ddi

sociedad estatal
para el desarrollo
del diseño y la innovación

Estudio
del impacto
económico del

diseño

en España 2005

Realizado por

idom

Estudio del impacto económico del diseño en España.

2005.

Índice

1 Introducción 1

2 Metodología de análisis 3

3 La integración del diseño en la empresa española 4

3.1. La cultura empresarial frente al diseño 4
3.2. A través de los inputs: demanda de servicios de diseño 7
3.3. A través del proceso: prácticas internas en relación al diseño 13
3.4. A través de los outputs 20
3.5. Otras cuestiones 24

4 Impacto del diseño en la empresa española 27

4.1. Perspectiva financiera 28
4.2. Perspectiva de mercado 29
4.3. Perspectiva interna 36
4.4. Perspectiva de conocimiento 38

5 Anexo I. Cuestionario empleado 39

1. Introducción

El presente informe recoge las conclusiones del trabajo de campo realizado para conocer el impacto económico del diseño en las empresas españolas. El sistema de encuestación ha sido la llamada telefónica sobre una base de datos elaborada al efecto, y el soporte ha consistido en un cuestionario con preguntas cerradas diseñado específicamente para esta investigación. (el modelo de cuestionario se muestra en el anexo 1, al final del documento).

El número total de encuestas válidas ha sido de 1.000 según la siguiente distribución por subsector y tamaño de empleo.

Distribución de las encuestas según sector de actividad[1]

Subsector	Número de encuestas
Industria de bienes de equipo	218
Industria de bienes de consumo	118
Comercio	196
Servicios intensivos en conocimiento	298
Servicios no intensivos en conocimiento	170
Total	**1.000**

Distribución de las encuestas según tamaño

Subsector	Número de encuestas
De 20 a 49 empleados	131
De 50 a 199 empleados	467
De 200 a 499 empleados	155
500 o más empleados	247
Total	**1.000**

[5] Siguiendo el criterio del Innobarometer de la UE, no se incluye las empresas de menos de 20 trabajadores, ya que generaría un problema de porcentajes. Asimismo se han excluido clasificaciones del CNAE consideradas menos consumidoras de diseño: epígrafes del 01 al 14 y 45, 75, 80, 85, 90, 91 y 95.

Cruzando ambas variables, la muestra ha sido dividida en los siguientes estratos:

Distribución de la muestra según sector de actividad y tamaño

tamaño	20-49 empleados	50-249 empleados	250-499 empleados	+ de 500 empleados	% Total
Industria de bienes de equipo	39	103	26	50	218
Industria de bienes de consumo	15	67	10	26	118
Comercio	30	78	45	43	196
Servicios intensivos en conocimiento	24	143	47	84	298
Servicios no intensivos en conocimiento	23	76	27	44	170
Total	**131**	**467**	**155**	**247**	**1.000**

La asignación muestral ha sido realizada por el Departamento de Estadística e Investigación Operativa de la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC) y, en concreto, por el LIAM (Laboratory of Information Analysis and Modeling), grupo de Investigación de la UPC, integrado por los codirectores Tomàs Aluja y Josep Casanovas, utilizando el método de "Asignación óptima de Neyman", dando a cada estrato una variabilidad proporcional a la amplitud de su rango de variación de trabajadores, dada la correlación entre la amplitud y la desviación tipo. Se ha utilizado el número de trabajadores como variable auxiliar, dada la no disponibilidad de la variable inversión en diseño, objeto de la encuesta.

Es decir se ha realizado una muestra estratificada en 20 estratos según tamaño y subsector, con asignación óptima (para estimar mejor los estratos donde se presume que hay más variabilidad).

Para extrapolar los resultados obtenidos de la muestra a la realidad de la estructura empresarial española se ha calculado la media por estrato y después se ha ponderado ésta según la representatividad del estrato en el universo de las empresas españolas según la siguiente fórmula:

ymedia = Suma para todos los estratos (Peso_del_estrato * Media_del_estrato).

La variable de ponderación se ha calculado para cada estrato según la siguiente operación:

peso_h = (Nh/N)/(nh/n)

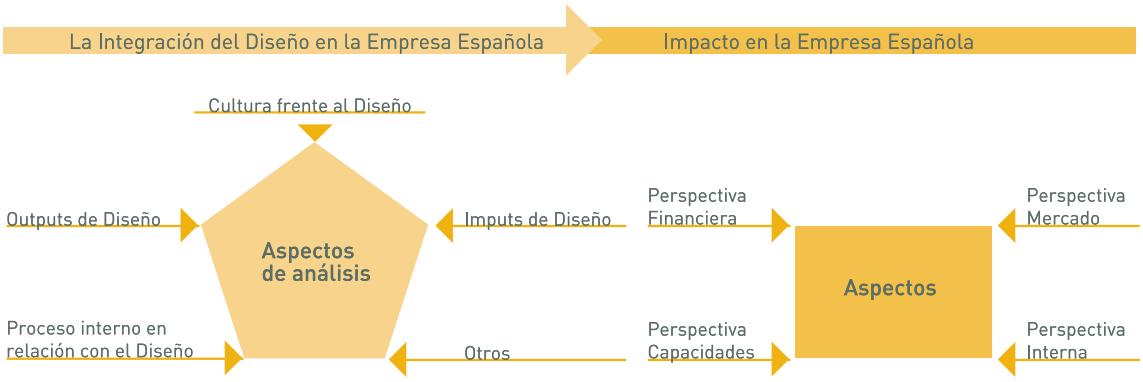
donde:

- h es un estrato cualquiera
- Nh es el total de empresas de un estrato en el universo total de empresas.
- N es el total de empresas en todos los estratos
- nh es el total de empresas de la muestra en el estrato h
- n es el total de empresas de la muestra

Por último se han explotados los resultados de la encuesta atendiendo a las variables sector de actividad y tamaño, y a otras consideradas especialmente relevantes (evolución de la facturación, antigüedad de la empresa, existencia o no de departamento de diseño, etc.)

2. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

A continuación se explica la metodología de análisis empleada en el informe.



En la primera parte se trata de analizar **la integración del diseño en la empresa española** mediante el estudio de los patrones de su consumo, su aplicación a los productos y servicios de las empresas, su percepción por parte de la cultura empresarial, el procesamiento y la organización de las funciones de diseño en las empresas, etc.

A continuación se pasará a revisar **el impacto del diseño en la empresa** española. Para ello se seguirá un esquema de análisis de los resultados de las encuestas llevadas a cabo basado en la metodología de los profesores R. Kaplan y D. Norton, de la Harvard Business School. Así se analizará el impacto desde cuatro perspectivas:

Financiera: Impacto del diseño en aspectos relevantes desde el punto de vista del capital de las empresas usuarias de servicios de diseño.

Mercado: Impacto del diseño en aspectos relevantes desde el punto de los clientes y entorno de las empresas usuarias.

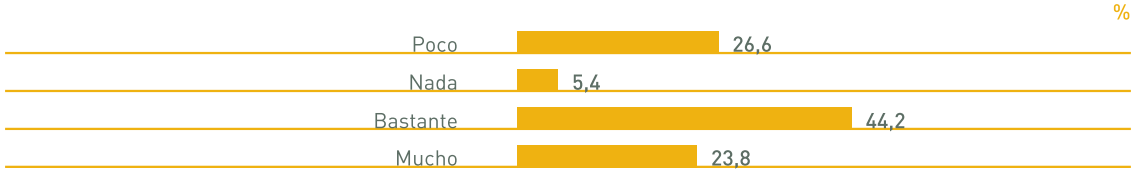
Interna: Impacto del diseño en aspectos relacionados con los procedimientos de trabajo de las empresas usuarias de diseño así como en los costes y en sus productos.

Capacidades: Impacto del diseño en aspectos relacionados con el conocimiento y los empleados de las empresas usuarias.

3. LA INTEGRACIÓN DEL DISEÑO EN LA EMPRESA ESPAÑOLA

3.1. La cultura empresarial frente al diseño

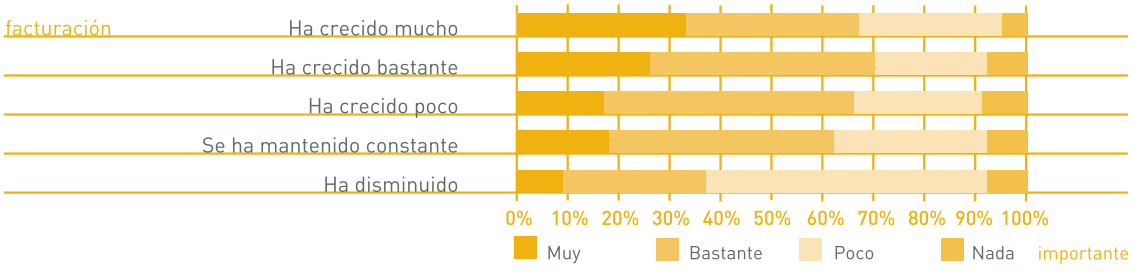
¿Cree que se tiene en cuenta el diseño en la definición de la estrategia empresarial?



Parece claro que el diseño es uno de los aspectos presentes en los planteamientos estratégicos de las empresas españolas, con **el 68% de las empresas afirmando tener bastante o muy en cuenta el diseño en su estrategia empresarial.**

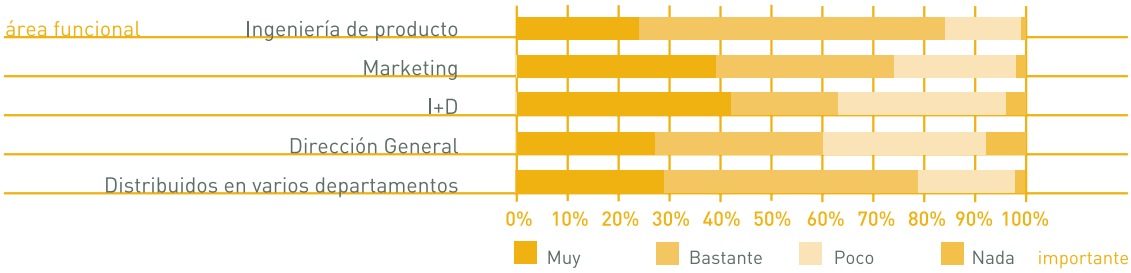
Las empresas cuya facturación ha crecido más en los últimos tres años son las que más parecen tener en cuenta el diseño como parte de la estrategia empresarial:

Importancia del diseño en la estrategia de la empresa según evolución de la facturación de la empresa en los últimos 3 años

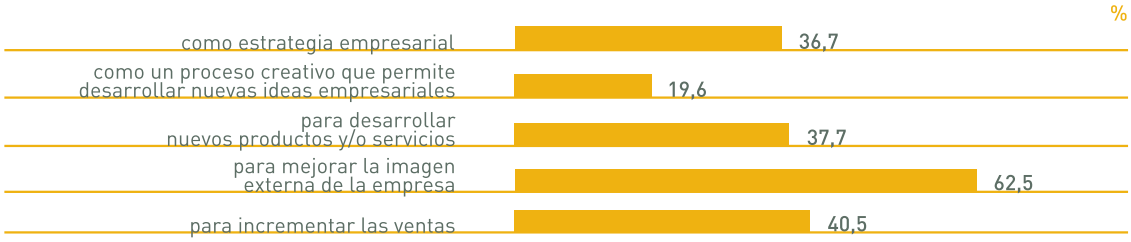


Atendiendo al área funcional del que depende el diseño, cabe resaltar que las empresas en las que éste depende del departamento de ingeniería de producto o está distribuido en varios departamentos, son las que mayor importancia dan al diseño en la definición de la estrategia. Curiosamente, en las empresas en las que el diseño depende directamente de la Dirección General, es donde éste tiene menor importancia.

Importancia del diseño en la estrategia de la empresa según el área funcional del que depende el diseño



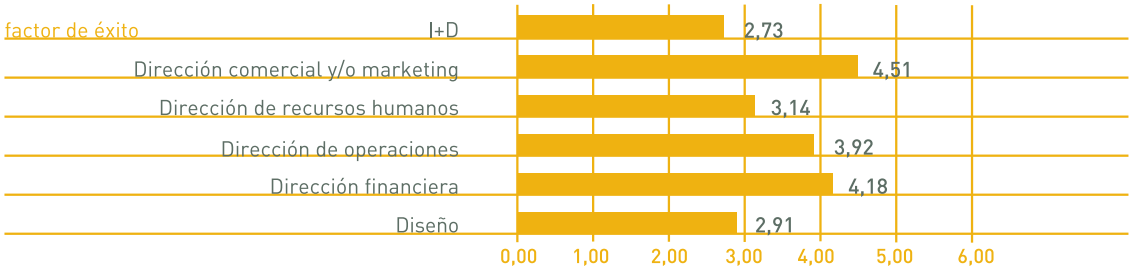
¿Cómo se percibe y emplea el diseño en la empresa?
Respuesta múltiple



La mayoría de las empresas percibe la función del diseño en relación con aspectos externos como son la mejora de imagen y de las ventas. Enfatizando las empresas que cotizan en bolsa en que "el diseño se percibe como herramienta para incrementar las ventas" y las que no cotizan que "el diseño es para mejorar la imagen".muy similares para cualquier tamaño y sector, las empresas esperan que el diseño les ayude a mejorar su imagen, aumentar ventas y desarrollar nuevos productos.

