando mellores condicións laborais noutras empresas.



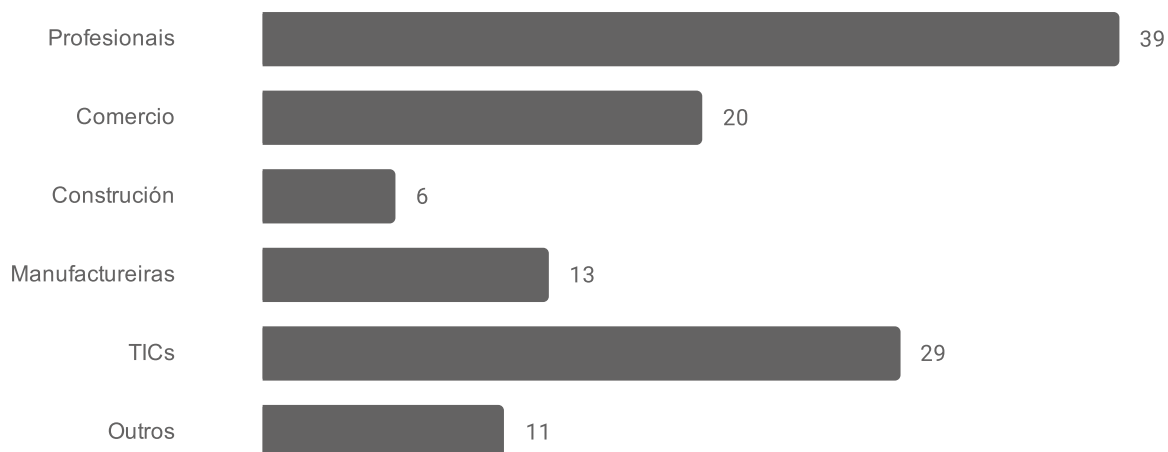
### Localización do lugar de traballo

O 66,1% de profesionais contratados traballan en empresas situadas na provincia da Coruña, mentres que un 25,4% faíno en Pontevedra. Percíbese a escasa representación das provincias de Lugo e Ourense, e tamén unha infrarrepresentación da provincia de Pontevedra en relación á distribución xeral do tecido empresarial galego por provincias.



### Sector empresarial ao que pertence a empresa na que se traballa

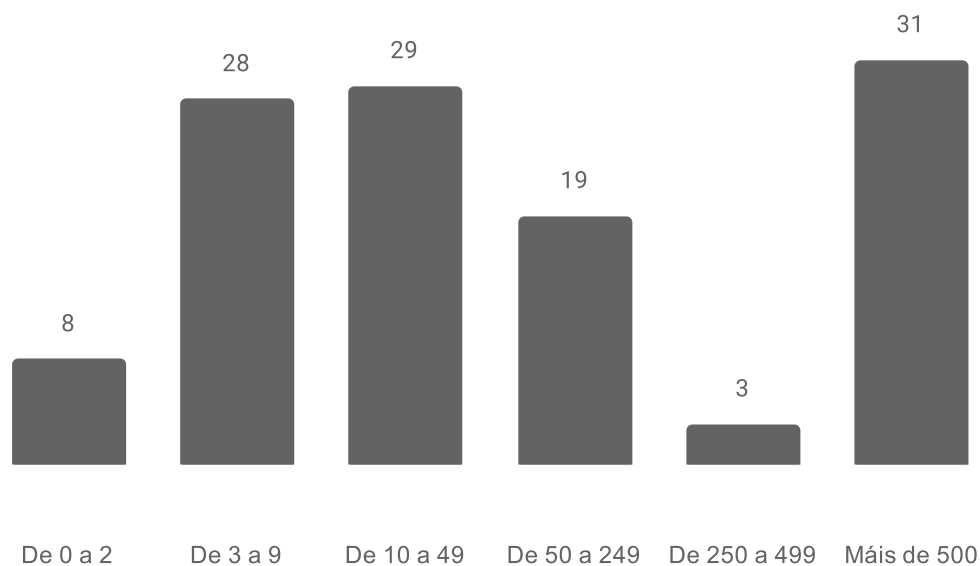
Os sectores onde existen máis profesionais do deseño traballando internamente son o de actividades profesionais, científicas e técnicas (un 33,1% ) agrupado co sector de actividades administrativas e servizos auxiliares e actividades de ocio e entretemento; e o sector TIC, que representa as actividades relacionadas coa información e as comunicacións (un 24,6%). En terceiro lugar atópanse aquelas persoas que traballan en empresas do sector comercio (un 17,9%).





### Persoas empregadas na empresa

O 71,2% de profesionais do deseño por conta allea traballan en pemes, do cal, o 55,1% faino dentro de microempresas (menos de 10 empregados).



A metade dos e das profesionais que traballan en microempresas faino dentro do sector actividades profesionais, científicas e técnicas, e o 27,8% no sector información e comunicacións. Estes dous sectores tamén son os máis representados entre os deseñadores e as deseñadoras contratadas en empresas de entre 10 e 249 empregados.

A partir de 250 empregados, tendo en conta o número de empresas diferentes que representan os profesionais enquisados, os deseñadores e deseñadoras están ubicados, en proporcións similares, nos seguintes sectores: comercio, actividades profesionais científicas e técnicas, industrias extractivas ou manufactureiras e información e comunicacións.

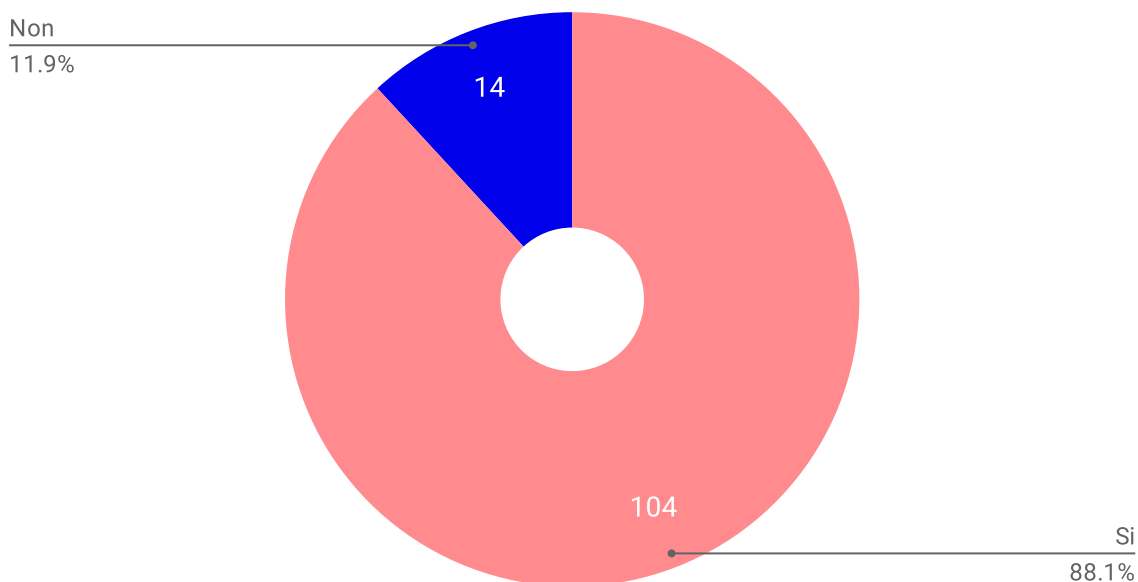
### Empresas representadas

Na mostra identificáronse 85 empresas diferentes onde traballan os e as profesionais por conta allea. Con esta premisa, o 78,8% das empresas son pemes e o 21,2% grandes empresas, tipoloxía de presenza limitada no contexto comunitario e que neste estudo adquiren relevancia. Estas empresas consideran o deseño e aos deseñadores como factores cada vez máis necesarios e partícipes dos seus procesos produtivos.

### O departamento de deseño

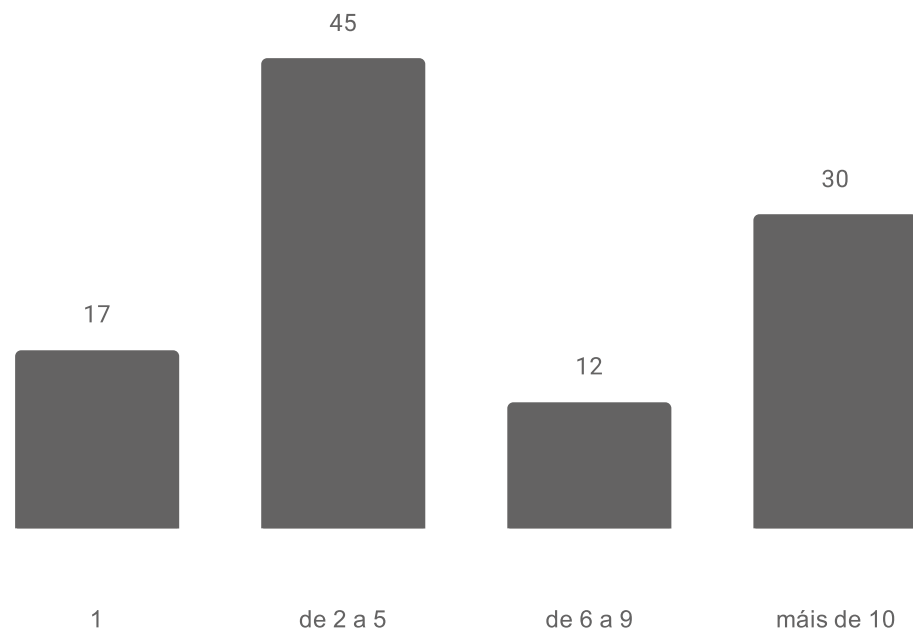
Máis do 88% de profesionais por conta allea indican que na súa empresa si existe un departamento de deseño. Desas, o 54,8% din que tamén existen outros profesionais do deseño na empresa ubicados noutros departamentos.

A maior parte dos e das profesionais que traballan en empresas sen departamento de deseño, indican que tampouco hai outros profesionais do deseño dentro da empresa, polo que asumen todo o traballo de deseño que se desenvolve internamente na organización.



