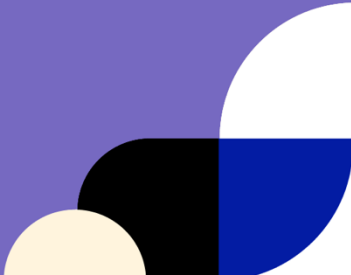




Informe sectorial

DISEÑO

Coordinador
Sebastián Feinsilber



DISEÑO

21

PROVINCIAS
RELEVADAS

Buenos Aires, Catamarca,
Chaco, Chubut, Corrientes,
Entre Ríos, Formosa, Jujuy,
La Pampa, La Rioja, Mendoza,
Misiones, Río Negro, Salta,
San Juan, San Luis, Santa Cruz,
Santa Fe, Santiago del Estero,
Tierra del Fuego, Antártida
e Islas del Atlántico Sur
y Tucumán.



Este análisis fue complementado con fuentes externas como el Plan Nacional de Diseño del Ministerio de Economía, el Observatorio de Diseño Argentino de la Universidad Nacional de Rafaela, registros de Marca País, registros de marcas, patentes y modelos en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial y series históricas del Instituto Nacional de Estadística y Censos, aunque la información no es exhaustiva debido a la heterogeneidad del sector. En el proceso se articuló con instituciones nacionales especializadas y se generó vínculo con las áreas provinciales para complementar la información de cada territorio. Para el relevamiento de actividades, se estableció además un campo compartido para articular una agenda federal de diseño.



INTRODUCCIÓN

El diseño constituye una de las industrias culturales y creativas más transversales de la economía argentina. A diferencia de otras industrias del sector, no produce bienes culturales de consumo autónomo, sino que opera como insumo estratégico para el resto de la economía. De este modo, genera competitividad e identidad: agrega valor a territorios, sectores, empresas y personas, y articula los mundos de la cultura, la producción y la tecnología.

Según la Cuenta Satélite de Cultura elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) en conjunto con el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) en 2024, el diseño representó el 11,8 % del valor agregado bruto (VAB) cultural total del país –equivalente a más de 975 mil millones de pesos– y concentró el 15 % del empleo cultural, con aproximadamente 55.269 puestos de trabajo. Estos datos lo posicionan como uno de los sectores de mayor peso dentro de la economía cultural argentina, superado únicamente por publicidad y editorial en términos de VAB, y por audiovisual y contenido digital en términos de empleo.

El diagnóstico federal permite identificar nudos críticos para abordar la gestión del diseño en las provincias, un paso necesario para trazar un camino de desarrollo con impacto económico y cultural. En la mayoría de las provincias, la gestión del diseño todavía no cuenta con áreas estatales específicas, con programas propios e identidad institucional. Además, la agenda de políticas de diseño está concentrada en emprendimientos unipersonales, con escasa llegada a pymes y proveedores de servicios. Se observa también una baja densidad asociativa y de articulación entre el sector privado y el académico, y una agenda sectorial parcializada que en muchos casos se centra en manufacturas textiles, con menor atención a otros sectores con peso en cadenas de valor locales, como la producción de alimentos manufacturados o los productos digitales.

A esto se suma una oferta acotada de instrumentos de financiamiento específicos y una limitada coordinación entre las áreas de Cultura y otras dependencias provinciales, nacionales y privadas con incidencia en la promoción, producción e internacionalización del diseño. En términos generales, la gestión desde Cultura tiende a priorizar programas de promoción del diseño, sin extenderse hacia el apoyo a su producción como industria cultural. La información relevada en este informe constituye, en ese sentido, una base para orientar la acción pública y el desarrollo de políticas sectoriales con perspectiva federal.

Para caracterizar el diseño como sector cultural, se lo segmenta en tres campos:

- Proveedores de servicios de diseño (estudios, agencias y profesionales independientes).
- Equipos de diseño y desarrollo interdisciplinario que integran las empresas.





- Diseñadores/as que se constituyen como productores/as, desarrollando sus propias marcas comerciales, generalmente en la órbita del emprendedurismo.

Esta caracterización permite abordar la disciplina de modo estratégico. Un aspecto a destacar de este análisis es que la gran mayoría de las áreas provinciales que llevan la agenda de diseño dentro de Cultura se enfocan principalmente en el tercer segmento, mientras que la articulación con los otros todavía es incipiente. Ampliar ese trabajo es una oportunidad significativa, ya que los dos primeros segmentos son los de mayor impacto económico y cultural.

En Argentina, el sector del diseño comprende una amplia gama de disciplinas –gráfico, industrial, de indumentaria, digital, arquitectónico, de interiores y más– con presencia en prácticamente todas las provincias. No obstante, su desarrollo es muy diverso: algunas jurisdicciones cuentan con ecosistemas relativamente consolidados, con masa crítica de profesionales, instituciones educativas, organismos intermedios y políticas públicas activas, mientras que en otras el sector y su gobernanza todavía están en una etapa inicial. Esta asimetría es una de las características principales que releva este diagnóstico, lo que muestra una oportunidad para potenciar planes de desarrollo con objetivos concretos. Más allá de la concentración en la zona centro, en la diversidad de las producciones, con alcance a todo el país, puede verse que la Argentina tiene una amplia trayectoria en materia de diseño desde la década de 1940.