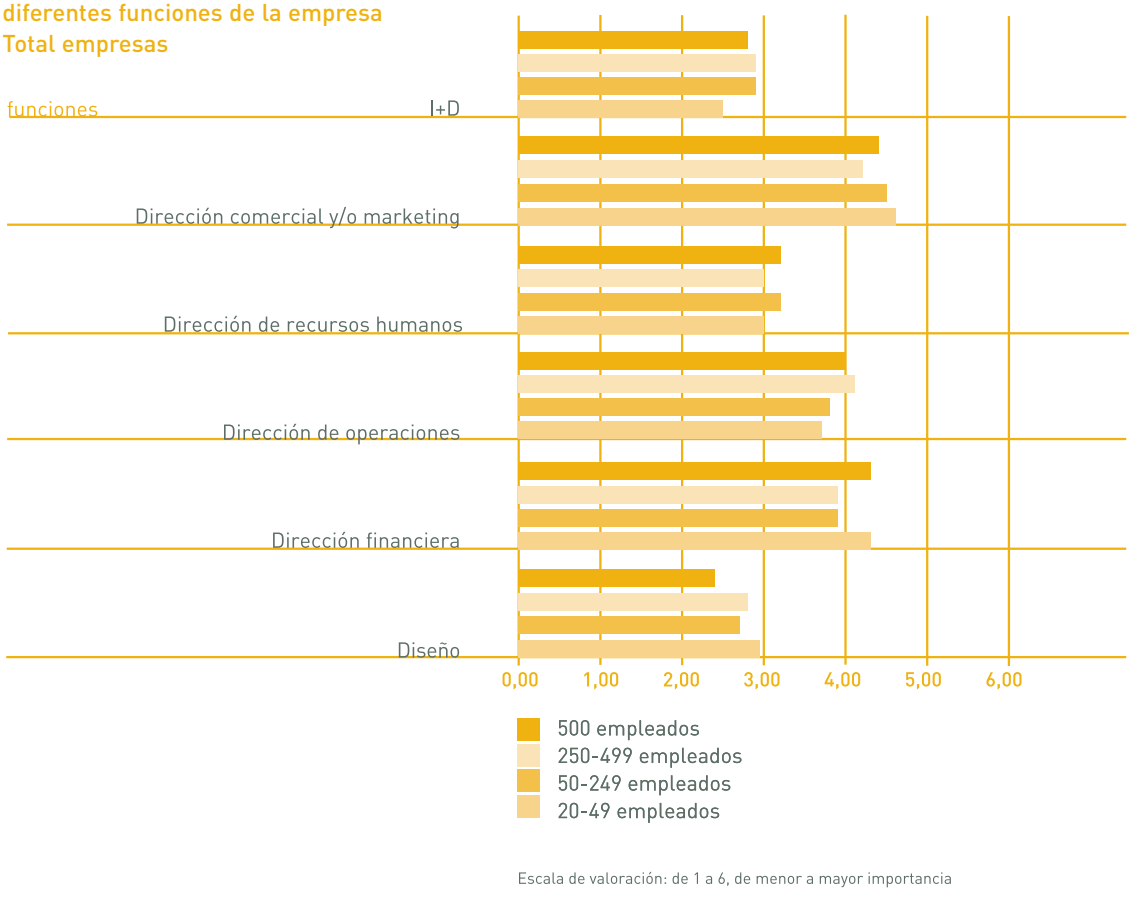
Por tramos de empleo no se aprecia ninguna diferencia significativa, mientras que atendiendo a los diferentes sectores analizados, las empresas del sector comercial junto a las de servicios no intensivos en conocimiento son las que en mayor medida vinculan el diseño a la estrategia empresarial (38% y 43% respectivamente).

Puntuaciones medias obtenidas para las diferentes funciones de la empresa
Total empresas



Queda patente que en comparación con otras funciones desarrolladas por las empresas, al diseño se le concede una menor importancia relativa.

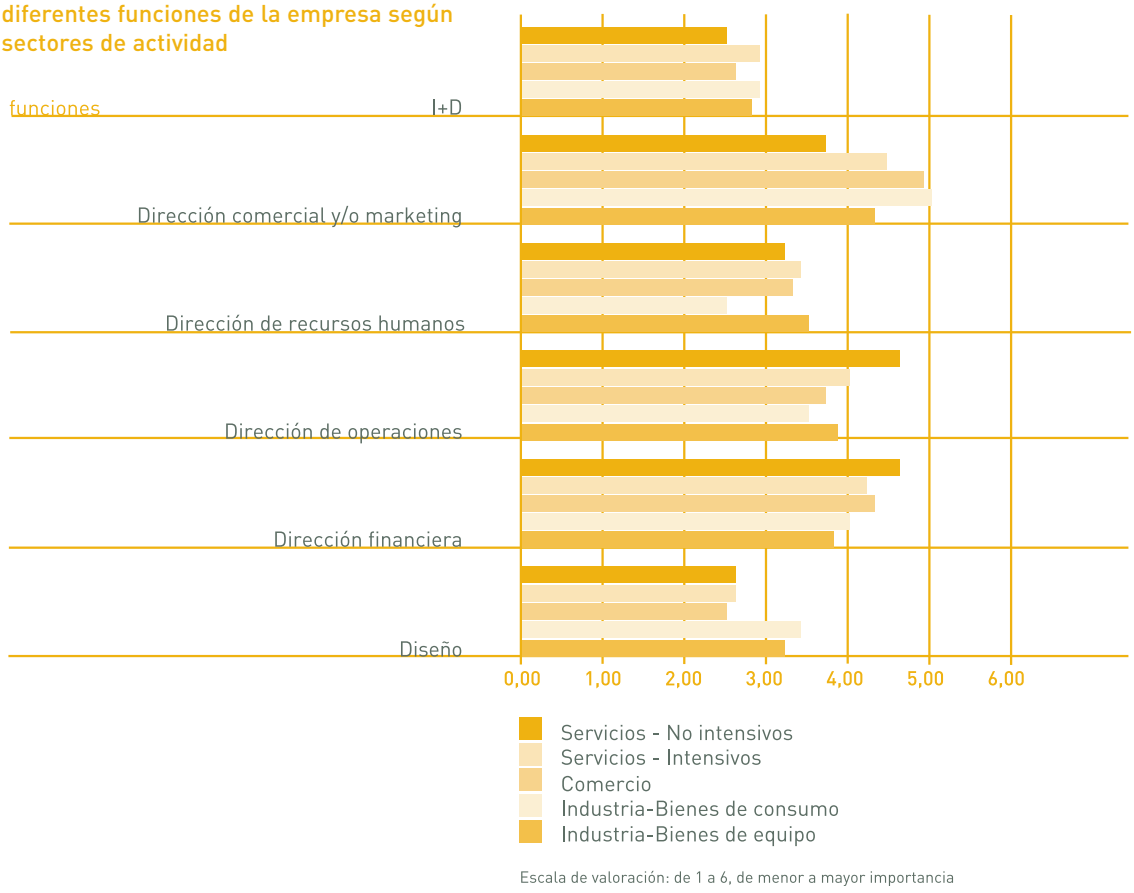
Puntuaciones medias obtenidas para las diferentes funciones de la empresa
Total empresas



Escala de valoración: de 1 a 6, de menor a mayor importancia

Analizando la respuesta por sectores se observa que es en los **sectores industriales de bienes de equipo y de bienes de consumo donde más importancia se concede al diseño como factor de éxito de la empresa**, aunque siempre por debajo de las cuestiones financieras o relacionadas con las ventas y/o marketing.

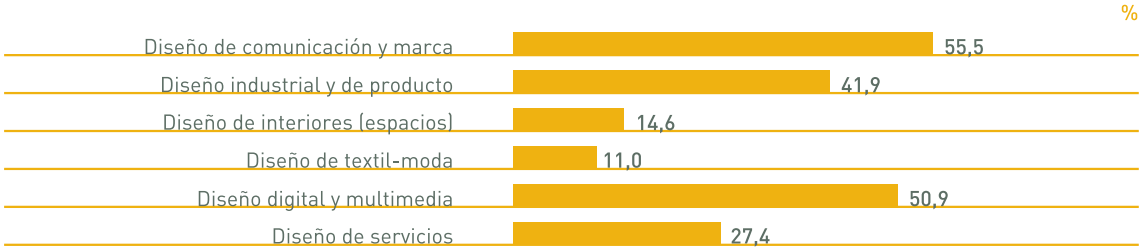
Puntuaciones medias obtenidas por las diferentes funciones de la empresa según sectores de actividad



Escala de valoración: de 1 a 6, de menor a mayor importancia

3.2. A través de los inputs: demanda de servicios de diseño

En los últimos años, ¿ha contratado o desarrollado internamente algún tipo de diseño?



El tipo de diseño que más se contrata y/o desarrolla es el de "comunicación y marca" y "digital y multimedia", seguido muy de cerca por el "diseño industrial y de producto".

El grado de consumo de diseño tanto interna como externamente parece que presenta alguna relación con la antigüedad de la empresa, **estando las empresas más modernas entre las que más servicios de diseño contratan**, sobre todo en relación a los siguientes tipos: "Comunicación y Marca, "Diseño de Interiores", "Diseño industrial y de Producto" y "Diseño digital y Multimedia".

Contratación de servicios externos de diseño según antigüedad de la empresa

Ha contratado externamente	facturación Antes de 1980	Entre 1980 y 2000	A partir de 2000	% Total
Diseño de comunicación y marca	42,6	54,8	47,2	**49,6**
Diseño industrial y de producto	46,2	28,9	48,9	**36,7**
Diseño de interiores (espacios)	5,9	16,5	5,5	**11,8**
Diseño de textil-moda	8,0	10,3	1,5	**9,0**
Diseño digital y multimedia	46,2	50,6	64,4	**49,1**
Diseño de servicios	20,7	26,1	21,7	**23,6**

Desarrollo interno de diseño según antigüedad de la empresa

Ha contratado externamente	facturación Antes de 1980	Entre 1980 y 2000	A partir de 2000	% Total
Diseño de comunicación y marca	42,7	57,8	63,3	**52,9**
Diseño industrial y de producto	55,9	38,1	81,1	**45,2**
Diseño de interiores (espacios)	11,0	20,0	23,1	**17,0**
Diseño de textil-moda	8,9	12,2	2,3	**10,8**
Diseño digital y multimedia	40,0	50,6	49,1	**47,0**
Diseño de servicios	24,1	29,7	26,8	**27,7**

Fijándose en la evolución de la facturación en los últimos tres años, **son las empresas que más han crecido las mayores consumidoras de diseño en general** y en particular de "comunicación y marca", "digital y multimedia" y "diseño de servicios", tanto por desarrollos llevados a cabo internamente como por los contratados a terceros[2].

[2] Sorprende que el "diseño de servicios" obtenga estos resultados. Quizás, el concepto no esté suficientemente claro para las empresas encuestadas. En la siguiente edición de la encuesta, este aspecto deberá matizarse y aclararse.

Contratación de servicios externos de diseño según la evolución de la facturación en los últimos tres años

Ha contratado externamente	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido facturación	% Total
Diseño de comunicación y marca	63,1	58,7	43,2	35,6	43,9	**49,6**
Diseño industrial y de producto	36,3	41,3	31,3	34,7	22,5	**36,7**
Diseño de interiores (espacios)	26,8	14,8	9,5	9,8	1,5	**11,8**
Diseño de textil-moda	1,0	6,7	1,8	14,1	27,4	**9,0**
Diseño digital y multimedia	63,2	49,0	51,7	47,9	24,5	**49,1**
Diseño de servicios	32,7	20,4	21,3	31,8	6,8	**23,6**
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Desarrollo interno de diseño según la evolución de la facturación en los últimos tres años

Ha contratado externamente	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido facturación	% Total
Diseño de comunicación y marca	77,0	59,5	36,3	45,1	47,2	**52,9**
Diseño industrial y de producto	24,0	54,5	41,7	39,5	45,6	**45,2**
Diseño de interiores (espacios)	29,8	20,8	15,5	10,1	9,6	**17,0**
Diseño de textil-moda	2,1	10,6	7,0	12,4	31,6	**10,8**
Diseño digital y multimedia	62,9	45,5	40,8	45,3	36,1	**47,0**
Diseño de servicios	52,0	27,8	21,7	27,8	7,2	**27,7**
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

¿Ha contratado alguna vez los servicios de un diseñador externo?

Diseñador Nacional

Como se puede apreciar, **la contratación de servicios de diseño a un profesional nacional es muy común entre las empresas españolas**. Así, dos de cada tres empresas han contratado estos servicios alguna vez, aunque sólo una de cada cinco lo suele hacer de forma habitual.

Desglosando los resultados según el tamaño de las empresas, se observa que las que menos contratan diseñadores nacionales son las más pequeñas, probablemente debido a la multifuncionalidad de sus empleados (tienden a "hacer de todo"). Por el contrario, las empresas que más suelen contratar de forma habitual los servicios de un diseñador son las más grandes. Las medianas presentan un nivel de contratación intermedio entre las dos anteriores, si bien con una contratación mucho más enfocada a necesidades concretas.

¿Suele contratar a diseñadores nacionales?

tamaño	20-49 empleados	50-249 empleados	250-499 empleados	+ de 500 empleados
				%
Sí, pero sólo para proyectos concretos	48,1	50,9	52,6	41,7
Sí, de forma habitual	15,1	21,3	21,1	34,6
No	33,5	26,5	24,9	21,0
Ns/Nc	3,3	1,3	1,4	2,7
Total	**100**	**100**	**100**	**100**

Diseñador Extranjero

	%
No	91,3
Sí, de forma habitual	2,6
Sí, pero sólo para proyectos concretos	6,1

En contraste con el punto anterior, se puede ver cómo **la externalización de servicios de diseño a través de profesionales extranjeros no es corriente.** El 91,3% de las empresas ha afirmado que nunca ha contratado un profesional de este tipo.