### Persoas no departamento de deseño

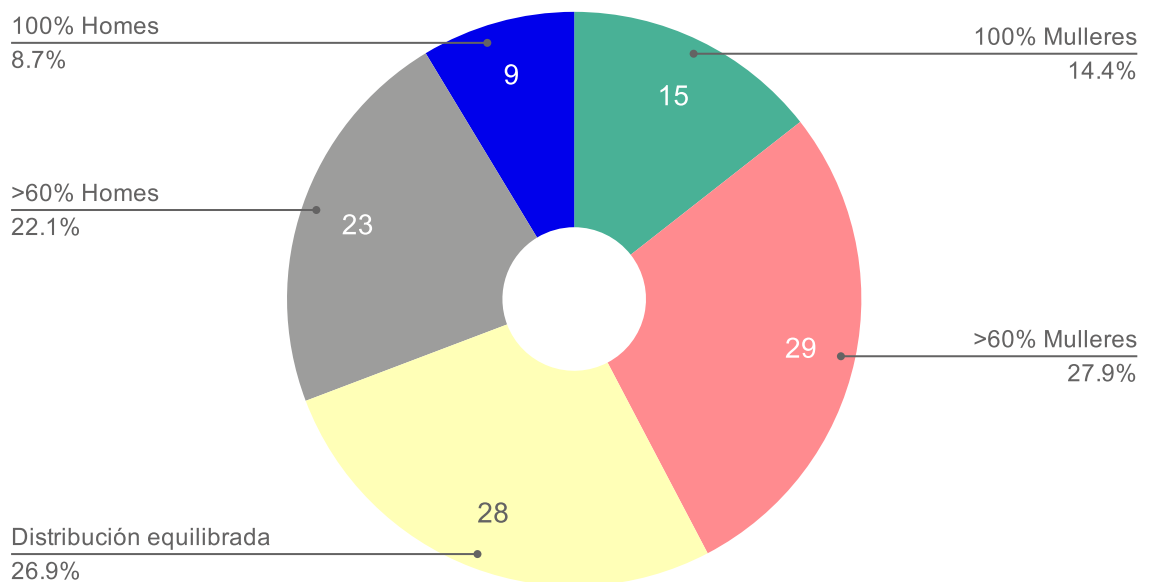
O tamaño máis habitual de departamento de deseño é o formado por entre 2 e 5 persoas. O 62,7% deste rango pertencen a empresas de entre 3 e 49 empregados e o 22,2% a empresas de entre 50 e 249 empregados.



Existen departamentos de deseño con 1 soa persoa, sobre todo dentro de pemes de menos de 49 empregados. En empresas grandes é lóxico ter departamentos de deseño máis numerosos, sobre todo se se trata de importantes empresas galegas do sector comercio-téxtil-moda e do sector das comunicacións.

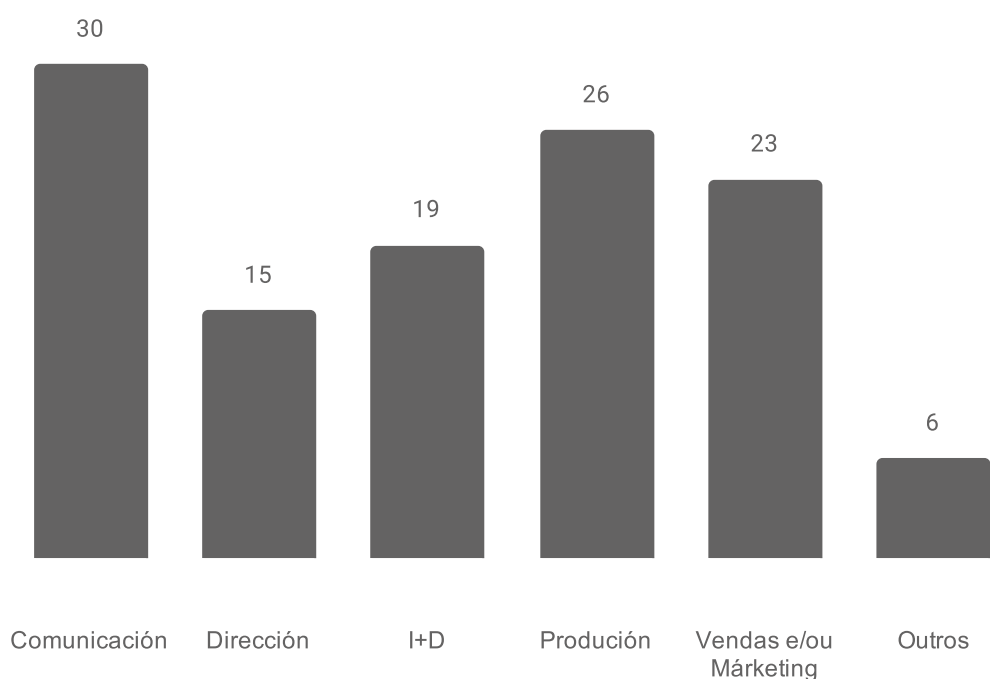
### Mulleres e homes no departamento de deseño

Existe certo equilibrio entre homes e mulleres na composición dos departamentos de deseño; salientando que a presenza de mulleres é maior cunha representación do 42,3% fronte ao 30,8% de homes. Son máis numerosos os departamentos de deseño onde traballan exclusivamente mulleres que aqueles onde só traballan homes. En calquera caso, os departamentos con exclusividade de xénero son os menos numerosos.



### Existencia doutros/doutras profesionais do deseño (resposta multiopción)

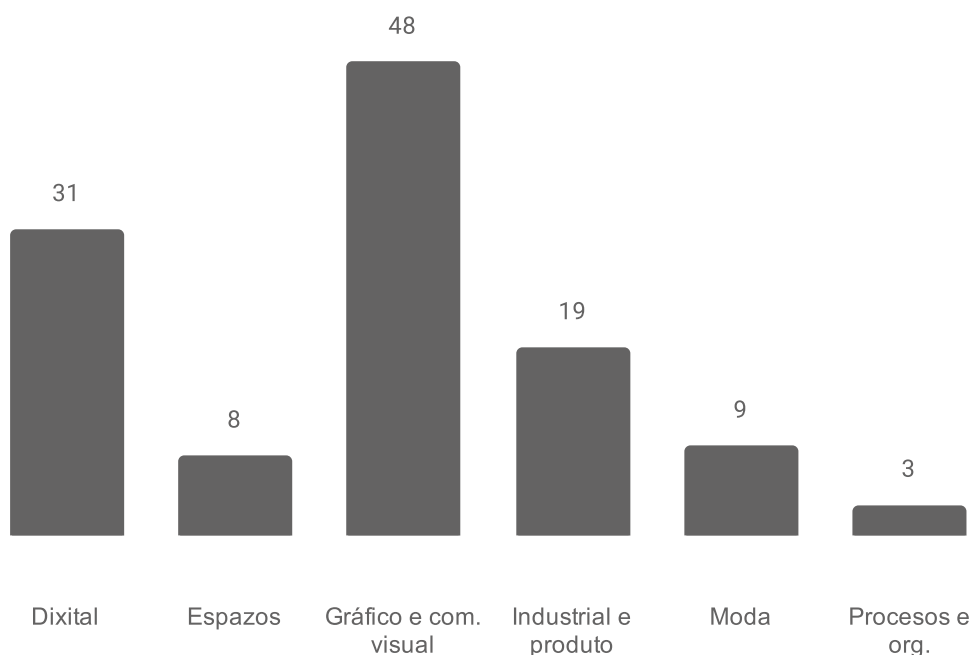
O 52,5% de profesionais por conta allea indican que existen outros profesionais do deseño noutras áreas da empresa, principalmente en comunicación, produción e vendas e/ou márketing. Algo máis da metade indican incluso que hai profesionais do deseño en dúas ou máis áreas diferenciadas.



En xeral o deseño está presente tanto nas pequenas como nas grandes empresas. As pequenas saben que a innovación é esencial para atopar un oco no mercado e as máis grandes que a innovación e o deseño son fundamentais para manter a súa posición.

### Actividade principal como profesional do deseño

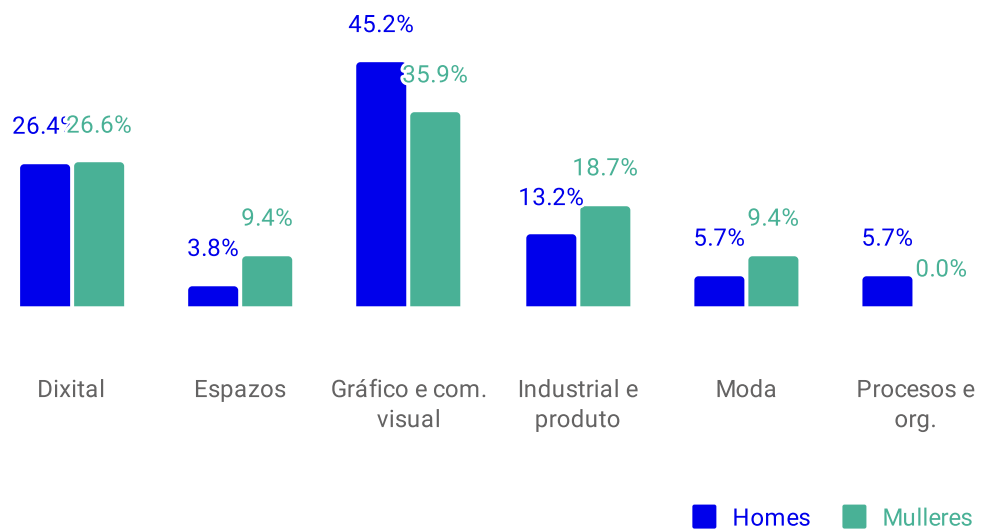
O 40,7% dos e das profesionais por conta allea adícase principalmente ao deseño gráfico e comunicación visual; o 26,3% a deseño dixital e o 16,1% a deseño industrial e de produto.



Dentro das actividades secundarias que desenvolven os deseñadores e deseñadoras, a máis nomeada é o deseño dixital, en segundo lugar o deseño gráfico e a comunicación visual, seguido de espazos, procesos e organización e deseño industrial e de produto.

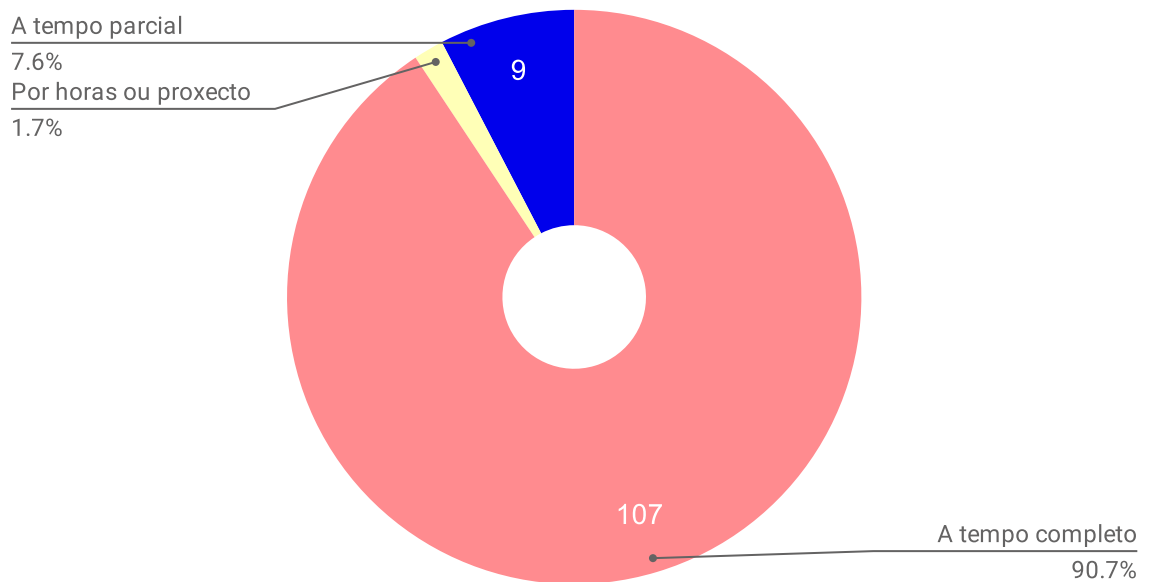
O 73% das persoas que desenvolven deseño gráfico e comunicación visual, tamén fan deseño dixital como actividade secundaria. Igualmente, as persoas que fan principalmente deseño dixital, adícanse tamén ao deseño gráfico e á comunicación visual, nun 74,2% dos casos. Un 42,1% das persoas que teñen como actividade principal o deseño industrial e de produto adícase tamén ao deseño de espazos e ao deseño gráfico.