El diseño constituye un recurso estratégico con impacto en la dimensión cultural y en la productiva. Esta relevancia se inscribe en un contexto de cambio de paradigma global, en el que transformaciones como la producción internacional y el avance de la inteligencia artificial reconfiguran el lugar de la cultura y los modos de producción. Desde esa perspectiva, el modo en que una sociedad aborda el diseño desde las políticas públicas no es menor: define un posicionamiento estratégico y genera una identidad que proyecta al país hacia el futuro.

El diagnóstico contó con la participación de referentes de Cultura de 21 provincias, con información específica y ahora sistematizada sobre cada territorio. Cabe destacar que el 40 % de las provincias ya tienen áreas específicas dedicadas a la gestión del diseño como eje de política pública, mientras que otro 20 % las está conformando. Entre Ríos, Formosa, Santa Cruz y La Rioja ya comenzaron la constitución del área en el marco del diseño de una Hoja de Ruta para el desarrollo del sector que el Consejo Federal de Inversiones (CFI) lleva adelante junto a las provincias argentinas.

.....

Eje 1

Producción, circulación y exhibición

La información aportada por cada territorio refleja contextos muy diversos en cuanto a ecosistemas productivos, institucionalidad y masa crítica del sector. En términos productivos, la indumentaria y los accesorios constituyen el área de mayor relevancia: 19 de las 21 provincias los identifican como el principal





ámbito de innovación local. Luego aparecen los alimentos y bebidas manufacturados (mencionados por 13 provincias); los productos digitales como sistemas, apps, sitios web y videojuegos (11 menciones); y el mobiliario y los artículos para el hogar (8 provincias). Esta distribución refleja también las estructuras productivas de cada territorio: mientras las provincias del norte priorizan indumentaria y artesanía de autor, las del centro y el litoral incorporan en mayor medida diseño industrial y digital. Tucumán se posiciona como uno de los polos creativos más dinámicos, combinando indumentaria, productos digitales y artículos de consumo con un ecosistema que integra tanto el diseño de moda como los videojuegos y la creatividad audiovisual. Al cruzar estos indicadores con la actividad económica de cada provincia, se advierte una oportunidad para potenciar nuevos sectores desde las áreas de Cultura.

En cuanto a los servicios de diseño con actividad, el de indumentaria y el gráfico son los más extendidos, presentes en 20 y 18 provincias respectivamente. El diseño digital (sitios web, apps, software) aparece en 17 jurisdicciones, mientras que el industrial y el arquitectónico tienen una presencia más acotada. Mendoza, Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos y Santiago del Estero reportan la totalidad de disciplinas con algún grado de actividad, lo que indica ecosistemas más completos y diversificados. En provincias como Jujuy, Río Negro y Tierra del Fuego, la oferta se concentra en pocas disciplinas, en general diseño de indumentaria y gráfico.

La circulación y exhibición del diseño se desarrolla de manera fragmentada y con fuerte dependencia de la iniciativa privada y autogestionada. La actividad se concentra principalmente en las capitales provinciales, donde reside la mayor parte de diseñadores/as formados y donde se localizan las principales instituciones educativas. Ciudades como Buenos Aires, Mendoza, Rosario, Córdoba, Posadas, Paraná, Tucumán, Mar del Plata y Resistencia concentran la oferta de servicios y los principales espacios de encuentro y exhibición.

En términos de servicios disponibles, el diseño gráfico –que incluye branding, publicidad y tipografía– es la disciplina con mayor presencia en las jurisdicciones relevadas. Le siguen el diseño digital, el industrial y el de indumentaria, y en menor medida el arquitectónico y el interiorismo. Esta distribución refleja tanto una estructura de demanda local fuertemente orientada a la comunicación empresarial, como las trayectorias formativas disponibles en cada territorio. La indumentaria y los textiles, el mobiliario, los alimentos y bebidas manufacturados, y los productos digitales son los sectores productivos donde el diseño tiene mayor relevancia.

La circulación se da más frecuentemente en festivales, muestras, premiaciones y capacitaciones, generalmente de carácter esporádico o anual. Un tercio de las provincias reporta algún evento regular, como una "Semana del Diseño". En otros casos, estas iniciativas se encuentran en formación (Jujuy, Santa Cruz, Tierra del Fuego) o han tenido ediciones discontinuas. La articulación gubernamental con estos eventos es variable: algunos estados provinciales acompañan con declaraciones de interés, cesión de espacios o financiamiento parcial, mientras que en otros la gestión es íntegramente privada o autogestionada.

Los casos más consolidados son Buenos Aires (Festival FINDE, Trimarchi DG, Design LAW), Mendoza (Comecoco, Colección Identidad, Mercado Cultural, DISUR 2025), Santa Fe (Diseña Santa Fe, Zarpar Rosario, Feria del Centro), Misiones (Misiones Diseña) y La Pampa (Expo PyMEs La Pampa y Semana del Diseño con ADIPA).