Sin embargo, las respuestas obtenidas atendiendo al tamaño de las empresas siguen un patrón similar al de la contratación de diseñadores nacionales; **a mayor tamaño mayor contratación, y viceversa.**

Al fijarnos en si las empresas encuestadas pertenecen o no a un grupo, se observa que la pertenencia aumenta la probabilidad de contratación externa, tanto de diseñadores nacionales como extranjeros:

Contratación de un diseñador nacional

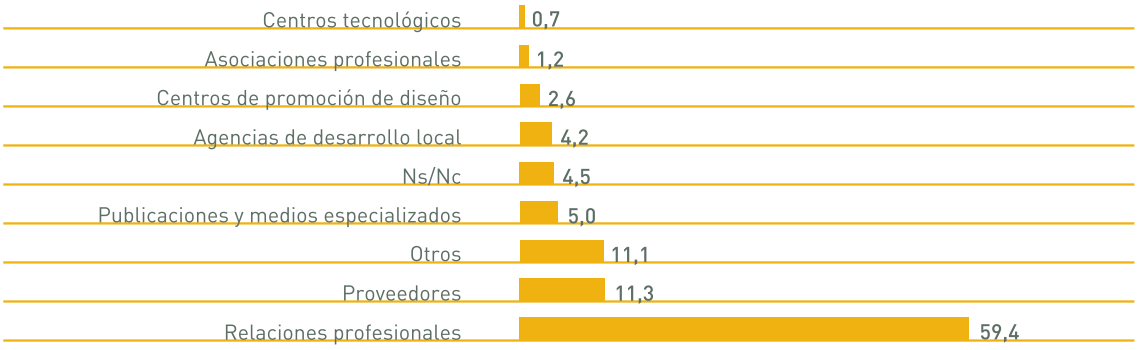
	Pertenece a un grupo empresarial		
	Sí	No	% Total
Sí, pero sólo para proyectos concretos	50,5	47,6	**48,9**
Sí, de forma habitual	19,1	16,0	**17,5**
No	27,7	33,8	**30,9**
Ns/Nc	2,7	2,7	**2,7**
Total	**100**	**100**	**100**

Contratación de un diseñador extranjero

	Pertenece a un grupo empresarial		
	Sí	No	% Total
Sí, pero sólo para proyectos concretos	7,6	4,1	**5,8**
Sí, de forma habitual	2,6	2,4	**2,5**
No	83,2	90,2	**86,9**
Ns/Nc	6,6	3,3	**4,9**
Total	**100**	**100**	**100**

En cuanto a cómo contactó y/o conoció al diseñador, las respuestas se centran principalmente en las relaciones profesionales, teniendo una escasa presencia los organismos o centros enfocados al diseño.

Fuentes a las que se acude para buscar diseñadores

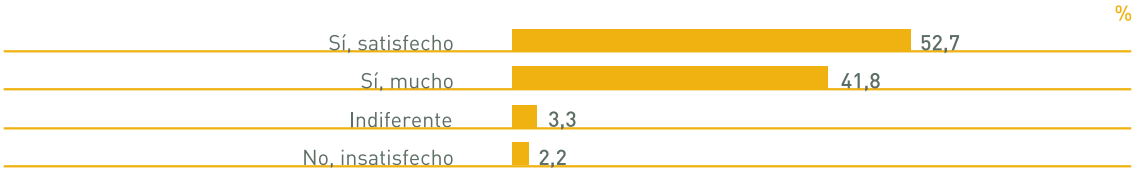


Otras fuentes apuntadas han sido los contactos personales o las referencias del diseñador.

¿Está satisfecho con los servicios contratados?

En general se observa **un alto nivel de satisfacción con más del 95% de las empresas que han afirmado estar muy o bastante satisfechas**. Al desglosar las respuestas por sectores, el mayor nivel de insatisfacción se da en el sector servicios, especialmente en el no intensivo en conocimiento; y el mayor nivel de satisfacción en la industria de bienes de gran consumo.

¿Está satisfecho
con los servicios contratados?



Grado de satisfacción
con los servicios contratados

sector	Industria-bienes de equipo	Industria-bienes de consumo	Comercio	Servicios-Intensivos	Servicios-No Intensivos
					%
Sí, mucho	47,7	45,0	49,6	52,7	15,0
Sí, satisfecho	48,3	54,4	45,8	39,4	75,0
Indiferente	2,1	0,6	4,7	7,4	2,0
No, insatisfecho	2,0	0,0	0,0	0,5	8,0
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Por tamaño, **las empresas más grandes parecen ser las mas satisfechas** con los servicios contratados.

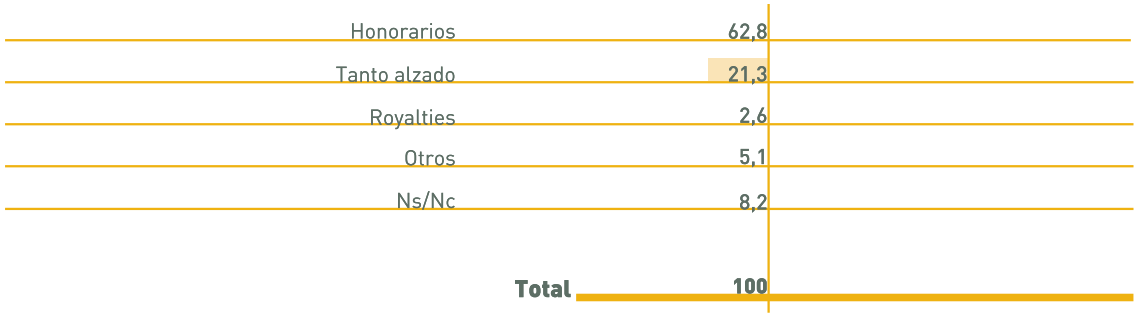
Grado de satisfacción
con los servicios contratados

tamaño	20-49 empleados	50-249 empleados	250-499 empleados	+ de 500 empleados
				%
Sí, mucho	40,7	44,6	40,8	42,5
Sí, satisfecho	54,2	48,9	52,7	54,0
Indiferente	3,0	4,0	4,6	3,0
No, insatisfecho	2,1	2,5	1,9	0,5
Total	**100**	**100**	**100**	**100**

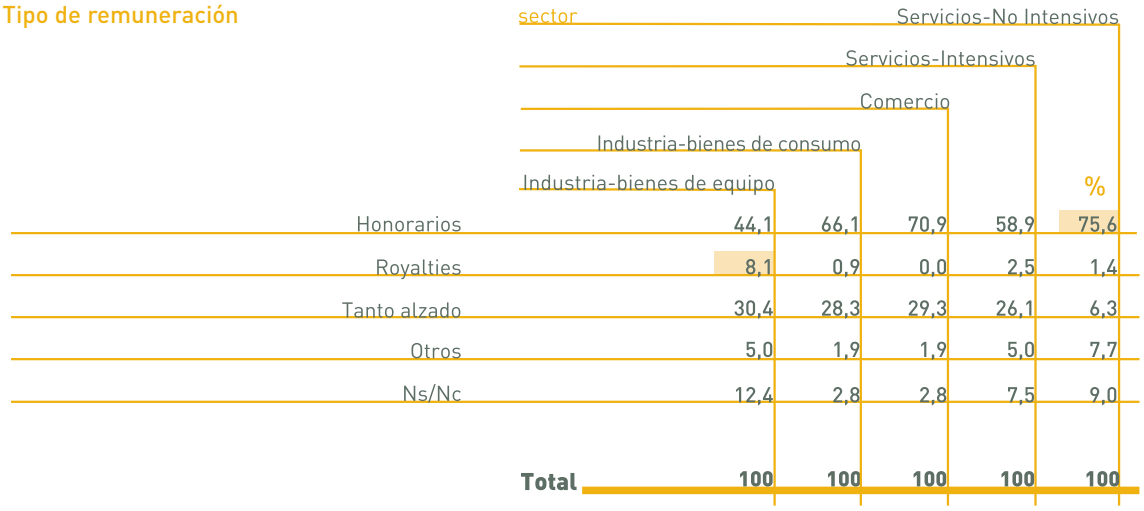
¿Cómo suele remunerar los servicios de diseño?

El pago por honorarios es la fórmula más utilizada por las empresas para la remuneración de los servicios de diseño. Si se observa la distribución de la respuesta por sectores, se observa que la industria de bienes de equipo utiliza mucho menos que el resto de sectores la contratación en base a honorarios y bastante más, como era de esperar, la modalidad de royalties. En el sector de servicios no intensivo en conocimiento, es donde la contratación por honorarios es mayor.

Tipo de remuneración



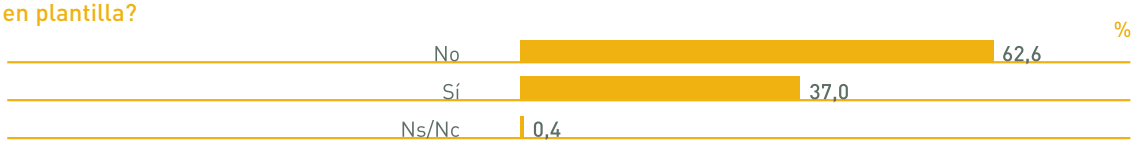
Tipo de remuneración



En cuanto al tamaño de las empresas no hay diferencias significativas con el comportamiento de la media.

3.3. A través del proceso: Prácticas internas en relación al diseño

¿Cuenta su empresa con diseñadores en plantilla?



Más de un tercio de las empresas afirma disponer de diseñadores en plantilla. Analizando el resultado por los diferentes sectores se ve que **el que más diseñadores en plantilla incluye es la industria de bienes de equipo:**

Cuenta con diseñadores en plantilla según sector

sector	Industria-bienes de equipo	Industria-bienes de consumo	Comercio	Servicios-Intensivos	Servicios-No Intensivos
					%
Sí	49,4	27,0	36,1	38,4	27,7
No	50,5	73,0	51,7	59,2	72,2
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	2,4	0,1
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

El análisis por tamaño de empresa, muestra cómo el número de empleados y la existencia de diseñadores en plantilla están estrechamente relacionados: a mayor tamaño mayor es el número de empresas que cuenta con diseñadores contratados, y viceversa.

Cuenta con diseñadores en plantilla según tamaño

	20-49 empleados	50-249 empleados	250-499 empleados	+ de 500 empleados
				%
Sí	32,1	46,1	48,3	53,1
No	67,4	53,6	51,7	45,8
Ns/Nc	0,5	0,3	0,0	1,1
Total	**100**	**100**	**100**	**100**

En caso de tener diseñadores en plantilla ¿con cuántos cuenta?:

La mayoría de las empresas que tiene diseñadores en plantilla, el 82,9%, cuenta con menos de 5 profesionales. Junto a esta mayoría conviven otras con un número mucho más elevado, que hace que la media para el conjunto se sitúe en torno a los 4 diseñadores por empresa, aunque lo más habitual es la empresa que cuentan con un solo diseñador (el 34,7% de las empresas que tienen diseñadores en plantilla)

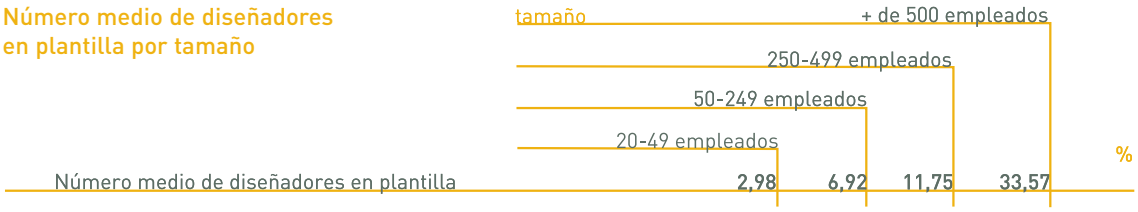
¿Con cuántos diseñadores cuenta?

	%
1	34,7
De 2 a 4	48,2
De 5 a 10	12,7
De 11 a 20	1,9
Más de 20	2,2
Ns/Nc	0,3

Número de diseñadores en plantilla

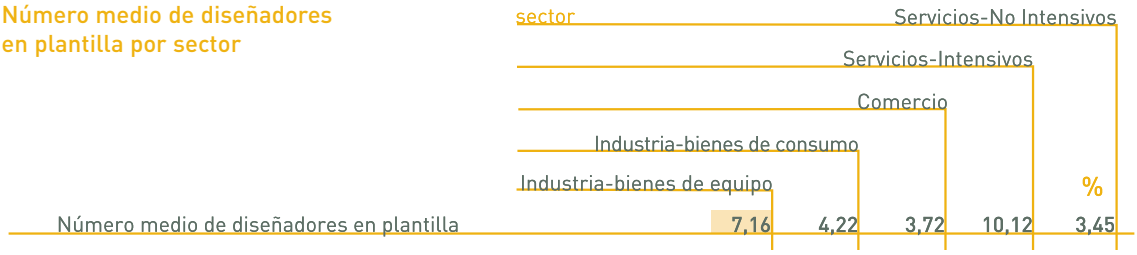
Desglosando esta cuestión por tamaño de empresa se observa una relación directa y más que proporcional, entre el tamaño de la empresa y el número de diseñadores en plantilla; las más grandes son las que cuentan con mayor número de diseñadores y viceversa.

Número medio de diseñadores en plantilla por tamaño



Por sectores, son las empresas del sector de servicios intensivos en conocimiento[1] las que más diseñadores emplean, seguidas del sector industrial de bienes de equipo. El resto de sectores cuentan con 3 - 4 diseñadores de media.

Número medio de diseñadores en plantilla por sector



¿Están estructurados en un departamento?

Cabe resaltar que **la mayor parte de las empresas que cuentan con diseñadores en plantilla, los tienen organizados en un departamento específico.**

[1] Es probable que en este sector se hayan computado como diseñadores algunos perfiles del tipo ingenieros y delineantes.

Analizando esta pregunta por sector puede observarse que **en las empresas de carácter industrial es donde más abunda la organización del diseño en departamentos**, mientras que en el sector servicios es donde la función se encuentra más atomizada entre las diferentes áreas de la empresa.

¿Están estructurados en un departamento?

sector	Industria-bienes de equipo	Industria-bienes de consumo	Comercio	Servicios-Intensivos	Servicios-No intensivos	% Total
Sí	79,7	90,9	68,6	63,8	67,3	**72,8**
No	20,3	9,1	31,4	36,2	32,7	**27,2**
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	

Por tamaño, las empresas más grandes son las que tienen en mayor medida departamentos específicos diseño.