En función do xénero, existe un maior número de persoal masculino desenvolvendo actividades de deseño gráfico e comunicación visual; mentres que as mulleres son máis numerosas na disciplinas de industrial e produto.



### Xornada laboral

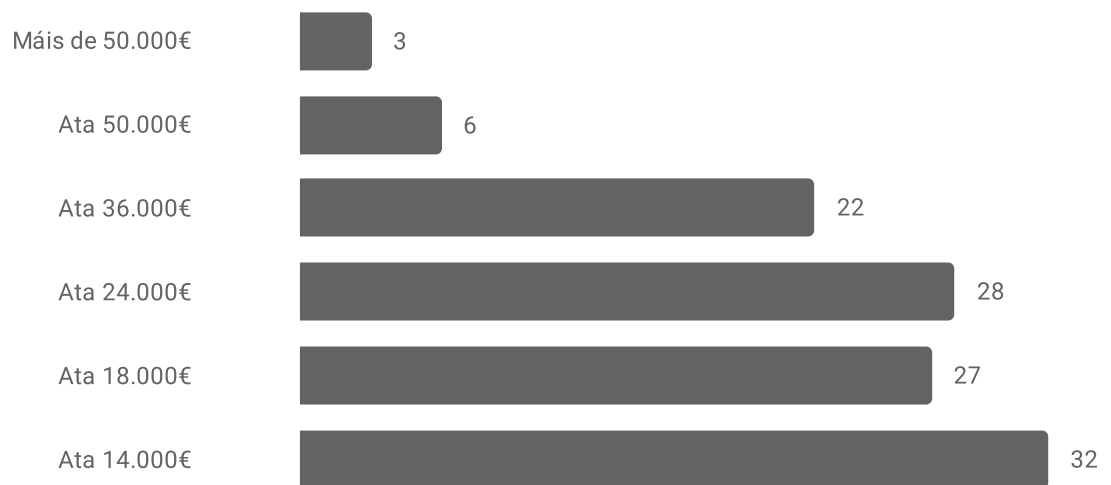
O 90,7% dos e das deseñadoras por conta allea están contratadas a tempo completo. Soamente o 7,6% indican que traballan a tempo parcial e o 1,7% por horas ou proxecto. Dato que evidencia a importancia que as empresas lle dan ao deseño e á necesidade de ter no cadro de persoal deseñadores e deseñadoras que traballen ao compás do crecemento das mesmas. Existe ademais paridade no tipo de contratación en función do xénero.





## Salario

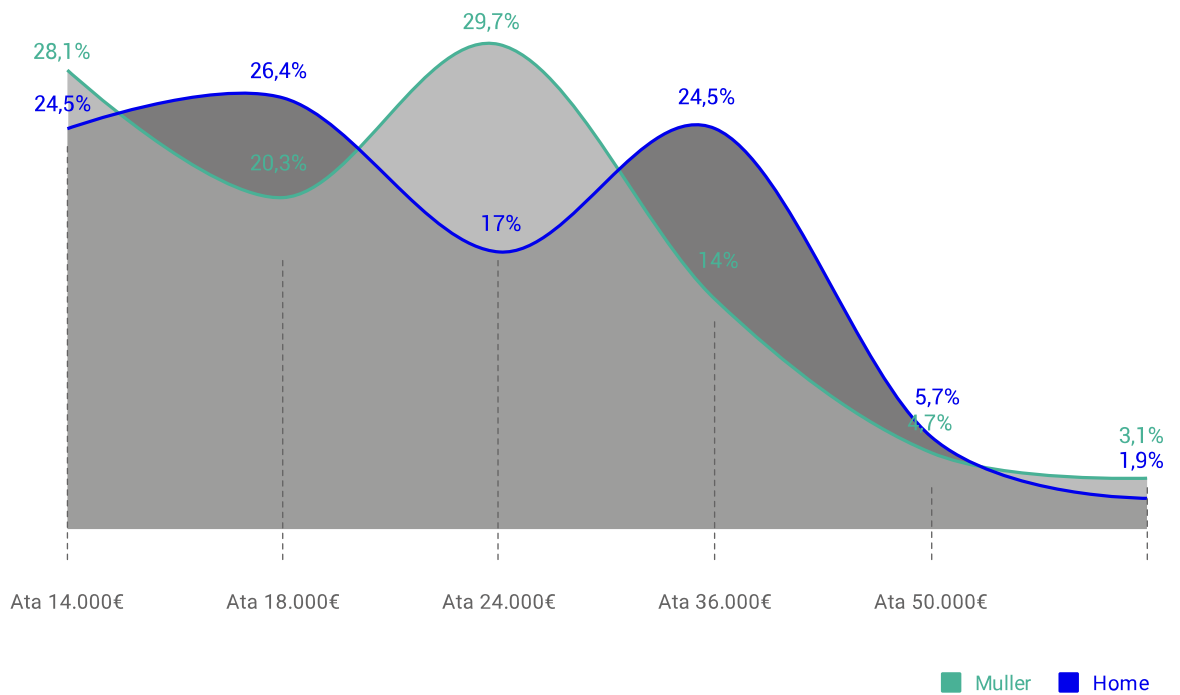
O groso do rango salarial de deseñadores contratados por conta allea sitúase entre os 14.000 euros e os 36.000 euros, sendo o máis numeroso o de 14.000 euros (Salario Mínimo Interprofesional, situado en 2020 en 13.300 euros brutos<sup>12</sup>).



O 20,3% das persoas contratadas a xornada completa cobran o Salario Mínimo Interprofesional, e o 23% sitúanse na categoría seguinte de ata 24.000 euros.

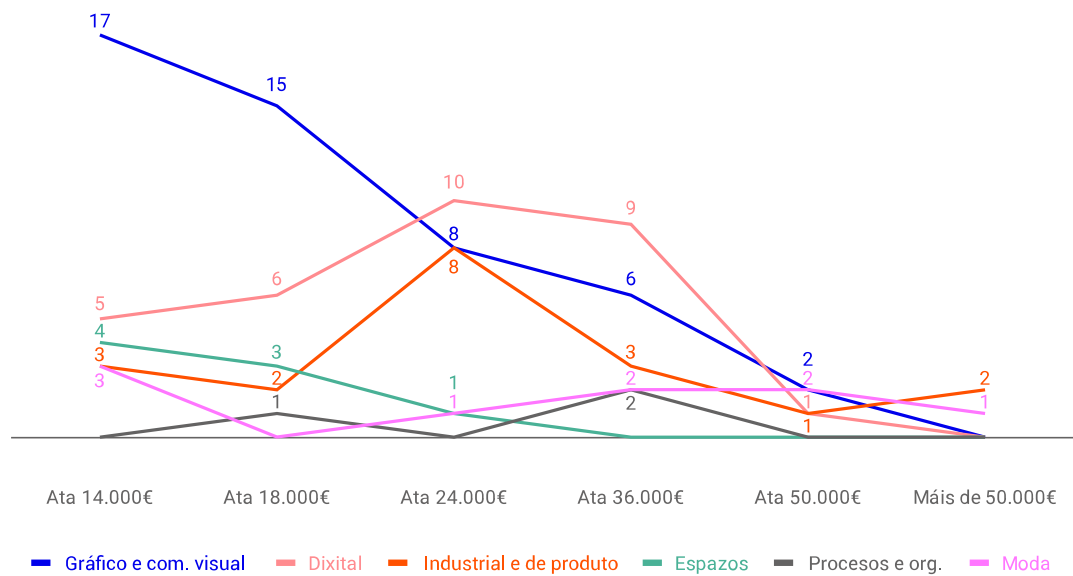
12 «BOE» núm. 31, de 5 de febreiro de 2020, páxinas 10814 a 10818.

A maioría dos salarios de mulleres están na franxa dos 14.000 euros ata os 24.000 euros. No caso dos homes, o rango maioritario elévase ata os 36.000 euros.

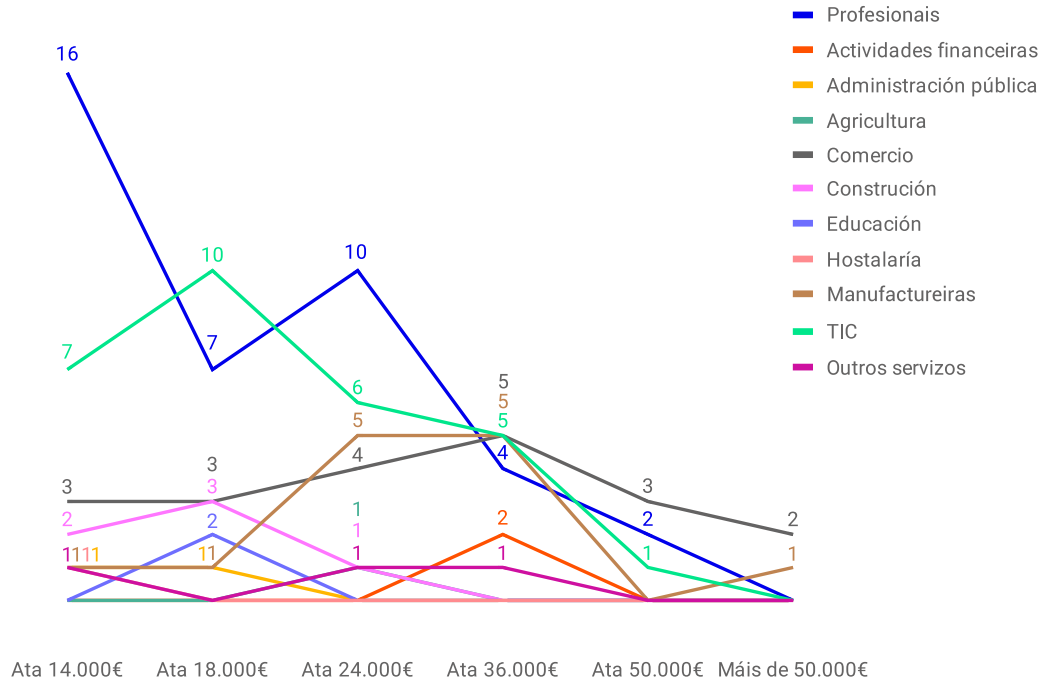


### Salario en función da disciplina principal de deseño desenvolvida

Deseño gráfico e comunicación visual e deseño de espazos teñen o pico dos seus salarios na franxa máis baixa. Tanto deseño dixital como deseño industrial e de produto atópanse polo rango medio.



**Tendencia salarial en función da actividade da empresa onde se traballa**

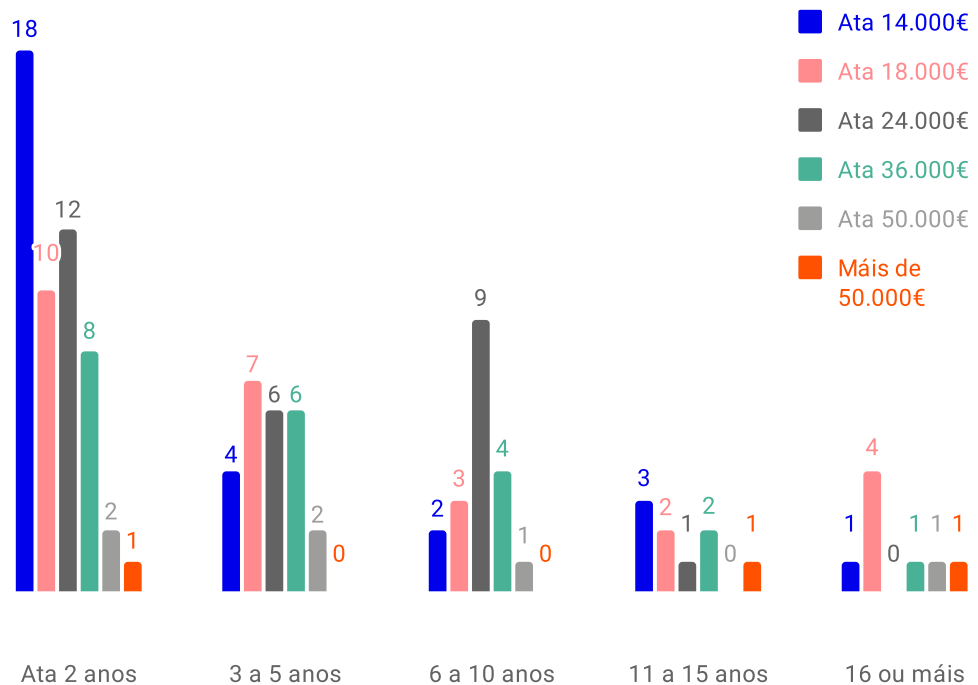


O sector de Actividades profesionais, científicas e técnicas ten o rango salarial máis baixo, dende os 14.000 ata os 24.000 euros maioritariamente, seguido do sector das TICs (actividades de información e comunicacións).

Os salarios maiores a 36.000 euros anuais, correspóndense principalmene con empresas de máis de 250 empregados do sector téxtil (posicionadas nas actividades de comercio polo xunto e ao retallo), sector madeireiro e audiovisual.

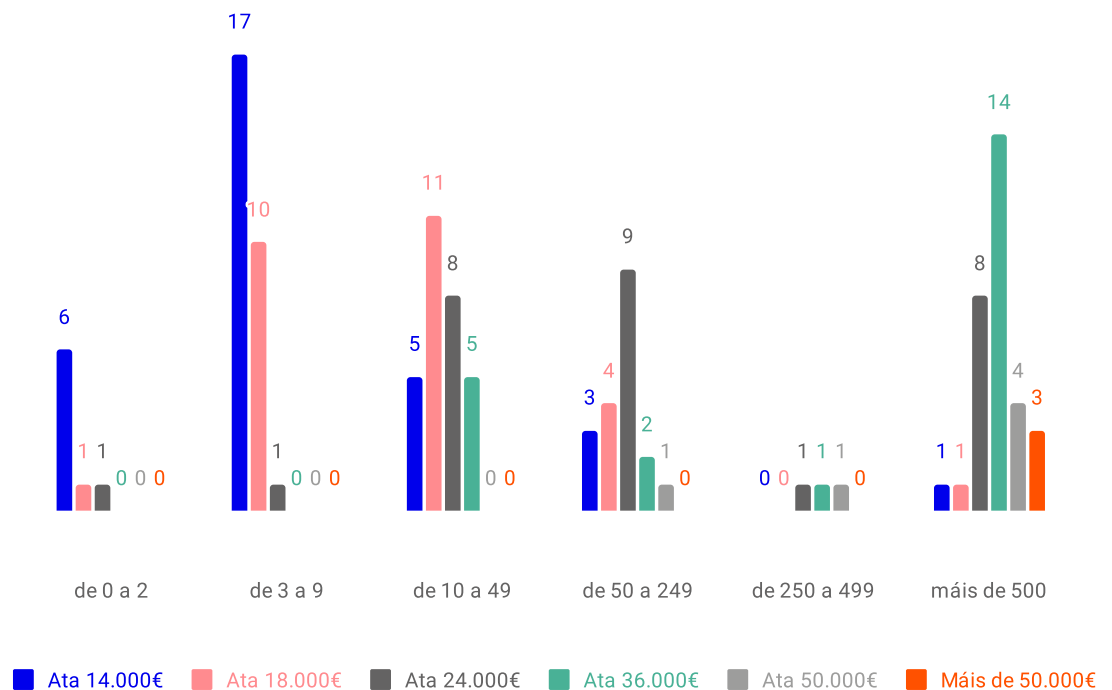
### Salario en función da antigüidade da empresa

O rango salarial predominante os dous primeiros anos de permanencia nunha empresa é de ata 14.000 euros. Entre 3 e 10 anos de permanencia na empresa, os soldos van entre 18.000 e 24.000 euros maioritariamente.



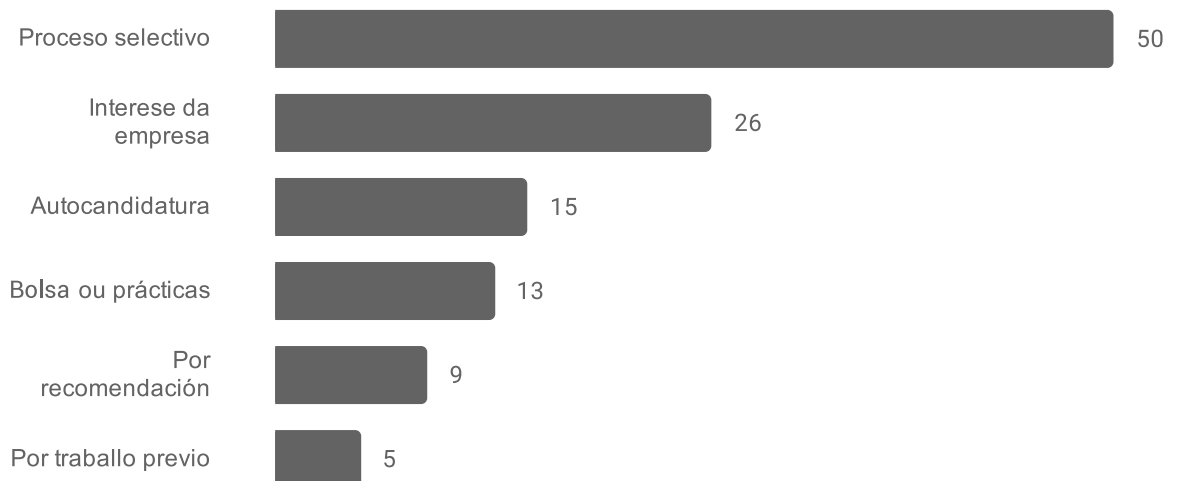
### Salario en función do tamaño da empresa onde se traballa

Existe certa relación entre o tamaño da empresa e o salario dos e das profesionais do deseño. Nas empresas de ata 9 empregados, o salario maioritario é de ata 14.000 euros. Aquelas que van dende os 10 aos 49 empregados o salario maioritario é de ata 18.000 euros, seguido moi de preto da franxa de ata 24.000 euros. Dos 50 aos 249 empregados, o salario maioritario é de 24.000 euros. E xa nas grandes empresas, de máis de 500 empregados, atópase un amplo abano salarial, con predominancia do rango de ata 36.000 euros.



### Adquisición do posto de traballo

O 42,4% de profesionais por conta allea adquiriron o seu posto de traballo mediante un proceso selectivo aberto. A achega de profesionais por medio de bolsas de emprego ou prácticas é dun 11%



### Valoración do deseño. Como cres que a túa empresa considera o deseño

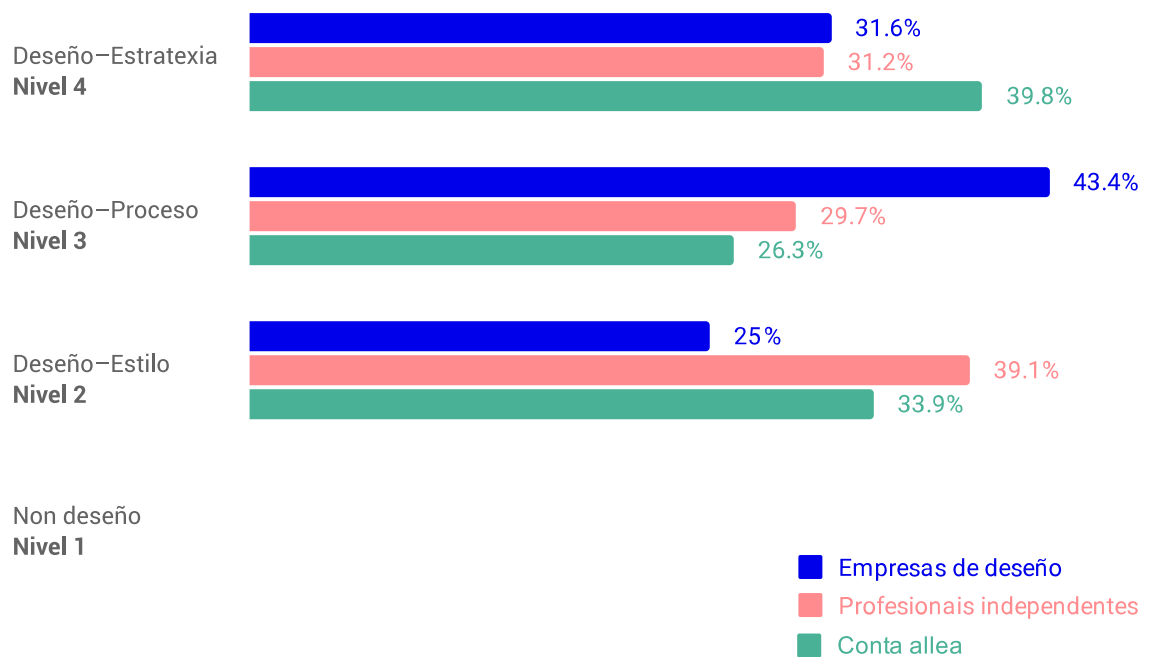
O 39,8% de profesionais por conta allea afirma que na súa empresa o deseño é considerado como un elemento estratéxico (nivel 4 da *Design Ladder*), un 26,3% di que é un proceso para resolver un problema e un 33,9% que se considera como un aspecto meramente estético.