¿Están estructurados en un departamento?

	20-49 empleados	50-249 empleados	250-499 empleados	+ de 500 empleados	%
Sí	67,8	78,8	72,5	84,3	
No	32,2	21,2	27,5	15,7	
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	

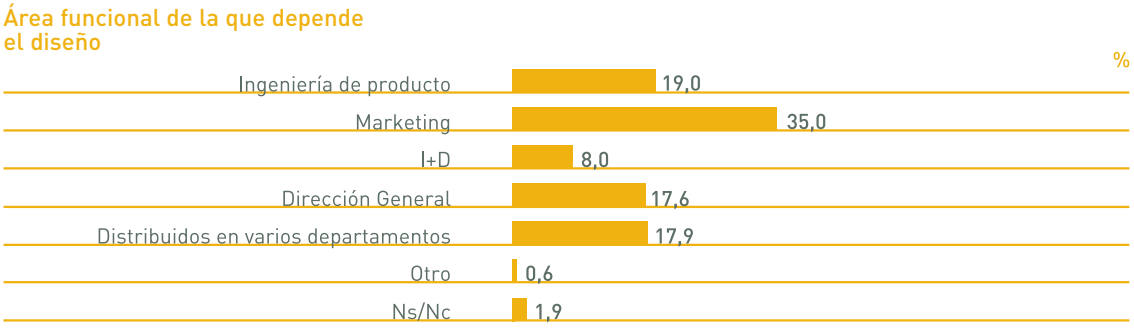
Por otra parte, cabe resaltar que las empresas en las que la facturación ha evolucionado de forma positiva en los tres últimos años son las que cuentan en mayor medida con una estructura de diseño organizada.

¿Están estructurados en un departamento?

facturación	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido	%
Sí	87,9	76,8	88,9	78,5	54,5	
No	12,1	23,2	11,1	21,5	45,5	
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	

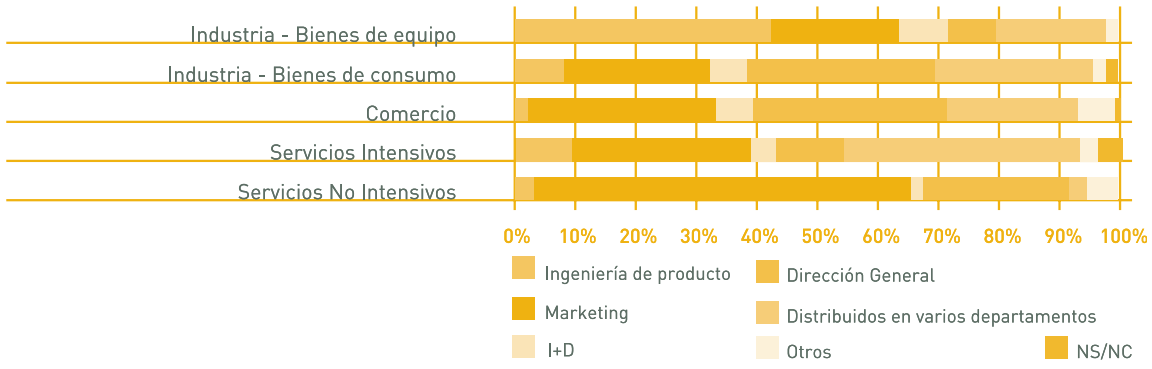
¿De qué área funcional de la empresa depende el diseño?

El área de marketing es, con diferencia, quien en mayor medida integra las funciones de diseño.



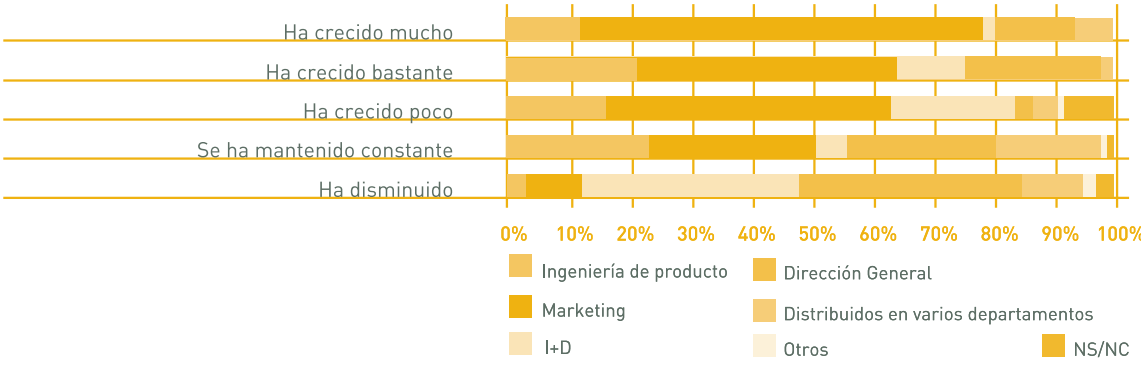
Sin embargo, se dan diferencias significativas entre los diferentes sectores contemplados en el estudio, tal y como se observa en el gráfico siguiente:

Área funcional de la que depende el diseño según sector de actividad

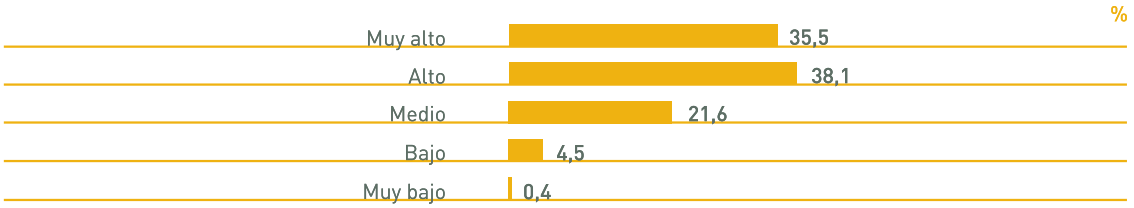


Así, mientras que el departamento de marketing tiene un gran peso en sectores como el de servicios no intensivos y comercio, **el departamento de ingeniería de producto tiene especial relevancia en la industria de bienes de equipo y, la Dirección General en la industria de bienes de consumo.**

En función de la evolución de la facturación, **las empresas que más crecen tienen las funciones de diseño integradas principalmente en el departamento de marketing**, mientras que en las que han tenido una evolución más estable o incluso negativa, la figura de la dirección general como catalizadora de las funciones de diseño es más palpable. Además, en las que decrecen, hay muchos casos de integración del diseño en los departamentos de I + D. Esto puede apreciarse gráficamente a continuación:



¿En qué grado se relaciona el personal de diseño con el resto de departamentos de la empresa?



Como se observa en el gráfico anterior, **el grado de interrelación entre el departamento de diseño y el resto de departamentos de la empresa es muy elevado**. Así, casi el 75% de las empresas consultadas afirma que el grado de interrelación es alto o muy alto. Por tamaño, **son las empresas medianas en las que más se relaciona el personal de diseño con el resto de la empresa, mientras que en las más grandes es donde dicho personal trabaja de forma más aislada**.

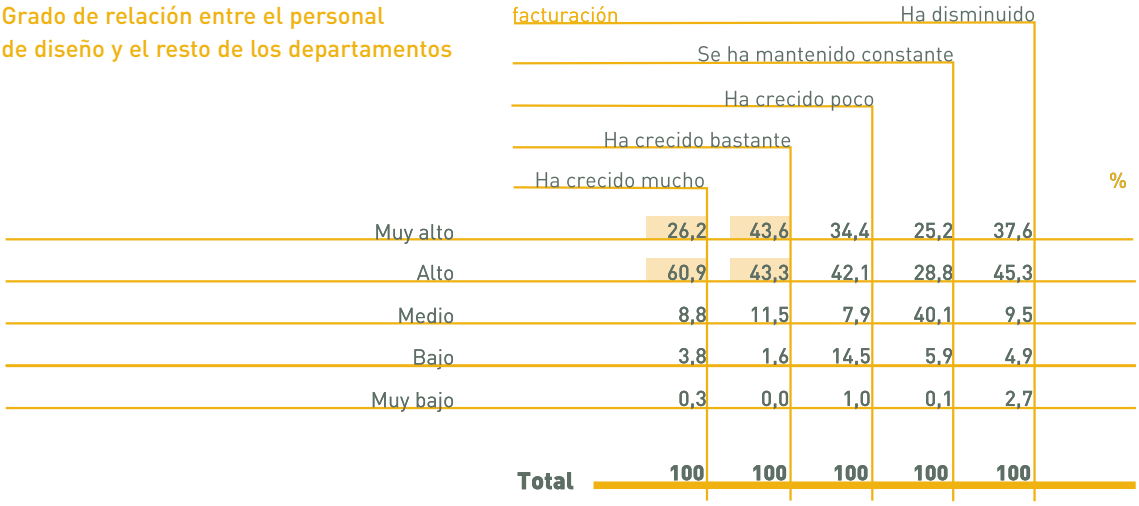
Grado de relación entre el personal de diseño y el resto de los departamentos

	20-49 empleados	50-249 empleados	250-499 empleados	+ de 500 empleados
Muy alto	35,8	35,8	33,2	30,9
Alto	32,7	47,1	44,2	31,6
Medio	27,1	12,2	15,3	29,1
Bajo	4,4	4,1	5,9	7,2
Muy bajo	0,0	0,8	1,4	1,2
Total	**100**	**100**	**100**	**100**

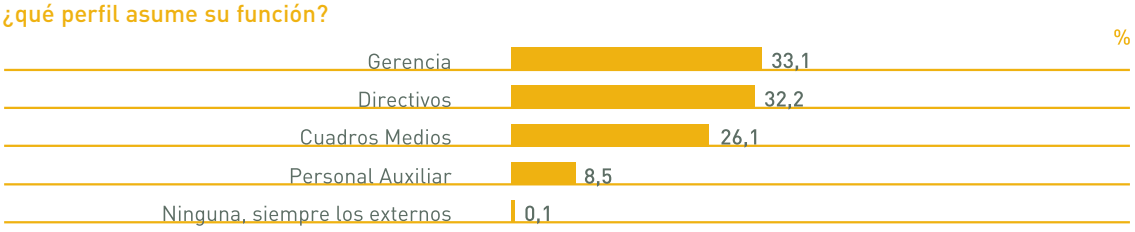
%

Según la evolución de la facturación en los últimos tres años, s**on las empresas con mayores crecimientos las que presentan mayor nivel de interrelación del diseño con los demás departamentos**, siendo las empresas con crecimientos moderados o estables las que presentan una menor interrelación.

Grado de relación entre el personal de diseño y el resto de los departamentos

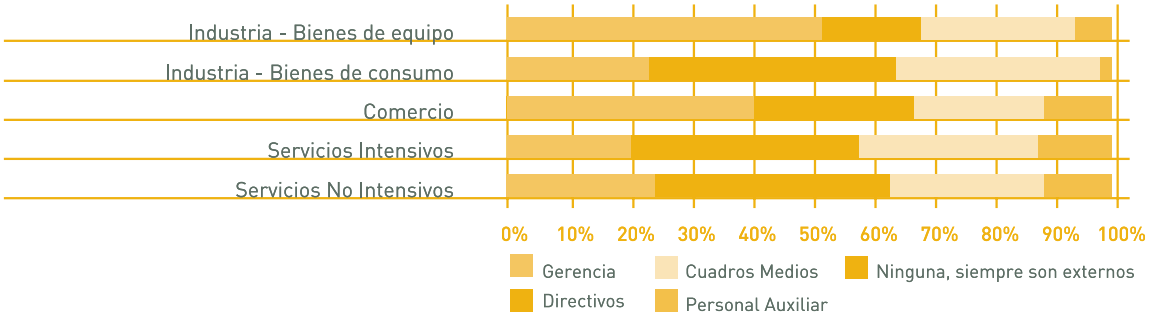


A falta de diseñador, ¿qué perfil asume su función?



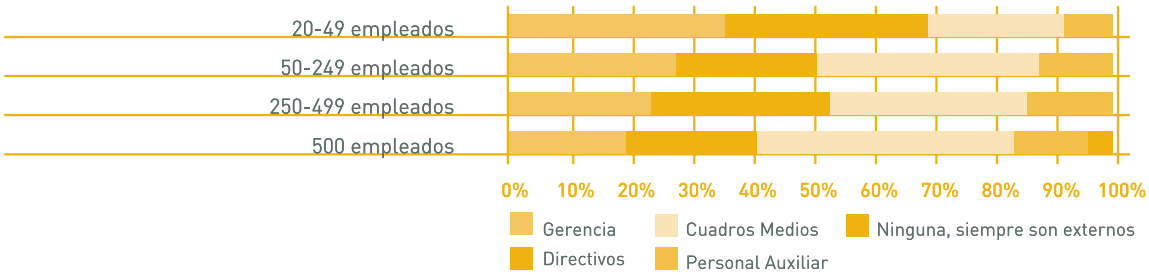
La gerencia o los puestos directivos son los que en mayor medida asumen el papel del diseñador a falta de éste. Ese hecho se produce con independencia del sector de actividad de que se trate.

Perfil de la empresa que adopta el papel de diseñador según sector de actividad



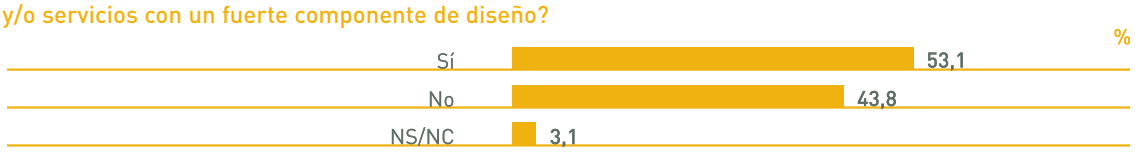
Atendiendo al tamaño de la empresa, se observa que **en las empresas pequeñas la gerencia y dirección tienden más a hacerse cargo de las funciones de diseño desatendidas**, mientras que en las más grandes, los cuadros intermedios son los que asumen en gran parte las labores del diseñador.