Na comparativa entre a percepción que teñen deseñadores e deseñadoras por conta allea sobre a consideración do deseño na súa empresa coa percepción que teñen deseñadores e deseñadoras independentes e empresas de deseño sobre a consideración do deseño na súa clientela, obsérvanse claras diferenzas.

Mentres o grupo maioritario de traballadores por conta allea pensan que a súa empresa considera o deseño como un valor estratéxico, nas empresas de deseño a opinión maioritaria considera que as empresas para as que traballan valoran o deseño como un proceso dende o principio para resolver un problema. Nos e nas profesionais independentes a valoración maioritaria baixa un nivel máis ata a consideración do deseño como un aspecto puramente estético.



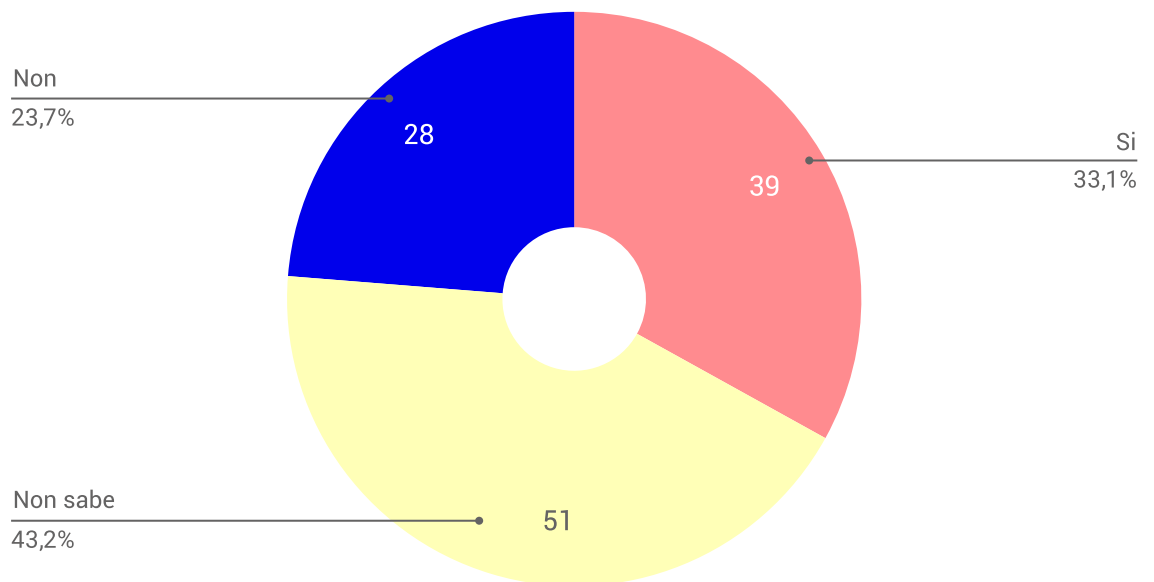


O 75% das persoas ao cargo de empresas de deseño consideran que a súa clientela valora o deseño como un factor estratéxico ou como un proceso dende o principio, os dous niveis superiores da *Design Ladder*. Esta porcentaxe baixa ao 60,9% nas respostas de profesionais independentes, cunha percepción máis negativa do valor que a clientela da ao seu traballo.

Dende a perspectiva dos e das profesionais do deseño que traballan por conta allea, o 65,3% das empresas para as que traballan son empresas intensivas en deseño, polo que o lóxico é que o deseño se atope no nivel máis alto da *Design Ladder*.

### Protección do deseño

Un 43,2% de profesionais por conta allea non sabe se a súa empresa protexe o deseño dalgunha maneira. E se se pregunta sobre que tipo de fórmula legal é a máis utilizada pola empresa na que se traballa, as respostas son variadas e escasas; mais destaca a marca rexistrada como a fórmula máis referenciada.



**«O deseño para nós é ante todo a súa eficiencia, que sirva desde o primeiro momento, desde o orzamento ata a entrega dos nosos produtos»**

**Entrevistas.  
Perfís de profesionais /**

**4.3.3**

Realizáronse 18 entrevistas tendo en conta criterios de xénero, situación xeográfica, disciplina do deseño desenvolvida e situación profesional. En total 10 mulleres e 8 homes, de idades comprendidas entre os 25 e 45 anos, cunha experiencia laboral de entre 3 e 22 anos e sendo 6 das persoas entrevistadas traballadoras por conta allea e 12 traballadoras por conta propia ou propietarias de empresas.

Búscase afondar nos datos recollidos na enquisa para ter un maior coñecemento da actividade dos e das profesionais e saber cal é a valoración que fan do deseño; asemade como é percibido o deseño polas empresas para as que traballan ou desenvolven proxectos. Tívoise en conta a escasa presenza de profesionais que se atopan nas provincias de Ourense e Lugo ou en vilas máis pequenas fóra das sete grandes cidades; e tamén a recollida de información de disciplinas que non foron tan activas na fase de enquisas, como o caso do deseño de moda.

1

Idade	Ano inicio actividade
35	2016
Xenero	Conta propia/conta allea
FEMININO	CONTA PROPIA
Taxón	DESEÑO GRÁFICO E COMUNICACIÓN VISUAL DESEÑO DIXITAL
Provincia	LUGO

## Resumo da traxectoria

*«Desde 2011 traballo como deseñadora e artista plástica. No 2016 fundo o meu propio estudio especializado en deseño gráfico e dirección creativa».*

## 2

Idade	Ano inicio actividade
44	2003
Xenero	Conta propia/conta allea
FEMININO	CONTA ALLEA
Taxón	DESEÑO DE PROCESOS
Provincia	PONTEVEDRA

## Resumo da traxectoria

*«Son enxeñeira industrial especializada en organización industrial. A miña traxectoria sempre estivo ligada a operacións e deseño de procesos nas distintas compañías para as que traballei».*

## 3

Idade	Ano inicio actividade
45	2008
Xenero	Conta propia/conta allea
MASCULINO	CONTA ALLEA
Taxón	DESEÑO DE PRODUTO
Provincia	A CORUÑA

## Resumo da traxectoria

*«Enxeñeiro técnico en Deseño Industrial, mestrado en Dirección Integrada de Proxectos e mestrado en Enxeñería en Deseño industrial. Profesor de proxectos nunha escola universitaria de deseño».*



## 4

Idade	Ano inicio actividade
37	2010
Xenero	Conta propia/conta allea
FEMININO	CONTA PROPIA
Taxón	DESEÑO GRÁFICO E COMUNICACIÓN DESEÑO DIXITAL
Provincia	A CORUÑA

## Resumo da traxectoria

*«Tras rematar Turismo, decidín cambiar o rumbo e adicarme ao deseño gráfico. Para iso cursei os estudos superiores en deseño gráfico en A Coruña, ademais de cursos complementarios de fotografía e deseño web. A continuación decidín mudarme a Londres para seguir coa miña formación académica. Alí comecei a traballar; primeiro nunhas prácticas e logo fun rotando noutras tres axencias de deseño. Finalmente volví ao meu lugar de orixe para crear, xunto co meu irmán e socio, o noso propio estudio».*

5

Idade	Ano inicio actividade
42	2007
Xenero	Conta propia/conta allea
MASCULINO	CONTA ALLEA
Taxón	DESEÑO DE PRODUTO
Provincia	A CORUÑA

## Resumo da traxectoria

*«Fun cofundador dun estudio de deseño gráfico e produto no 2007, estudio no que desenvolvín a miña actividade profesional ata o 2014. A partir dese ano comecei a traballar na oficina técnica dunha empresa dedicada á produción de iluminación técnica e decorativa».*

## 6

Idade	Ano inicio actividade
42	2009
Xenero	Conta propia/conta allea
MASCULINO	CONTA PROPIA
Taxón	DESEÑO GRÁFICO E COMUNICACIÓN DESEÑO DIXITAL
Provincia	OURENSE

## Resumo da traxectoria

*«Son diplomado en Empresariais e licenciado en Márketing. Non teño formación específica en deseño e fun aprendendo dos compañeiros, do meu traballo en axencias de publicidade, e formándome pola miña conta. Estiven traballando fóra ata o 2010, ano no que volví a Galicia. No 2017, fundamos, xunto con un socio, o noso propio estudio de deseño. Actualmente, compaxino o traballo por conta propia co traballo por conta allea como deseñador gráfico para unha empresa do sector da moda».*

## 7

Idade	Ano inicio actividade
45	1999
Xenero	Conta propia/conta allea
FEMININO	CONTA PROPIA
Taxón	
	DESEÑO DE MODA
Provincia	
	PONTEVEDRA

## Resumo da traxectoria

*«Pertenzo á terceira xeración dunha familia especializada na elaboración de zocos en madeira que data de 1915. Coa miña marca conseguín transformar a mentalidade relativa a un produto asociado ao traballo rural e agrícola. Agora é usado como complemento de moda con deseños e cores arriscadas, engadindo un alto grao de innovación a un produto tradicional. Gañei varios premios e recoñecementos, entre os que se poden destacar o Premio de Artesanía Antonio Fraguas ou o Premio Nacional de Artesanía de 2019. Actualmente son a encargada de deseñar as novidades que van saíndo».*

## 8

Idade	Ano inicio actividade
39	2016
Xenero	Conta propia/conta allea
MASCULINO	CONTA PROPIA
Taxón	
	DESEÑO DIXITAL
Provincia	
	A CORUÑA

## Resumo da traxectoria

*«Estudei en Lugo un ciclo medio en técnicas de estampación e un ciclo superior en gráfica publicitaria. En Barcelona fixen un mestrado en Dirección de arte e traballei de visual merchandiser, deseñador gráfico e fotógrafo. Despois de Barcelona, fun a Londres, onde traballei como deseñador gráfico e fotógrafo para finalmente volver a A Coruña, onde, primeiro estiven traballando nunha axencia de publicidade como director de arte durante un ano e medio, e despois 2 anos e medio nun estudio de deseño como director de arte e realizador audiovisual. Actualmente traballo por conta propia no meu estudio».*

## 9

Idade	Ano inicio actividade
33	2011
Xenero	Conta propia/conta allea
MASCULINO	CONTA PROPIA
Taxón	DESEÑO DE ESPAZOS
Provincia	OURENSE

## Resumo da traxectoria

*«Formeime coma deseñador de interiores e fixen un mestrado en Infografía Hiperrealista. Tras unha experiencia de 2 anos traballando por conta allea no sector, montei a miña actual empresa xunto aos meus dous socios. Nela desenvolvemos distintas actividades empresariais. Somos espazo de coworking, tenda de mobiliario de deseño online e estudio de deseño de interiores, a nosa principal actividade».*

10

Idade	Ano inicio actividade
45	2001
Xenero	Conta propia/conta allea
MASCULINO	CONTA PROPIA
Taxón	
	DESEÑO DE PROCESOS
Provincia	
	PONTEVEDRA

## Resumo da traxectoria

*«Formeime coma técnico superior en Gráfica Publicitaria, mestrado en Comunicación Dixital e postgrao en Usabilidade. Levo traballando na industria dixital galega dende os seus comezos no 2001. Desde 2011 formo parte dun colectivo de profesionais independentes dedicados ao desenvolvemento de proxectos de experiencia de usuario en produtos e servizos dixitais».*

11

Idade	Ano inicio actividade
32	2006
Xenero	Conta propia/conta allea
FEMININO	CONTA PROPIA
Taxón	DESEÑO DE ESPAZOS
Provincia	A CORUÑA

## Resumo da traxectoria

*«Formeime coma deseñadora de interiores e de mobiliario. Antes de montar a miña actual empresa estiven traballando durante 12 anos en Barcelona e Londres. Ao longo da miña traxectoria participei en diversas tipoloxías de proxectos entre as que se inclúen vivendas de luxo, edificios de oficinas, hoteis, locais de comercio ao retallo e promocións de gran escala en Europa e Oriente Próximo e colaborei con algúns dos máis prestixiosos deseñadores da industria. Hoxe dirixo dende Galicia un estudio creativo de deseño de iluminación arquitectónica con base en Londres».*



12

Idade	Ano inicio actividade
32	2018
Xenero	Conta propia/conta allea
FEMININO	CONTA PROPIA
Taxón	
	DESEÑO DE ESPAZOS
Provincia	
	OURENSE

## Resumo da traxectoria

*«Tras graduarme coma arquitecta técnica completei a miña formación coma deseñadora de interiores. No último ano do plan de estudos solicitei unha bolsa Erasmus+, o que me permitiu realizar as miñas prácticas externas nun estudio de arquitectura de interiores en Copenhague (Dinamarca). Xa de volta; e aínda non completados os estudos superiores, comecei a traballar por conta allea nun estudio de deseño de interiores na miña cidade natal, Ourense. Un ano máis tarde, e grazas ás colaboracións que continuaba a facer en Copenhague, decidín emprender como deseñadora e arquitecta técnica por conta propia».*

13

Idade	Ano inicio actividade
25	2017
Xenero	Conta propia/conta allea
FEMININO	CONTA ALLEA
Taxón	
	DESEÑO DIXITAL
Provincia	
	A CORUÑA

## Resumo da traxectoria

*«Estudei ilustración na Coruña, cando estaba a rematar este curso comecei a traballar. O meu primeiro cargo foi o de concept artist, deseñando personaxes e escenarios. A medida que o proxecto foi avanzando pasei a traballar coma modeladora dixital e finalmente, coma animadora 3D, función que exerzo actualmente. Paralelamente á miña profesión, cursei os estudos superiores de deseño gráfico na mesma escola, atopándome agora a piques de rematar o derradeiro ano».*

14

Idade	Ano inicio actividade
38	2009
Xenero	Conta propia/conta allea
MASCULINO	CONTA ALLEA
Taxón	
	DESEÑO DIXITAL
Provincia	
	PONTEVEDRA

## Resumo da traxectoria

*«Unha vez rematado o bacharelato comecei, no ano 2002, cos estudos de deseño e gráfica publicitaria en Lugo. Logo continuei a miña formación en Pontevedra obtendo, no ano 2009, a licenciatura en Belas Artes. Pouco despois de licenciarme incorporeime á empresa na que traballo actualmente como deseñador de interfaces e de experiencia de usuario e na que son responsable do equipo de deseño da mesma».*

15

Idade	Ano inicio actividade
27	2016
Xenero	Conta propia/conta allea
FEMININO	CONTA ALLEA
Taxón	
	DESEÑO DE PRODUTO
Provincia	
	OURENSE

## Resumo da traxectoria

*«Do 2016 ao 2018 traballei no departamento de márketing e interiorismo dunha empresa de revestimentos de superficies. Desempeñei labores de deseño, coordinación e dirección da execución de obra dos stands de feira e deseño de mobiliario interior. Tamén traballei en labores de deseño gráfico e identidade corporativa. Na actualidade traballo como deseñadora industrial no departamento técnico dunha empresa de automoción».*

16

Idade	Ano inicio actividade
32	2015
Xenero	Conta propia/conta allea
FEMININO	CONTA ALLEA
Taxón	
	DESEÑO DE PRODUTO
Provincia	
	A CORUÑA

## Resumo da traxectoria

*«Comecei a traballar como deseñadora de interiores cando a empresa levaba un ano e medio no negocio ata converternos nunha empresa líder no sector do deseño de interiores en Galicia. Estamos especializados en mobles nórdicos orixinais dos anos 50. Deseñamos e fabricamos pezas a medida e tamén levamos a cabo proxectos de reforma integral para vivendas e espazos comerciais. Actualmente teño un posto de coordinadora de equipo».*

17

Idade	Ano inicio actividade
31	2010
Xenero	Conta propia/conta allea
FEMININO	CONTA ALLEA
Taxón	
	DESEÑO DE MODA
Provincia	
	PONTEVEDRA

## Resumo da traxectoria

*«No 2007 comecei a miña formación en deseño de moda. Realicei prácticas de empresa en Barcelona e en Mos e recibín bolsas de formación en deseño nas empresas Adolfo Domínguez e Caramelo. No 2014 cursei formación complementaria en deseño gráfico e edición de fotografía, e fun finalista no certame Xuventude Crea da Xunta de Galicia. O ano seguinte conseguín o primeiro premio nese mesmo certame. Finalmente, incorporeime ao departamento de deseño dunha empresa de moda infantil».*

18

Idade	Ano inicio actividade
39	2007
Xenero	Conta propia/conta allea
MASCULINO	CONTA ALLEA
Taxón	
DESEÑO DE PROCESOS E ORGANIZACIÓN	
Provincia	
OURENSE	

## Resumo da traxectoria

*«Tras completar a miña formación como enxeñeiro informático fixen o doutoramento en computación. Ao longo da miña carreira fixen unha transición dende a I+D vinculada á universidade e entidades públicas cara á innovación vinculada á empresa. No meu cargo actual, como responsable de innovación e produto, as miñas funcións consisten en xestionar e promover a innovación, así coma concibir, deseñar e desenvolver novos produtos ou servizos no ámbito dixital».*

**«Unha estratexia que non ten en conta o deseño nas súas múltiples facetas non tería sentido»**



**Retos e oportunidades /**

**5.**

Sería importante introducir formación en deseño nas incubadoras e aceleradoras de empresas apoiadas pola Administración Pública, viveiros de empresas, cámaras de comercio, etc. É imprescindible que nos procesos de ideación e creación de novos modelos de negocio o deseño teña un claro papel como eixo estratéxico. O coñecemento básico das disciplinas do deseño, da taxonomía de conceptos, ou das funcións e roles que cumpren os e as deseñadoras nas diferentes fases dos procesos produtivos das empresas, permitirá asimilar esta actividade como transversal case de forma natural.

Debido ao descoñecemento da xestión empresarial que teñen os/as profesionais do deseño galegos/as, sería interesante introducir formación en planificación estratéxica, xestión empresarial e análise de viabilidade nas escolas de deseño.

O auxe das novas disciplinas do deseño implica un cambio e unha actualización nos plans de estudos especializados, abrindo a porta á contratación temporal de deseñadores e deseñadoras como perfís profesionais docentes que ofrecen unha visión máis achegada á realidade.

Procurar puntos de encontro ou lugares de conexión entre empresas e profesionais do deseño, que sirvan para poñer en común as dificultades que existen no camiño, como a falta de entendemento da clientela sobre o que implica o deseño ou as dificultades dos deseñadores e deseñadoras para transmitir e involucrarse noutras realidades, e acurtar esas distancias para que un proxecto chegue a bo termo. Canto máis da man vaian os e as profesionais do deseño e as empresas, mellor será o resultado final e a relación comercial.

**«Gustaríanos poder calcular o retorno do noso investimento en deseño, pero non dispoñemos de ferramentas que aborden esta medición»**

**Recomendacións /**

**6.**

A recollida de datos de forma periódica permitirá avaliar a evolución do propio sector e a súa interrelación co resto de sectores económicos. A análise cuantitativa e cualitativa realizada neste estudo marca unha pauta de actuación de cara a futuros estudos relacionados coa actividade económica do sector deseño, cunha base metodolóxica eficaz. Considérase clave que a Administración Autonómica propicie os espazos e as ferramentas para levar a cabo este seguemento.

A implementación de indicadores de deseño nas estatísticas existentes a nivel autonómico e nacional (IGE e INE), como poden ser «valoración do deseño», «uso do deseño», «contratación de deseño», «persoal específico de deseño», «inversión en deseño», «repercusión do deseño na rendibilidade», etc., permitiría analizar con criterios máis obxectivos o valor do deseño nas empresas en cada territorio ou nación.

Ante a dispersión evidente de caracterización de profesionais do deseño é fundamental o fomento do uso do CNAE 7410 que recolle maiormente as disciplinas de deseño especializado e a identificación dun IAE correspondente. Habería que fomentar tamén o cambio naquelas empresas e profesionais que seguen rexistrados en CNAEs previos ao ano 2009. Cómpre unha revisión desta mesma categoría de actividade económica para que recolla as novas disciplinas do deseño e mellore a definición das xa existentes; para que non exista dúbida algunha sobre o que integra ou non integra o deseño e os e as profesionais que queiran exercer a súa actividade por contra propia saiban a que deben seleccionar. No caso de profesionais por conta allea, que a súa categoría profesional sexa acorde coa actividade que desempeña na empresa, considerando que a gran maioría teñen estudos superiores equiparables aos dunha licenciatura ou grao universitario (grupos 1 e 2 dos grupos de cotización que publica o BOE).

Poñer en valor as titulacións das Escolas de Arte e Superiores de Deseño xa que actualmente son as encargadas de formar á maioría dos e das profesionais que desenvolven o seu traballo en Galicia. Asemade darlles visibilidade e potenciar a súa presenza nos plans educativos de ESO e Bacharelato, porque seguen sendo percibidas como escolas onde a titulación que se acada é inferior á universitaria. En futuros estudos deste tipo cómpre incluír o apartado de formación en deseño, profundando na oferta educativa existente e na demanda de estudos complementarios para obter unha imaxe máis completa da economía do deseño.