Perfil de la empresa que adopta
el papel de diseñador según el tamaño de la empresa



3.4. A través de los outputs

¿Ha invertido su empresa en los últimos 3 años
en desarrollar o mejorar productos
y/o servicios con un fuerte componente de diseño?



¿Se ha invertido en los últimos tres años
en desarrollo de productos
con fuerte contenido en diseño?

sector	Industria-bienes de equipo	Industria-bienes de consumo	Comercio	Servicios-Intensivos	Servicios-No Intensivos
					%
Sí	65,0	51,1	41,7	44,7	60,9
No	32,3	47,3	53,2	51,7	37,6
Ns/Nc	2,1	1,7	5,1	3,6	1,5
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

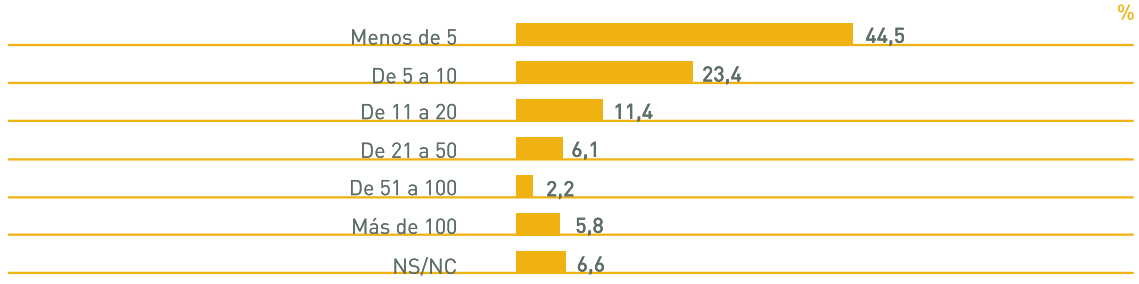
Nº de productos nuevos puestos por su
empresa en el mercado en el último año

sector	Industria-bienes de equipo	Industria-bienes de consumo	Comercio[3]	Servicios-Intensivos	Servicios-No Intensivos
					%
	37,5	40,9	213,8	25,7	3,9

[3] A pesar de que en la encuesta se especificaba "productos con fuerte componente en diseño", puede que las empresas del sector comercial hayan incluido todo tipo de nuevos productos ya que el número que aparece en la tabla parece del todo desproporcionado.

Atendiendo a la evolución de la facturación en los últimos tres años, se podría afirmar que en las empresas donde ésta ha crecido, son mayoría las que han invertido en diseño de nuevos productos en los últimos tres años (57%), mientras que, en las que "no ha crecido" o incluso ha evolucionado negativamente, son menos de la mitad las empresas que han lanzado nuevos productos. **Dentro del primer grupo, las que "han crecido mucho", la cuota de las que han invertido en los últimos tres años en el desarrollo de nuevos productos llega incluso al 75,4% de las empresas.**

A continuación se han segmentado las respuestas en función del número de productos que las empresas han lanzado al mercado en el último año: menos de 5, entre 5 y 10, de 11 a 20, etc,. La dispersión de los segmentos obtenidos hace que la media de productos nuevos lanzados por cada empresa sea de 63,5, aunque **lo habitual es que lancen menos de 5. Así, lo ha respondido el 44,5% de las empresas.**



¿Ha protegido legalmente su empresa diseños gráficos o de producto?

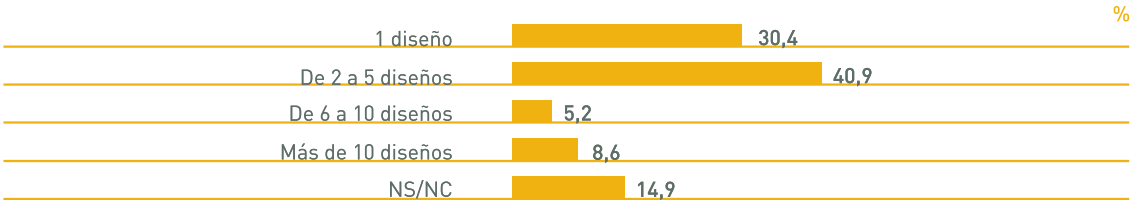
Hay pocas empresas que protegen legalmente sus diseños, menos de la tercera parte. Cabe resaltar que este porcentaje alcanza el 44,1% en el colectivo de empresas que tienen las funciones de diseño distribuidas en varios departamentos. También destaca el elevado porcentaje de empresas que desconoce esta cuestión.

¿Ha protegido legalmente sus productos?

¿De qué departamento depende el personal de diseño?

	Ingeniería de producto	Marketing	I+D	Dirección General	Distribuidos en varios departamentos	% Total
Sí	32,6	32,8	32,8	28,5	44,1	**31,6**
No	39,5	40,5	56,8	51,2	24,1	**52,6**
NS/NC	27,9	26,7	10,4	20,3	31,8	**15,8**
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

En caso afirmativo, ¿cuántos productos ha protegido legalmente?

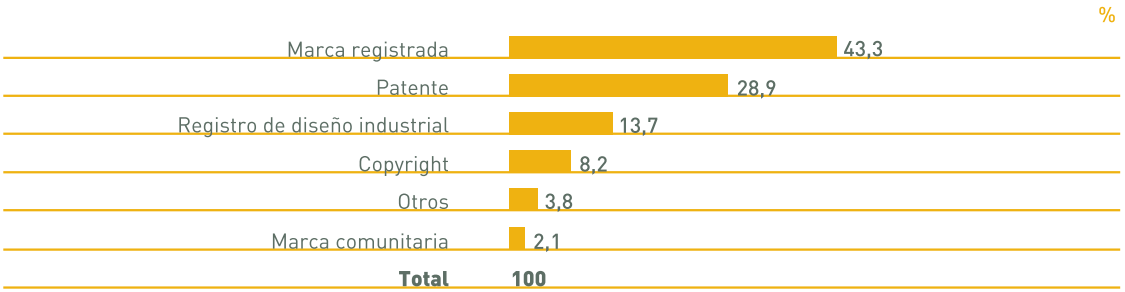


El gran grueso de las empresas que ha protegido sus productos lo ha hecho para un número de diseños inferior a 5 (el 71,3%).

¿A través de qué sistemas de protección?

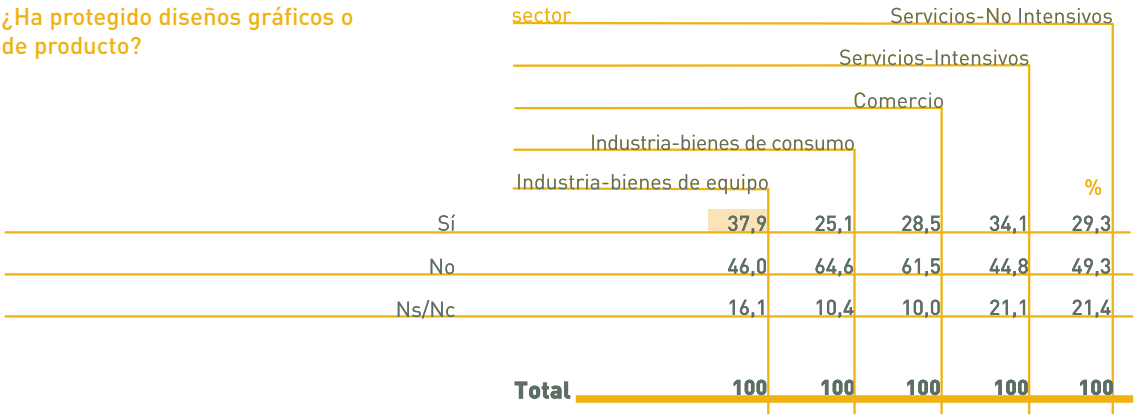
El sistema preferido para proteger los diseños es con diferencia la marca registrada, seguido de la patente y el registro de diseño industrial.

Sistema de protección



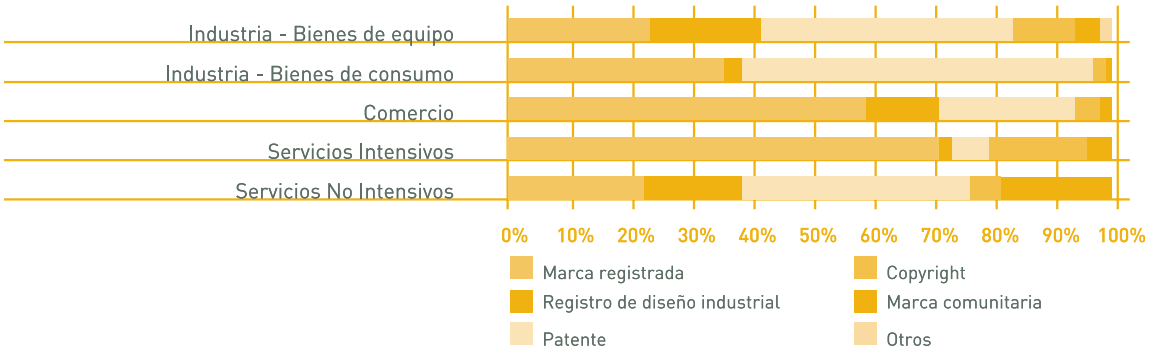
Por sectores, **las empresas de bienes de equipo son las que lo hacen en mayor medida (37,9%),** seguido del sector de servicios intensivos en conocimiento.

¿Ha protegido diseños gráficos o de producto?



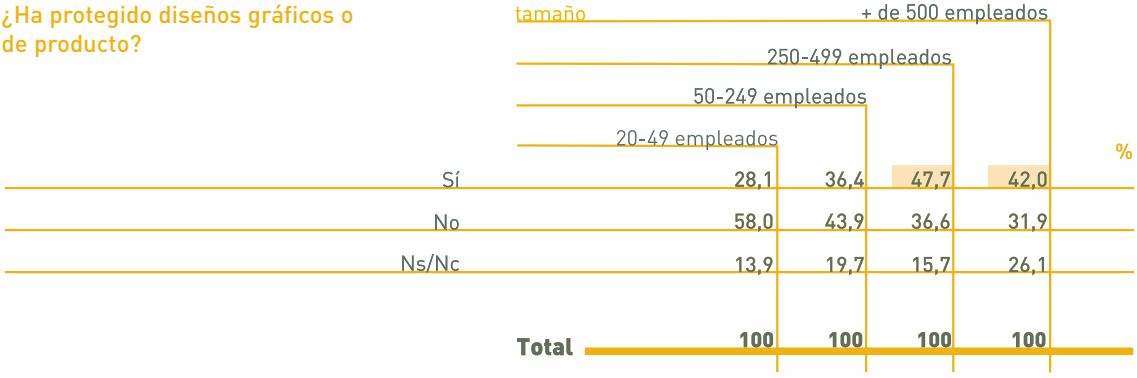
Aunque la marca registrada es la fórmula más empleada, el análisis por sectores muestra que **la patente ocupa la primera posición en el sector industrial de bienes de consumo (58,7%)** y en el de bienes de equipo (41,7%).

Sistema de protección utilizado según sector de actividad



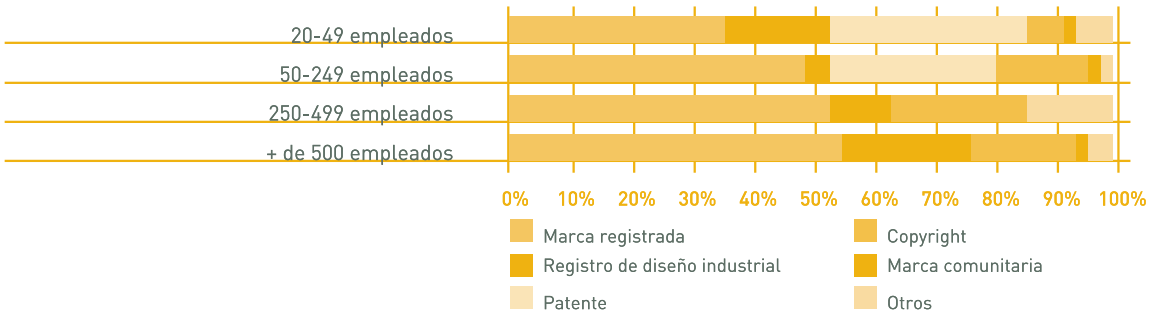
Atendiendo al tamaño, se observa que **las empresas mayores protegen sus productos en mayor medida que las de menor dimensión.**

¿Ha protegido diseños gráficos o de producto?



También se observa, un mayor uso de la "marca registrada" a medida que la empresa tiene un tamaño mayor.