Visibilizar máis aos e ás profesionais do deseño galegos mediante a plataforma *online* o Mapa do Deseño de Galicia ([mapadesenogalego.gal](http://mapadesenogalego.gal)), de proxección e consulta, elaborada polo goberno autonómico, para que as empresas dos diferentes sectores teñan un espazo de referencia para seleccionar o mellor perfil profesional que se adapte ás súas necesidades. Identificar cada disciplina do deseño coa taxonomía presentada neste estudo e completar a información mediante fichas técnicas que recollan a súa definición completa, as competencias que ten e as habilidades do perfil profesional para un maior coñecemento do sector.

Desenvolver políticas públicas que acheguen o deseño ás empresas á través de formación especializada, programas de axudas vinculadas ás necesidades de cada sector, ou a integración de profesionais do deseño de longa duración. Faise necesario que o deseño sexa entendido como un engranaxe máis do proceso produtivo, que pode aportar valor nas diferentes fases de crecemento dunha empresa, facéndoa máis competente e segura ante os retos que teña que afrontar.

«Para entrar no mercado laboral a titulación pode ser o máis relevante, pero unha vez dentro, a experiencia e os proxectos nos que participaches son o máis importante»

## Bibliografía /



- BCD. 2009. *El impacto económico del diseño en las empresas de Cataluña*. BCD. Barcelona.
- BCD. 2015. *Mapeo del sector del diseño en Cataluña*. BCD.
- BCD. 2019. *Ecosistema del diseño español*. BCD, Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.
- DDC, Danish Design Centre. 2018. *Design Delivers 2018: How design accelerates your business*. DDC; DI, Confederation of Danish Industry.
- DDI Sociedad Estatal para el desarrollo del Diseño y la Innovación. 2005. *Estudio del impacto económico del diseño en España*.
- Design Council. 2018. *The Design Economy. The state of design in the UK*.
- Fundación del Diseño DIMAD. 2013. *Diseño en Madrid, Bases para la elaboración de un Plan Estratégico de Diseño Industrial, como factor de competitividad e innovación en la Comunidad de Madrid*.
- Forrester Consulting. 2014. *The Creative Dividend. How Creativity Impacts Business Results*. Adobe Inc.
- Laboratorio de Análisis de Políticas Públicas. 2018. *Contribución económica de los sectores intensivos en diseño en la Comunidad Valenciana y el perfil de las empresas del sector*. Ivie e Generalitat Valenciana.
- Nomen, Eusebi; BCD, Barcelona Centre de Disseny. 2014. *Directrices para la recogida e interpretación de datos de diseño. Propuesta para un futuro Manual de Barcelona de diseño*. BCD; CBS, Copenhagen Business School; DA, Designaustria; UCAM, University of Cambridge; HIPO-HDC, Hungarian Intellectual Property Office-Hungarian Design Office; SVID, Swedish Industrial Design Foundation.
- Observatorio del Diseño y la Arquitectura de la Región de Murcia. 2011. *El Sector del Diseño en la Región de Murcia. Análisis*. Región de Murcia.
- Observatorio Español del Diseño. 2011. *El valor económico del diseño*.
- Oficina Española de Patentes y Marcas, OEPM. *Cuestiones básicas acerca de patentes y modelos de utilidad*. 2014. <http://www.oepm.es/cs/OEPMSite/contenidos/Folletos/06-cuestiones-basicas-patentes-modelos.html> (última consulta 15-01-21).
- Vicente Blasco, Kike Correcher, Ricardo Fibla, Xavier Giner. 2018. *La economía del diseño en la Comunitat Valenciana*. Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana.
- Xunta de Galicia. 2019. *O deseño como motor. Casos de éxito en Galicia*.
- Xunta de Galicia. 2014. *Estratexia de especialización intelixente de Galicia. RIS 3 Galicia 2014-2020*.

- Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana ADCV. 2019. Ferramenta D-Tool <https://economyadisseny.com/d-tool>
- Calculadora de mostras Netquest <https://www.netquest.com> (última consulta 28-10-2020).
- Diario Cinco días. Diferenciación entre micro, pequeña e mediana empresa. [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/08/02/pyme/1470120203\\_791862.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/08/02/pyme/1470120203_791862.html) (última consulta 28-02-21).
- Economía en Galicia. Datos económicos de crecemento 2019. <https://www.economiaengalicia.com/articulo/informes/pib-gallego-crecio-2-segundo-trimestre-ano/20190829124437011639.html> (última consulta 15-12-20)
- Expansión. Datos macro por comunidades autónomas, Galicia 2021 <https://datosmacro.expansion.com/ccaa/galicia> (última consulta 14-01-20).
- Expansión. PIB por comunidades autónomas, Galicia 2019. <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana-comunidades-autonomas/galicia> (última consulta 15-12-20)
- Informe Ardán, 2020. Situación económica y competitiva de las empresas de Galicia. <https://www.zfv.es/ardan/informe2020/capitulo-1.pdf> (última consulta 14-01-21).
- Informe sectoriais ARDÁN e Zona Franca de Vigo, 2020. <http://www.zfv.es/referencias/index.php> (última consulta 15-01-21).
- Instituto Galego de Promoción Económica, IGAPE. Oportunidades Industria 4.0 en Galicia. Resumo executivo e informes sectoriais, 2018. <http://www.igape.es/es/sermas-competitivo/galiciaindustria4-0/estudios-e-informes> (última consulta 13-12-20)
- Mundo Laboral, datos básicos de poboación e relación con actividade económica. Instituto Galego de Estatística, IGE. [http://www.ige.eu/estatico/estat.jsp?ruta=html/gl/DatosBasicos/DB\\_MundoLaboral.html](http://www.ige.eu/estatico/estat.jsp?ruta=html/gl/DatosBasicos/DB_MundoLaboral.html) (última consulta 20-01-21)
- O mercado de traballo en Galicia. Instituto Galego de Estatística, IGE. [http://www.ige.eu/estatico/estat.jsp?ruta=html/gl/salarios/CTX\\_Asalariados\\_actividade.html](http://www.ige.eu/estatico/estat.jsp?ruta=html/gl/salarios/CTX_Asalariados_actividade.html) (última consulta 20-01-21)
- Principais datos económicos de Galicia anos 2018-2019-2020, Instituto Galego de Estatística, IGE <http://www.ige.eu> (última consulta 20-01-21)
- Resumo directorio de empresas e unidades locais 2019. Instituto Galego de Estatística, IGE [http://www.ige.eu/estatico/html/gl/OperacionsEstruturais/PDF/Resumo\\_resultados\\_Directorio\\_empresas\\_2019.pdf](http://www.ige.eu/estatico/html/gl/OperacionsEstruturais/PDF/Resumo_resultados_Directorio_empresas_2019.pdf) (última consulta 03-01-21)
- Sectores PIB galegos 2018. Instituto Galego de Promoción Económica, IGAPE <http://www.igape.es/es/investingalicia-galicia-en-cifras/economia> (última consulta 13-12-20)

**«En Galicia producimos  
deseño de calidade  
pero fáltanos exposición  
e autoestima e sóbranos  
minifundismo»**

## Empresas e profesionais entrevistadas /

Grazas a todas as persoas que se prestaron a colaborar neste estudo accedendo a participar nas entrevistas.

### Empresas

- Alda Hotels
- Biopraedium
- Cafés Candelas
- Cagiao
- Candido Hermida
- Demsu
- Dinahosting
- Eiriz
- Finsa
- Geneaqua
- Gradient
- Health in Foods
- Maderbar
- Orballo
- Portomuiños
- Publifive
- Sogaco
- Tur43
- Vacalouras

### Profesionais

- Adolfo Maragoto
- Aida Lorenzo
- Alba Queija
- Alicia Ferreiro
- Ana Díaz
- Borja Doel
- Claudia Rodríguez
- Elena Ferro
- Elena Patiño
- Gervasio Varela
- Irene Muiños
- Manuel del Río
- Martiño Fortes
- Óscar Roca
- Pablo Álvarez
- Pablo Fernández
- Vanesa Quintiá
- Yolanda Alonso



# Anexo 1. Análise completa do impacto do sector deseño na economía galega /

# AI

## Introdución

O impacto derivado da desaparición das actividades do deseño da economía galega pódese estimar a través dun exercicio de extracción hipotética realizado coas táboas *input-output* que representan transaccións intersectoriais para satisfacer o consumo de bens e servizos galegos. A extracción hipotética consiste en calcular canto do total da produción da economía diminuiría se un sector desaparecese, en concreto neste caso estimarase canto diminuiría a produción se se deixasen de facer actividades de deseño e de comprar os bens e servizos necesarios para a realización das mesmas. Deste xeito, teríanse en conta non só os efectos directos senón tamén os efectos indirectos da desaparición das actividades profesionais de deseño. A efectos prácticos isto suporía poñer a cero tanto a columna como a fila que representan estas actividades nunha táboa *input-output* e realizar o posterior cálculo do impacto.

## Metodoloxía

A táboa *input-output* (TIO) mostra as relacións produtivas intersectoriais dunha economía nun momento determinado. As TIO galegas son producidas e actualizadas polo Instituto Galego de Estatística e postas a disposición pública na súa páxina web. As táboas *input-output* baséanse no modelo de Leontief que intenta mostrar as interdependencias dos sectores para satisfacer a demanda final dunha economía. Deste xeito, teríase un sistema de ecuación que en maneira matricial se expresaría:

$$x = [I - A]^{-1} f$$

Onde a produción da economía ( $x$ ), se pode expresar a partir da demanda final ( $f$ ) e os requerimentos de *inputs* (produción intermedia) dende outros sectores ( $A$ )<sup>13</sup>.

A extracción hipotética suporía cuantificar canto diminuiría a produción total da economía se un sector desaparecese. Para poder calcular isto na práctica poríamos a cero a fila e columna do sector correspondente, así como súa demanda final. Polo tanto, non se permite que a demanda final se poida satisfacer con importacións, é dicir esa actividade, neste caso o deseño, desaparecería completamente da economía.

Polo tanto, teríase unha nova matriz de coeficientes coa fila e columnas correspondentes ás actividades do deseño ( $j$ ) igual a cero:  $\bar{A}_{(j)}$  e a demanda final  $\bar{f}_{(j)}$  con consumo cero en actividades de deseño. Así, pódese calcular cal sería a produción ( $\bar{x}_{(j)}$ ) de Galicia sen as actividades de deseño a partir da seguinte expresión:

$$(\bar{x}_{(j)}) = [I - \bar{A}_{(j)}]^{-1} \bar{f}_{(j)}$$

Deste xeito o peso relativo da perda da produción pola desaparición do deseño por parte da economía galega sería:

$$T_{(j)}^{-} = 100[(x - \bar{x}_{(j)})/x]$$

13 Un coeficiente técnico ( $a_{ij}$ ) da matrix  $A$ , mostra o que se necesita dun sector  $i$  para producir unha unidade de produto  $j$

## Identificación das actividades do deseño

Para poder realizar os cálculos para as actividades de deseño hai dúas dificultades engadidas:

1. A identificación das actividades do deseño dende o punto de vista sectorial.
2. As actividades do deseño son unha subparte das agregacións sectoriais das táboa *input-output* (TIO).

A continuación explícase como se procede en cada aspecto para poder calcular o impacto.

### Identificación das actividades características do deseño

Como se apunta no estudo, as empresas e profesionais do deseño distribúense en distintas actividades da clasificación CNAE-09. Con esta clasificación do 2009 introduciuse o ítem 7410 Actividades de deseño especializado para intentar aglutinar moitas das empresas e profesionais que se adican á produción do deseño, e polo tanto pódese considerar que o 100% da produción desta actividade corresponde a actividades do deseño. Non obstante, identifícanse outras actividades CNAE que tamén producen produtos e servizos de deseño. Este sería o caso da CNAE 7311 de Axencias de publicidade onde se considera que o 60% da súa produción corresponde a actividades de deseño; e outras 4 actividades nas que a produción correspondente ás actividades de deseño pode estar entre un 30% e un 40%, son os CNAEs 7112 Enxeñaría e asesoramento técnico, 7111 Servizos técnicos de arquitectura, 6201 Actividades de programación informática, 1811 Artes Gráficas e 5811 Edición de libros. Neste caso, para as simulacións asumírase que o 35% da produción destes códigos CNAEs corresponde a actividades de deseño.

### Actividades do deseño nas agregacións sectoriais

As actividades do deseño identificadas a través da CNAE a 4 díxitos son unha subparte das agregacións sectoriais das táboa *input-output*. Outra das dificultades para calcular o impacto das actividades do deseño na economía é que na táboa *input-output* os sectores están agregados a 71 grupos<sup>14</sup>, polo que necesitamos calcular o peso das actividades características do deseño indentificado no punto anterior dentro da agregación dos sectores correspondente na táboa. Por exemplo, a actividade 7410 Actividades de deseño especializado forma parte da agregación que aparece na táboa *input-output* 74+75: Outras actividades profesionais, científicas e técnicas e actividades veterinarias. Polo tanto, é necesario calcular o peso que ten a actividade 7410 no total de todas as actividades incluídas nas ramas 74 e 75 a partir dos datos de produción do SABI para 2019 en Galicia. O resultado neste caso sería 75,76%, é dicir a actividade 7410 supón un 75,76% do sector 74 e 75 da táboa *input-output*. Este coeficiente aplícase a todas as transaccións do sector 74 e 75, para separar a produción correspondente as actividades de deseño especializado e os bens e servizos necesarios para levala a cabo<sup>15</sup>. Este proceso repetirase para cada unha das actividades características do deseño que foron mencionadas no punto anterior e os seus correspondentes sectores na táboa *input-ouput*.

14 Na táboa de correspondencias do IGE pódese consultar a agregación detallada dos 71 sectores da táboa *input-ouput* e as actividades da CNAE-09.

15 Estes cálculos darían un resultado aproximado de produción das Actividades de deseño especializado e dos bens e servizos que necesita para realizar a mesma. Polo tanto asúmese que a actividade 7410 usa a tecnoloxía media da rama a que corresponde (74+75). Para calcular de xeito preciso a desagregación do sector e asignar a propia tecnoloxía, deberíase facer un estudo en profundidade da rama e da súa estrutura de compras e vendas de bens e servizos feitos a outros sectores.

Cando se obtén o peso da CNAE-09 característica do deseño a 3 díxitos na rama da táboa *input-output* correspondente multiplícase polo coeficiente de produción que pertence ao deseño, tal e como se indicou no punto anterior. Os resultados destes cálculos aparecen na seguinte táboa.

**Táboa 1: Peso estimado das actividades de deseño nas ramas da táboa *input-output* (TIO)**

	Rama na táboa <i>input-output</i> (TIO)	Peso de toda a actividade de deseño sobre a rama TIO	Parte da actividade pertencente ao deseño	Coficiente final aplicado á rama TIO
CNAE 7410	CNAE 74+75	75,76 %	100,00 %	75,76 %
CNAE 1811	CNAE 18	8,30 %	35,00 %	2,91 %
CNAE 5811	CNAE 58	15,79 %	35,00 %	5,53 %
CNAE 6201	CNAE 62+63	27,01 %	35,00 %	9,45 %
CNAE 7111,7112	CNAE 71	91,09 %	35,00 %	31,88 %
CNAE 7311	CNAE 73	90,72 %	60,00 %	54,43 %
CNAE 141	CNAE 14+15	97,36 %	15,00 %	14,60 %
CNAE 310	CNAE 31	100,00 %	15,00 %	15,00 %
CNAE 702	CNAE 69+70	5,97 %	15,00 %	0,90 %
CNAE 721	CNAE 72	88,64 %	15,00 %	13,30 %
CNAE 829	CNAE 80+81+82	28,62 %	15,00 %	4,29 %

## Impacto das actividades do deseño

Para calcular unha aproximación do impacto da desaparición das actividades do deseño realízanse 3 simulacións, comezando por subtraer a actividade 7410 Actividades de deseño especializado para ter un efecto mínimo da desaparición do deseño (simulación 1). Nun segundo momento subtráese tamén o peso do deseño nas actividades características do deseño (CNAE 1811, 5811, 6201, 7111, 7112, 7311) tal e como mostramos na táboa 1 (simulación 2). Finalmente terase tamén unha caída na produción en sectores que tamén producen deseño en menor medida tal e como se indica neste estudo. As ramas que se teñen en conta son: 141, 310, 702, 721 e 829 (simulación 3)<sup>16</sup>.

**Simulación 1:** Desagregando as actividades de deseño especializado 7410 e extraéndolas da táboa *input-output* (é dicir poñendo a súa fila e columna a 0, así como a súa correspondente demanda final), a produción da economía galega caería un 0,69%, mentres que a caída en valor engadido e emprego sería dun 1,30% e 0,89%, respectivamente (táboa 2). Tendo en conta os valores da economía galega para 2018, publicados polo IGE, isto suporía unha perda de máis de 700 millóns de euros en valor engadido e case de 9.000 empregos equivalentes a tempo completo<sup>17</sup>. Estes resultados supón que as actividades do deseño son máis intensivas en valor engadido e emprego que a media galega, ao mostrar perdas máis importantes que na produción.

Este impacto incluíría o efecto que se produciría pola desaparición do deseño, postos de traballo perdidos e produción do mesmo, así como a perda do volume de actividade xerado polos bens e servizos que son utilizados como consumos intermedios por este sector para levar a cabo a súa produción.

A perda directa e indirecta de postos de traballo pola desaparición do deseño suporía unha caída na renda dispoñible destes traballadores e traballadoras, o que afectaría a demanda de consumo destas familias, provocando unha caída da demanda agregada e consecuentemente na produción<sup>18</sup>. Este tipo de efectos denomínanse efectos inducidos e intentase aproximalos en todas as simulacións.

16 A actividade 631 e 749 non foron incluídas na simulación 3 por formar parte da mesma rama da tabla *input-output* que a rama 6201 e 7410, respectivamente incluídas nas simulacións anteriores.

17 Os datos da economía galega para 2018 corresponden a unha produción de máis de 120.000 millóns de euros, un valor engadido de máis de 56.000 millóns de euros e máis de 1 millón de empregos equivalentes a tempo completo.

18 Neste exercicio non se teñen en conta as prestación contributivas nin os subsidios de desemprego que podería paliar parte da caída da demanda. Do mesmo xeito, tampouco ten en conta a caída nos ingresos do sector público (vía impostos) que podería supor unha caída incluso máis acusada da demanda.

Se se calculan os efectos inducidos a partir da caída na remuneración de persoas asalariadas que suporía a desaparición do deseño e o engadimos ao efecto anterior de perda de produción e emprego, a desaparición da rama 7410 Actividades de deseño especializado suporía que a produción galega diminuíría un 1,53%, mentres que o valor engadido e o emprego (medido en empregos equivalentes a tempo completo) caerían un 2,14% e 1,73% respectivamente.

**Táboa 2: Táboa de resultados**

	Simulación 1 Impacto de desaparición da rama 7410		Simulación 2 Impacto de desaparición das actividades características do deseño		Simulación 3 Impacto de desaparición das actividades características do deseño e descenso da demanda noutros sectores	
	Extracción hipotética	Engadimos efectos inducidos	Extracción hipotética	Engadimos efectos inducidos	Extracción hipotética	Engadimos efectos inducidos
Produción	-0,69 %	-1,53 %	-1,29 %	-3,31 %	-1,98 %	-5,42 %
Valor engadido	-1,30 %	-2,14 %	-2,21 %	-4,24 %	-3,38 %	-6,77 %
Emprego	-0,89 %	-1,73 %	-2,24 %	-4,24 %	-4,20 %	-7,56 %



**Simulación 2:** Nesta segunda simulación subtráense todas as actividades características do deseño que se inclúen na táboa 1. Se se extraen todas estas actividades pola proporción estimada de produción que adican o deseño, a produción galega caería máis do dobre que na simulación 1, é dicir un 1,29%, mentres que o valor engadido e o emprego diminuíra un 2,21% e un 2,24% respectivamente. Isto suporía, tendo en conta os valores da economía galega para 2018, unha perda de máis de 1.200 millóns de euros en valor engadido e máis de 17 mil empregos a tempo completo. Se temos en conta os efectos salariais e de caída da demanda derivada da perda de emprego (efectos inducidos), a desaparición das actividades características do deseño suporía unha caída na produción do 3,31%, así como unha caída do valor engadido bruto e do emprego en torno ao 4%.

**Simulación 3:** Finalmente, extráense tamén sectores que producen deseño pero en menor medida. Estímase que a parte da produción correspondente ao deseño destas actividades podería facilmente estar en torno ao 15%<sup>19</sup>. As ramas adicionais, ademais das xa engadidas na simulación 2, serían: 141, 310, 702, 721, 749 e 829. Quitando esta porcentaxe nos sectores mencionados, a caída da produción sería de case un 2%, mentres que o valor engadido caería un 3,4% e o emprego máis dun 4%, o que suporía, tendo en conta os valores da economía galega para 2018, unha perda de case 2.000 millóns de euros en valor engadido e máis de 42.000 empregos equivalentes a tempo completo. Se tamén temos en conta os efectos inducidos provocados por esa perda na produción, suporía un caída de máis do 5% na produción, no valor engadido e no emprego.

19 Na táboa 1 móstranse os pesos estimados da parte do deseño que suporían estas actividades na táboa *input-output*.



**EEED**

**Estudo da  
Economía  
do Deseño  
en Galicia**

**G**