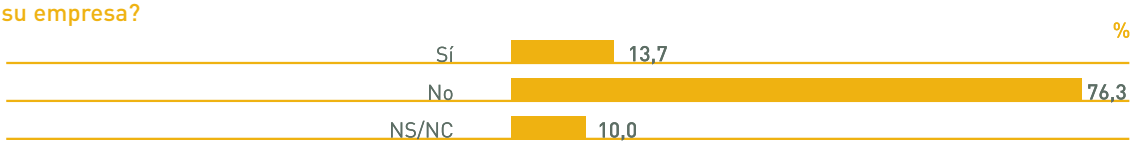
Sistema de protección utilizado según tamaño de empresa



3.5. Otras cuestiones

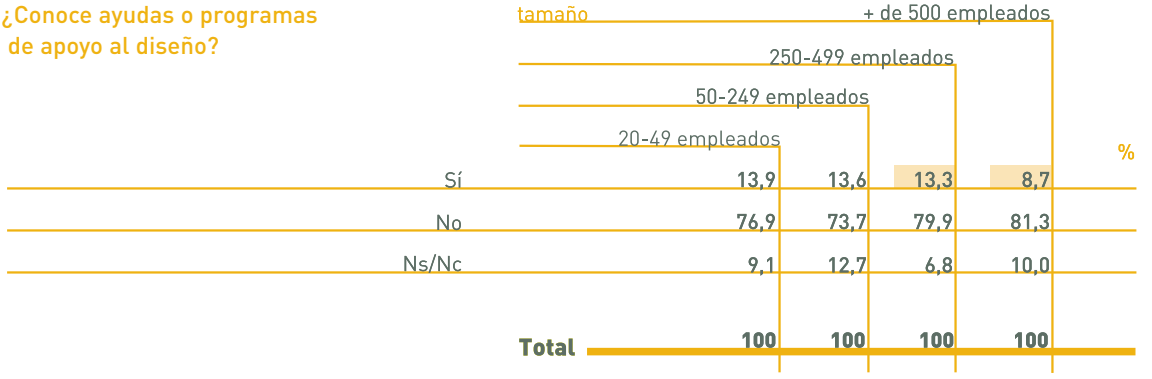
3.5.1. Ayudas

¿Conoce ayudas o programas de apoyo al diseño de los que pueda beneficiarse su empresa?



Tan sólo un 13,7% de las empresas dice conocer algún tipo de ayuda o programa de apoyo al diseño. Por tamaño, son las empresas mayores las que menor conocimiento tienen de estos temas:

¿Conoce ayudas o programas de apoyo al diseño?

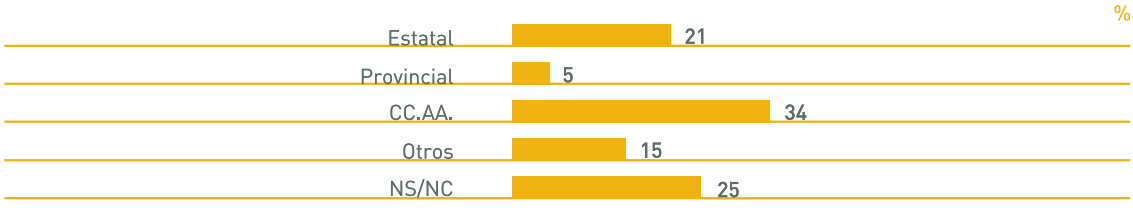


Y por sectores, la que saca mejor nota es la industria de bienes de equipo, mientras que la peor le corresponde al sector de servicios no intensivos:

¿Conoce ayudas o programas de apoyo al diseño?

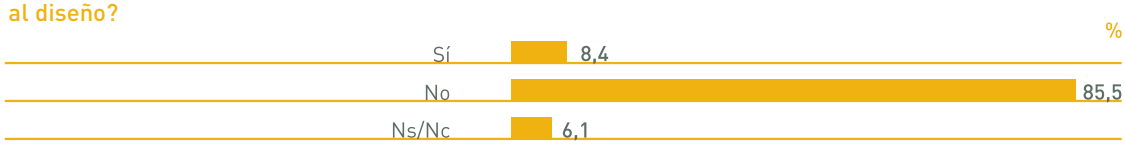
sector	Industria-bienes de equipo	Industria-bienes de consumo	Comercio	Servicios-Intensivos	Servicios-No Intensivos
					%
Sí	20,5	17,4	12,7	8,9	7,9
No	66,2	74,2	78,8	85,4	79,7
Ns/Nc	13,3	8,4	8,5	5,7	12,3
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

A continuación se muestra cuál es la procedencia de los distintos tipos de ayudas mencionadas por las empresas que se han declarado conocedoras de éstas:



3.5.2. Reconocimientos y premios

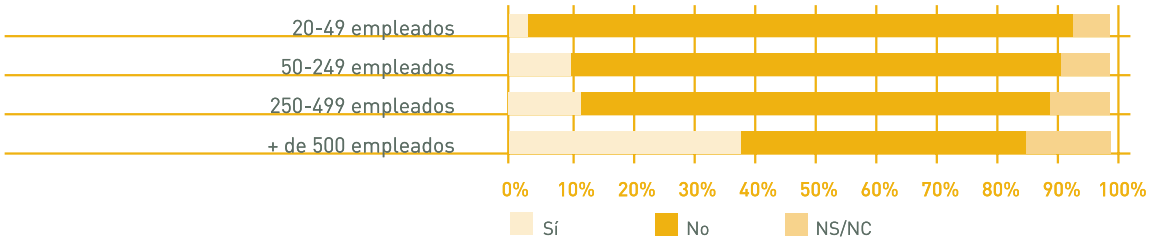
¿Conoce ayudas o programas de apoyo al diseño?



Son muy pocas las empresas que han obtenido reconocimientos o premios ligados al diseño.

Por tamaño **el mayor porcentaje de incidencia de premios y reconocimientos es en el segmento de empresas más grandes (23%).**

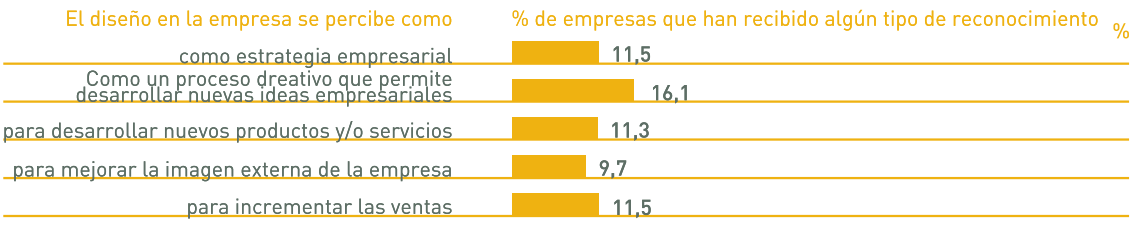
% de empresas que ha recibido algún reconocimiento o premio según tamaño de la empresa



Por sector de actividad, el dedicado a bienes de consumo es el que más premios a recibido (11,9%), mientras que las empresas de servicios no intensivos en conocimiento son, por su parte, las que menos (3,2%).

En función de cómo perciben el diseño las empresas, **las que lo perciben como un "proceso creativo que permite desarrollar…." son las que más reconocimientos han recibido, un 16,1%**, mientras que las que lo perciben como forma para mejorar la imagen de la empresa ocupan la posición más baja (9,7%).

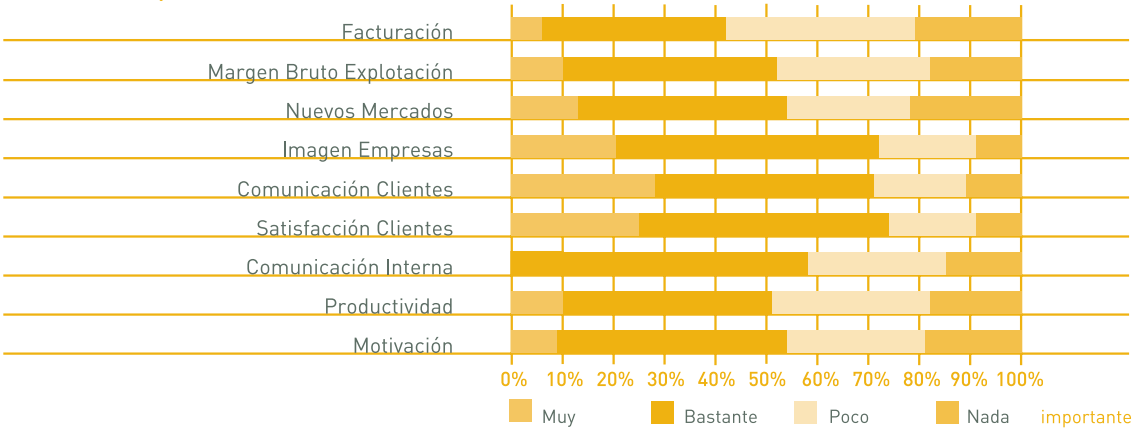
Formas de percibir el diseño



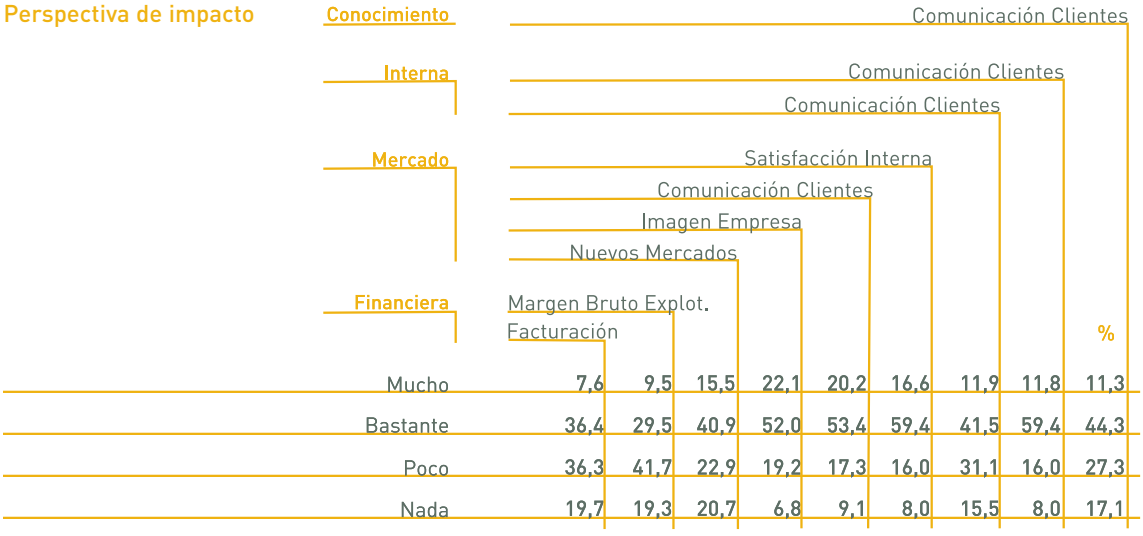
4. IMPACTO DEL DISEÑO EN LA EMPRESA ESPAÑOLA

A continuación se resume la valoración subjetiva del impacto del diseño en diferentes aspectos de la empresa española. El análisis detallado de cada uno de los aspectos se presenta en los epígrafes siguientes:

Valoración del impacto del diseño en diversos aspectos



Perspectiva de impacto



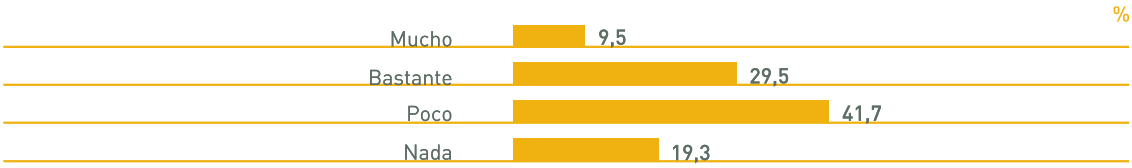
	Facturación	Margen Bruto Explot.	Nuevos Mercados	Imagen Empresa	Comunicación Clientes	Satisfacción Interna	Comunicación Clientes	Comunicación Clientes	Comunicación Clientes	%
Mucho	7,6	9,5	15,5	22,1	20,2	16,6	11,9	11,8	11,3	
Bastante	36,4	29,5	40,9	52,0	53,4	59,4	41,5	59,4	44,3	
Poco	36,3	41,7	22,9	19,2	17,3	16,0	31,1	16,0	27,3	
Nada	19,7	19,3	20,7	6,8	9,1	8,0	15,5	8,0	17,1	

Como se desprende de la tabla anterior, **los mayores impactos de la inversión en diseño se relacionan con la imagen de la empresa, y con los clientes en cuanto a que se mejora la comunicación con éstos y se consigue un mayor grado de satisfacción.** El impacto del diseño en ambas cuestiones es considerado como alto o muy alto por mas del 70% de las empresas españolas

4.1. Perspectiva financiera

¿En los últimos 3 años, cree que la inversión en diseño ha mejorado su Margen Bruto de Explotación?

La incidencia del diseño en la mejora de los resultados de las empresas, no es visible todavía para una gran parte de las empresas, como se refleja en las respuestas obtenidas por algo más del 60% de las empresas que ven una nula o escasa incidencia del diseño en este aspecto.



Por tamaño, se observa que cuanto más grande es la empresa, más de acuerdo está con la afirmación anterior. Así frente al 39% de media que si comparten la relación directa entre inversión en diseño y mejora del margen bruto de explotación, en el caso de las empresas de más de 500 empleados, este porcentaje se eleva hasta un 60,5%.

Grado de incidencia del diseño en la mejora del margen bruto de explotación

Nº de empleados	20-49 empleados	50-249 empleados	250-499 empleados	+ de 500 empleados	Media
					%
Mucho	7,8	12,0	14,6	17,8	9,5
Bastante	24,8	38,0	39,2	42,7	29,5
Poco	46,1	33,0	30,4	27,6	41,7
Nada	20,9	16,6	13,8	11,2	19,3

Por sectores, es la industria de bienes de consumo en la que abunda más la opinión contraria, de que la inversión en diseño ha mejorado poco su margen bruto de explotación.

Grado de incidencia del diseño en la mejora del margen bruto de explotación

sector	Industria-bienes de equipo	Industria-bienes de consumo	Comercio	Servicios-Intensivos	Servicios-No Intensivos
					%
Mucho	12,9	8,1	8,6	8,4	7,8
Bastante	28,9	10,3	30,7	35,1	35,6
Poco	38,9	63,2	36,5	30,9	46,0
Nada	19,0	17,8	24,2	23,1	10,6

Analizando las opiniones según la evolución de la facturación de las empresas en los últimos tres años, se aprecia que cuanto mejor ha evolucionado ésta, más de acuerdo se está con que la inversión en diseño contribuye mucho a mejorar el Margen Bruto de Explotación.

Grado de incidencia del diseño en la mejora del margen bruto de explotación

Cifra de exportación	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido
	%				
Mucho	30,5	12,3	5,1	3,8	1,9
Bastante	31,5	41,5	29,4	19,5	5,5
Poco	26,7	26,4	52,5	57,4	46,8
Nada	11,3	19,8	12,9	17,8	45,8

Por otro lado, también se observa que las empresas que cotizan en bolsa están más de acuerdo con el impacto positivo de la inversión en diseño en el M.B.E; el 60,7% frente al 37,3% de las que no cotizan.

Grado de incidencia del diseño en la mejora del margen bruto de explotación

	Si cotiza	No cotiza	Media
	%		
Mucho	14,9	9,1	9,5
Bastante	45,8	28,2	29,5
Poco	30,8	42,2	41,7
Nada	8,4	19,9	19,3

4.2. Perspectiva de mercado

¿En los últimos 3 años, cree que la inversión en diseño ha facilitado la apertura de nuevos mercados?

En esta cuestión, **las respuestas están muy divididas.** Así, un 56,4% de las empresas opina que el impacto del diseño en la apertura de nuevos mercados es elevado, mientras que el resto (43,6%) apunta que es bajo.

	%
Mucho	7,6
Bastante	36,4
Poco	36,3
Nada	19,7

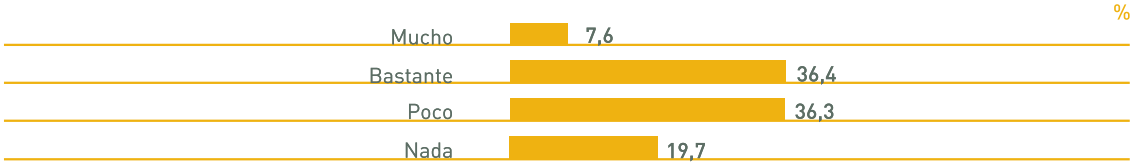
El grado de acuerdo con respecto a esta cuestión mantiene una relación más o menos directa con el crecimiento de la facturación de las empresas en los últimos años. En este sentido cabe resaltar que más del 75% de las empresas que han visto crecer sus ventas en los últimos años ven en el diseño un aspecto relevante, mientras que este porcentaje se reduce al 22,5% en el caso de las empresas cuya facturación ha evolucionado de forma negativa.

Grado de incidencia del diseño en la apertura de nuevos mercados

facturación	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido
					%
Mucho	23,0	19,6	8,7	13,7	11,5
Bastante	43,5	38,5	52,4	38,5	11,0
Poco	11,3	21,8	16,6	23,6	56,7
Nada	23,3	20,1	23,3	24,2	20,8
Nada	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

¿En los últimos 3 años, cree que la inversión en diseño ha mejorado su cifra de facturación?

También en esta cuestión las respuestas se encuentran muy divididas, con un 44% que opina que la inversión en diseño impacta positivamente en la cifra de facturación, y un 60% que no ve clara esta relación.



Lo que sí es visible es que las empresas que han crecido mucho o bastante en los últimos años, son las que efectivamente están más de acuerdo con la relación directa entre inversión en diseño y crecimiento de la facturación.

Grado de incidencia del diseño en la mejora de la cifra de facturación

facturación	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido
	%				
Mucho	27,6	9,9	6,7	2,7	0,0
Bastante	44,2	49,2	36,1	25,8	6,3
Poco	17,4	26,1	42,7	44,4	61,9
Nada	10,8	14,8	14,3	25,8	31,8
Nada	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Atendiendo al tamaño de las empresas, se observa que las de mayores dimensiones son las que consideran en mayor medida una relación positiva entre diseño y facturación (el 65,4%).

Grado de incidencia del diseño en la mejora de la cifra de facturación

	20-49 empleados	50-249 empleados	250-499 empleados	+ de 500 empleados
				%
Mucho	6,1	10,1	10,4	12,8
Bastante	32,4	42,5	46,1	52,6
Poco	39,4	30,4	28,3	24,8
Nada	21,6	16,8	13,1	9,0
NS/NC	0,5	0,2	2,1	0,8
Total	**100**	**100**	**100**	**100**

Por sectores, son las empresas de servicios no intensivos en conocimiento las que están más de acuerdo con la afirmación anterior, seguidas por las empresas del sector industrial de bienes de equipo.

Grado de incidencia del diseño en la mejora de la cifra de facturación

sector	Industria-bienes de equipo	Industria-bienes de consumo	Comercio	Servicios-Intensivos	Servicios-No Intensivos
					%
Sí	12,9	7,9	5,5	7,7	2,8
No	39,3	23,7	29,7	30,7	52,8
Ns/Nc	29,3	42,9	43,3	33,8	33,7
Sí	18,4	24,9	21,4	25,3	10,7
No	0,1	0,6	0,1	2,5	0,0
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Analizando esta misma cuestión en función del departamento del que depende el diseño, se aprecia que en las empresas en las que el diseño está integrado en el departamento de ingeniería de producto, de marketing, así como en las que el diseño depende de varios departamentos es donde se ve una relación más positiva entre diseño y facturación.

Grado de incidencia del diseño en la mejora de la cifra de facturación

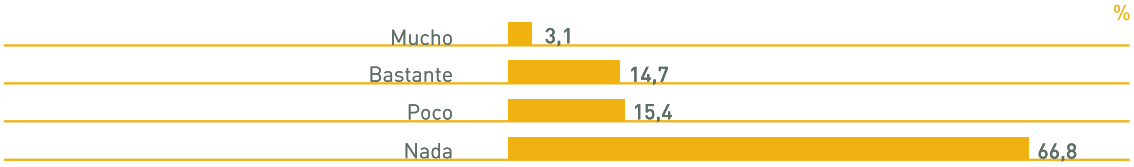
Departamento del que depende el diseño

	Ingeniería de producto	Marketing	I+D	Dirección General	Distribuidos en varios departamentos	Media %
Mucho	11,2	7,9	10,0	3,0	11,5	**8,2**
Bastante	49,8	51,8	21,0	34,0	38,8	**43,6**
Poco	33,9	35,0	59,6	8,2	27,2	**30,5**
Nada	4,6	5,2	9,4	54,8	16,8	**16,5**
NS/NC	0,5	0,1	0,0	0,0	5,7	**1,2**
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

¿En los últimos 3 años, cree que la inversión en diseño ha mejorado su cifra de exportación?

Las respuestas obtenidas en este punto pueden que estén sesgadas, ya que contemplan la opinión tanto de las empresas que exportan como las que no lo hacen, que ascienden al 57% de las empresas consultadas.

Dicho esto, es probable que el porcentaje de empresas que no ve ninguna incidencia entre el diseño y su cifra de exportación (el 66,8%) corresponda en gran medida a empresas no exportadoras.



Analizando esta cuestión según la evolución de la cifra de exportación (ya sí únicamente con las empresas exportadoras), se observa que aquellas que han evolucionado más favorablemente en los últimos años son las que más de acuerdo están con la afirmación de que ha sido la inversión en diseño la que ha mejorado sus exportaciones.

Grado de incidencia del diseño en la mejora de la cifra de exportación

Cifra de exportación	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido
					%
Mucho	10,4	6,7	9,0	4,9	2,1
Bastante	38,1	54,0	31,8	24,9	4,2
Poco	35,9	16,4	45,1	44,1	14,2
Nada	15,6	22,9	10,0	26,1	79,5
NS/NC	0,0	0,0	4,1	0,0	0,0
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Podría estudiarse la pregunta de otro modo, esto es: ¿son las empresas que piensan que la inversión en diseño influye fuertemente en la evolución de las exportaciones las que mejor evolución han tenido, ...porque probablemente hayan aplicado el diseño precisamente para crecer en los mercados exteriores?. Vemos que el 44% de las empresas que piensan que la inversión del diseño potencia mucho las exportaciones han visto crecimientos muy notables en las mismas, mientras que sólo el 30% de las que opinan que el diseño no influye nada en la mejora de las exportaciones, han logrado crecimientos de ese tipo.

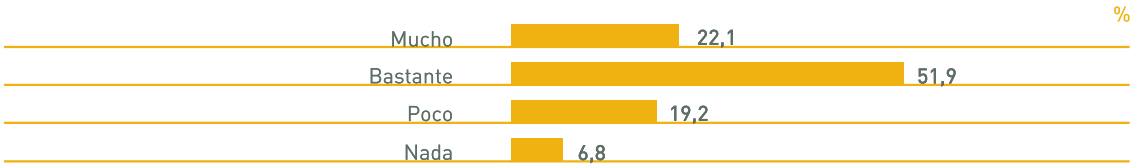
Grado de incidencia del diseño en la mejora de la cifra de exportación

facturación	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido	
						%
						Total
Mucho	20,0	24,0	32,0	20,0	4,0	**100**
Bastante	15,8	38,4	23,3	20,8	1,7	**100**
Poco	14,9	11,6	33,1	36,4	4,0	**100**
Nada	8,9	21,1	10,0	28,9	31,6	**100**

Todo ello tendría cierta lógica en un panorama internacional en el que España ya no compite en coste como venía haciendo en las décadas anteriores sino que, cada vez más compite en diseño, calidad, marca y servicio.

¿En los últimos 3 años, cree que la inversión en diseño ha mejorado la imagen de marca de su empresa, su notoriedad?

Como se apuntaba al principio del análisis, es en esta cuestión donde hay un mayor consenso en cuanto a que el diseño impacta positivamente en la imagen de la empresa y su notoriedad, con **un elevado porcentaje que está bastante o muy de acuerdo con esta afirmación (el 74%).**



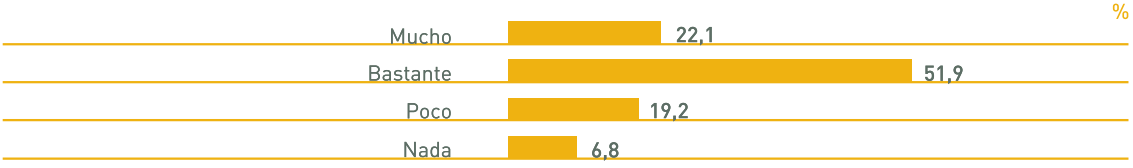
Además **esta relación positiva entre diseño y mejora de la imagen de la empresa es todavía mucho más notoria entre las empresas en las que su facturación ha crecido mucho en los últimos tres años (el 96,1%).**

Grado de incidencia del diseño en la mejora de la imagen

facturación	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido
					%
Mucho	41,7	23,0	23,7	17,6	16,0
Bastante	54,4	51,8	53,2	48,2	58,7
Poco	0,7	19,6	18,5	26,8	5,4
Nada	3,2	5,5	4,6	7,4	19,9
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

¿En los últimos 3 años, cree que la inversión en diseño ha mejorado la comunicación con los clientes?

Al igual que en el aspecto tratado anteriormente, aquí también hay bastante consenso en la influencia positiva del diseño en la comunicación con los clientes (así lo ha expresado cerca del 75% de las empresas).



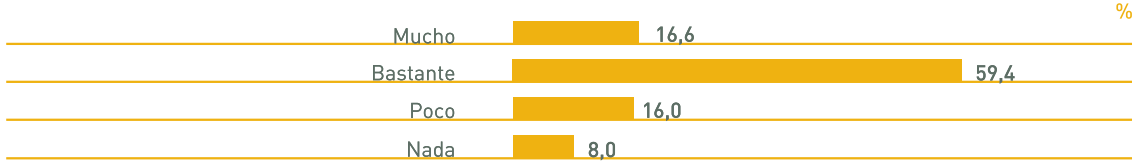
Dicho consenso es todavía más elevado en aquellas empresas que han experimentado mayores crecimientos en sus cifras de ventas en los últimos años, tal y como se refleja en la tabla siguiente:

Grado de incidencia del diseño en la mejora de la imagen

facturación	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido	Media %
Mucho	30,2	23,6	21,8	18,6	3,9	20,2
Bastante	62,7	47,9	60,5	57,7	42,5	53,4
Poco	4,5	21,8	14,0	14,9	30,1	17,3
Nada	2,6	6,7	3,8	8,8	23,5	9,1
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

¿En los últimos 3 años, cree que la inversión en diseño ha mejorado la satisfacción de sus clientes?

La mayor satisfacción de los clientes es otro de los aspectos donde la incidencia del diseño es considerada muy importante por una amplia mayoría de empresas. De esta forma, el 76% de las firmas opina que la incidencia del diseño en dicho aspecto bastante o muy alto.



Esta relación positiva es incluso más apoyada (el 95,2% así lo ha expresado) por aquellas empresas cuya facturación ha crecido más en los últimos 3 años.

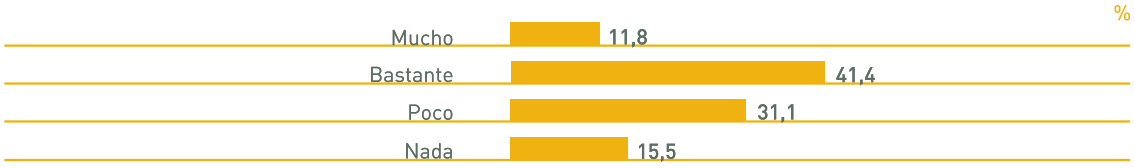
Incidencia del diseño en el grado de satisfacción de los clientes

facturación	Ha crecido mucho	Ha crecido bastante	Ha crecido poco	Se ha mantenido constante	Ha disminuido	% Media
Mucho	18,7	13,9	19,7	16,4	3,0	16,6
Bastante	76,5	67,6	52,4	57,6	43,5	59,4
Poco	3,4	10,0	20,8	18,1	39,6	16,0
Nada	1,4	8,5	7,1	7,9	13,9	8,0
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

4.3. PERSPECTIVA INTERNA

¿En los últimos 3 años, cree que la inversión en diseño ha mejorado la productividad de la empresa?

En relación a cómo la inversión en diseño incide en una mejora de la productividad, las respuestas obtenidas están, como en otros aspectos estudiados, muy divididas. Si bien más de la mitad de las empresas (el 53,4%) opina que efectivamente la inversión en diseño influye positivamente en la productividad, también hay un porcentaje importante que considera que el impacto es reducido o nulo (el 46,6%).



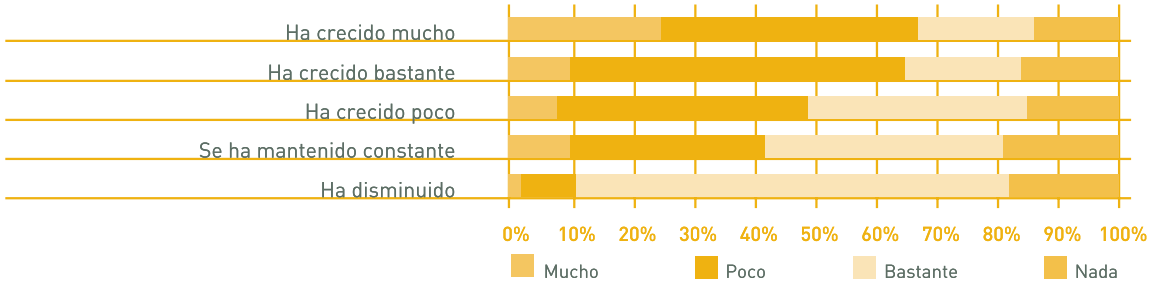
Por sectores, la industria de bienes de equipo y los servicios no intensivos en conocimiento son los que en mayor medida ven una relación positiva entre la inversión en diseño y la productividad. Por tamaño no hay ningún patrón reseñable.

Grado de incidencia del diseño en la mejora de la productividad

sector	Industria-bienes de equipo	Industria-bienes de consumo	Comercio	Servicios-Intensivos	Servicios-No Intensivos
					%
Mucho	16,1	10,1	5,9	12,4	13,9
Bastante	43,2	31,8	41,4	41,3	45,3
Poco	22,8	48,0	31,1	26,2	34,7
Nada	17,9	10,1	21,6	18,1	6,1
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

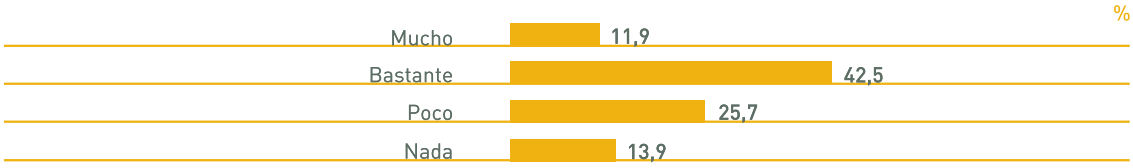
Por último, si se tiene en cuenta la evolución de la facturación de las empresas en los últimos años, queda patente que las empresas que más han crecido en los últimos años son las que están más de acuerdo con la idea de que el diseño tiene mucha importancia a la hora de incrementar la productividad de la empresa. Esta correlación entre crecimiento de la empresa y el impacto del diseño en la mejora de la productividad se observa claramente en el gráfico siguiente:

Grado de incidencia del diseño en la mejora de la productividad según la evolución de la facturación en los últimos tres años



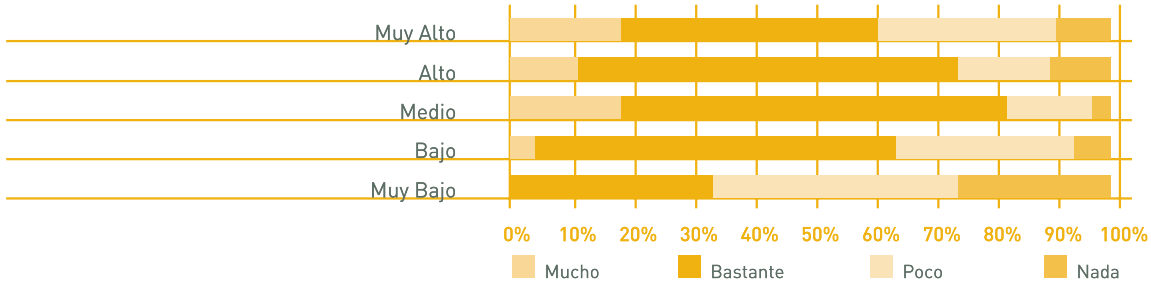
¿En los últimos 3 años, cree que la inversión en diseño ha mejorado la comunicación interna en su empresa?

Con respecto a en qué medida el diseño mejora la comunicación interna en la empresa, **la mayor parte de las empresas (el 60,4%) piensa que en efecto, el diseño influye positivamente en la comunicación entre los diferentes departamentos**. Aún así, también cabe destacar que una de cada cinco empresas opina que dicha influencia es poca, y un 13,9% que es incluso nula.



Atendiendo al grado de interrelación del personal de diseño con el resto de departamentos de la empresa, cabe destacar que lógicamente en aquellas empresas donde dicha interrelación es baja o muy baja, también se opina que la incidencia del diseño en la comunicación interna es escasa o nula, pero sorprende el hecho de que las empresas donde la interrelación entre los profesionales de diseño y el resto de departamentos es alta, no sean, sin embargo, las que más de acuerdo están con dicha incidencia del diseño en la comunicación interna.

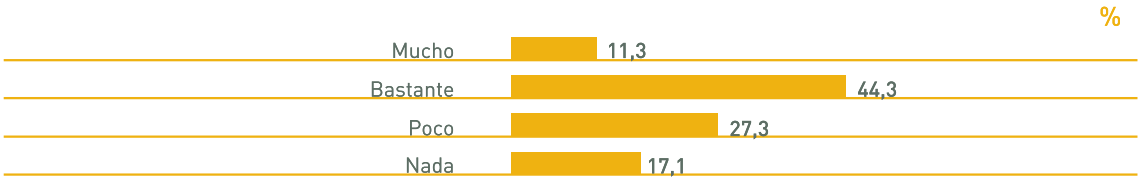
Grado de incidencia del diseño en la mejora de la comunicación interna de la empresa según el grado de interrelación del personal de diseño con otros departamentos



4.4. Perspectiva de conocimiento

¿En los últimos 3 años, cree que la inversión en diseño ha mejorado la satisfacción de los empleados, su motivación?

En este aspecto, las respuestas obtenidas siguen un patrón similar al de la cuestión tratada anteriormente. Así, aunque hay un porcentaje significativo de empresas (55,6%) que opina que la inversión en diseño ha mejorado la satisfacción y motivación de los empleados, también hay una gran parte que piensa que el impacto del diseño en dichos aspectos es irrelevante.



5. Anexo I. CUESTIONARIO EMPLEADO

INFORMACIÓN A CUMPLIMENTAR PREVIA A LA ENTREVISTA

Nombre de empresa:

Código CNAE:

Sector de actividad:

La empresa forma parte de un grupo:

SI	
NO	

La empresa cotiza en bolsa:

SI	
NO	

Número de trabajadores:

Fecha constitución:

Volumen de facturación:

0. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la persona entrevistada

Cargo que ocupa en la empresa

0.1 ¿Cuántas personas componen la plantilla de la empresa?

20-49	
50-249	
250-499	
500-	
NS/NC	

0.2 ¿Cuándo se fundó la empresa?

Antes de 1980 (hace más de 25 años)	
Entre 1980 y 2000 (hace 5-25 años)	
A partir del 2000 (en los últimos 5 años)	
NS/NC	

0.3 En los últimos 3 años, la cifra de facturación ha....

Evolución	Nacional Total	Exportación
Ha crecido mucho		
Ha crecido bastante		
Ha crecido un poco		
Se ha mantenido constante		
Ha disminuido		
NS/NC		
No exporta		

0.4 En los últimos años,¿ha contratado o desarrollado internamente algún tipo de diseñño?, ¿de qué tipo?

Tipo de diseño	Servicios externos	Internamente	
Diseño de comunicación y marca			
Diseño industrial y de producto			
Diseño de interiores (espacios)			
Moda y textiles			
Diseño digital y multimedia			
Diseño de servicios			
Ningún diseño			→ Finalizar encuesta

1. ANALIZANDO LA CULTURA EMPRESARIAL FRENTE AL DISEÑO

P.1 ¿Cree que se tiene en cuenta el diseño en la definición de la estrategia empresarial?

Mucho	
Bastante	
poco	
Nada	

P.2 ¿Cómo se percibe y emplea el diseño en la empresa? (Se puede marcar más de 1 opción)

Como estrategia empresarial	
Como un proceso creativo que permite desarrollar nuevas ideas empresariales	
Para desarrollar nuevos productos y/o servicios	
Para mejorar la imagen externa de la empresa	
Para incrementar las ventas	
Otros	

P.3 Ordene de mayor a menor importancia los siguientes factores de éxito en su empresa: (Enumerar de 5 a 1, siendo 5 el factor de mayor importancia y 1 el de mínima)

Diseño	
Dirección financiera	
Dirección de operaciones	
Dirección de recursos humanos	
Dirección comercial y/o de marketing	
I+D	

P.4 ¿Ha contratado alguna vez los servicios de un diseñador externo? (Servicios de diseñadores externos, ajenos a la plantilla)

	Sí, pero sólo para proyectos concretos	Sí, de forma habitual	No	NS/NC
Diseñador nacional				
Diseñador extranjero				

↓

Ir a P.7 si en las opciones se contesta NO

4.a ¿Cómo le conoció? A través de:

Relaciones profesionales	
Su centro de promoción del diseño	
Asociaciones profesionales	
Centros tecnológicos	
Agencias de desarrollo local	
Proveedores	
Publicaciones y medios especializados	
Otros: especificar	
NS/NC	

P.5 ¿Está satisfecho con los servicios contratados?

Sí, mucho	
Sí, satisfecho	
indiferente	
No, insatisfecho	

→ Especificar 1 motivo

.....

P.6 ¿Cómo suele remunerar los servicios de diseño?

Honorarios	
Royalties	
Tanto alzado	
Otos	
NS/NC	

→ Especificar: .....

.....

3. A TRAVÉS DEL PROCESO: PRÁCTICAS INTERNAS DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN AL DISEÑO

P.7 ¿Cuenta su empresa con diseñadores en plantilla?

SI	
NO	
NS/NC	

} → Ir a P.9

7.a ¿Cuántos?

Uno	
Más de uno (poner número)	

→ Están estructurados en departamento

SI	
NO	

7.b ¿de qué área funcional de la empresa depende el diseño?

Ingeniería de producto	
Marketing	
I+D	
Dirección General	
Distribuídos en varios departamentos	
NS/NC	

P.8 En qué grados se relaciona el personal de diseño con el resto de departamentos de la empresa (finanzas, logística, venta, etc.)

Muy alto	
Alto	
Medio	
Bajo	
Muy bajo	

P.9 ¿A falta de diseñador, ¿qué perfil en la empresa asume su papel? (Sólo para aquellos que han contestado NO en P.7)

Gerencia	
Directivos	
Cuadros Medios	
Personal Auxiliar	

5. A TRAVÉS DE LOS OUTPUTS

a. Incorporación del diseño a los nuevos productos y/o servicios.

P.10 ¿Ha invertido su empresa en lo últimos tres años en desarrollar a mejorar productos y/o servicios con un fuerte componenete de diseño?

SI	
NO	
NS/NC	

→ Pasar a P.11

10.a Indique el nº de productos nuevos puestos por su empresa en el mercado en el último año.

(Número)

a1. Efecto sobre variables económicas

P.11 ¿En lo últimos tres años, cree que la inversión en diseño ha facilitado la apertura de nuevos mercados? (diversificación mediante nuevos productos o categorías de producto)

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

P.12 ¿Ha mejorado su cifra de facturación?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

P.13 ¿Y su cifra de exportación?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

P.14 ¿Y su cifra de contribución?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

P.15 ¿Y la productividad de la empresa? (Productividad entendida como reducción de costes, mejora de los plazos de ejecución de proyectos, es decir mayores ingresos frente al trabajo realizado)

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

P.16 ¿Y el empleo?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

a2. Efecto sobre otras variables

P.16 ¿Y la imagen de marca de su empresa, su notoriedad?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

P.17 ¿Y la comunicación con los clientes? (por la mejora de los elementos de comunicación)

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

P.18 ¿Y la satisfacción de sus clientes? (Por la mejora de los productos o la ampliación de la gama de productos)

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

(Definición de calidad en el sentido de Juran: Bajo este concepto, uno de los elementos clave de la definición de la calidad es la "aptitud para el uso" de un producto)

P.19 ¿Y la comunicación interna de su empresa? (Mejora de la comunicación en la empresa entre departamentos y niveles de función)

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

P.20 ¿Y la satisfacción de los empleados, su motivación (por las mejoras en el producto y/o en la imagen de la empresa?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

b. El uso de las herramientas de protección legal del diseño

P.21 ¿Ha protegido legalmente su empresa diseños gráficos o de producto?

SI	
NO	
NS/NC	

} → Pasar a P. 22

21.a ¿Cuántos? ¿Qué sistemas ha elegido?

¿Cuántos?	

Sistema elegido	
Marca registrada	
registro de diseño industrial	
Patente	
Copyright	
marca comunitaria	
Otros. especificar	

5. OTRAS CUESTIONES

P.22 ¿Conoce ayudas o programas de apoyo al diseño de los que pueda beneficiarse su empresa?

SI	
NO	
NS/NC	

¿Cuáles?

P.23 ¿Alguna vez ha recibido su empresa algún premio o reconocimiento en cuanto al diseño?

SI	
NO	
NS/NC	

¿Cuáles?

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ddi

**sociedad estatal
para el desarrollo
del diseño y la innovación**

Paseo de la Castellana, 149. 3ª pl.
28046 Madrid

T. +34 91 572 10 83
F. +34 91 571 15 64

www.ddi.es
info@ddi.es