Tucumán cuenta con el Mercado Cultural del Ente de Cultura –realizado hasta 2023–, el FePI 2025 con convocatoria internacional, el festival PLUM! de animación, desfiles de moda en localidades veraniegas con





apoyo municipal y EXPOCON, impulsada por el Instituto de Desarrollo Productivo (IDEP), lo que conforma un ecosistema de eventos diverso aunque con discontinuidad en el financiamiento público.

Catamarca sostiene el Pabellón Poncho Diseño dentro de la Fiesta Nacional e Internacional del Poncho, con múltiples ferias complementarias como Tienda C, Feria del Patio y Feria Artesanía y Diseño.

Entre Ríos combina la Feria del Centro con Diseña Paraná y ferias de carreras rotativas. Santiago del Estero suma la Feria Artesanal provincial, el desfile Raíces en Movimiento y curadurías para Puro Diseño. Formosa realiza festivales bianuales y una premiación anual a referentes de la moda. Chubut concentra su actividad en ferias independientes de Madryn y Comodoro Rivadavia. Río Negro articula encuentros de tejedoras en la Línea Sur con el Mercado Artesanal Rionegrino. Corrientes integra el diseño en festivales multisectoriales como la Fiesta del Surubí y el Chamamé. San Luis realiza Intercolegiales Culturales anuales impulsados desde Educación y Turismo. Salta no cuenta con eventos oficiales exclusivos del sector pero cede espacios a diseñadores/as en ferias de emprendedores. Chaco suma la Bienal de las Esculturas y participa en la Feria Puro Diseño Raíces 2025.

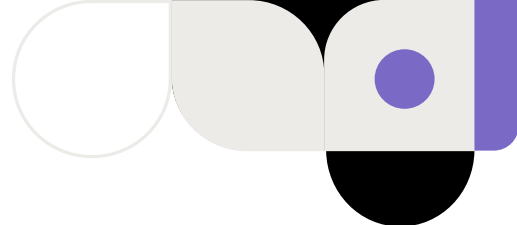
A nivel federal existen diversas articulaciones con el Sello de Buen Diseño Argentino (SBD) del Plan Nacional de Diseño, el Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA), la Feria Puro Diseño, el Archivo de Diseño de Fundación IDA y espacios como Diseño Argentino Exponencial (DAE) y la Academia Nacional de Bellas Artes, donde se está incorporando el eje diseño desde una perspectiva federal.

La concentración de la actividad en las capitales provinciales es una tendencia dominante. Provincias extensas con múltiples centros urbanos como Buenos Aires, Entre Ríos, Santa Fe o Río Negro presentan una distribución más descentralizada, aunque incluso allí la infraestructura de exhibición y los servicios profesionales tienden a radicarse en las ciudades principales. Las localidades del interior de cada provincia muestran acceso limitado a servicios de diseño y escasa circulación sectorial.

En la gran mayoría de las provincias, menos del 25 % de las actividades vinculadas al diseño son gestionadas por el sector privado con financiamiento propio. En Buenos Aires, Jujuy y Tucumán, más del 75 % de esas actividades tiene origen privado. Los canales de difusión disponibles son generales –redes sociales, sobre todo–, mientras que las revistas especializadas, los programas de *streaming* o las publicaciones institucionales dedicadas al sector son todavía minoritarios.

En cuanto a las asociaciones profesionales, su desarrollo es desigual. Buenos Aires cuenta con el Colegio de Diseñadores Industriales de la Provincia (CDIBA) con legislación específica (Ley N° 12.803) de ejercicio profesional y la Unión de Diseñadores Gráficos (UDGBA) como asociación civil. Mendoza tiene la Asociación de Diseñadores de Mendoza (ADIMZA) y la Asociación de Profesionales del Diseño de Mendoza (APDM). La Pampa cuenta con la Asociación de Diseñadores Pampeanos (ADIPA, desde 2010, y con personería jurídica desde 2020) y la Asociación de Industrias Creativas (ICREA, desde 2022). Formosa registra una plataforma cultural y creativa como el Encuentro de Diseño de Autor. Tucumán tiene el Colegio de Diseñadores Gráficos, el Espacio DAR (Diseño Argentino en Red), la Comunidad de Desarrolladores de Videojuegos (CDVT), la Cámara de la Industria Audiovisual (CIAT), el Consejo de Artes Audiovisuales (CAAT) y el Clúster Tecnológico Tucumán, configurando uno de los ecosistemas asociativos más diversificados del país. Chaco cuenta con la Cámara de Diseñadores Gráficos del Chaco (CDGCH) y el Colegio de Arquitectos. Jujuy tiene el Colegio de Profesionales





de la Arquitectura y el de Diseñadores Gráficos y Comunicadores Visuales. Entre Ríos suma el Consejo de Profesionales de Ciencias Informáticas de Entre Ríos (COPROCIER), el Colegio de Arquitectura y Urbanismo de la Provincia (CAUPER), el Polo Tecnológico de Paraná, la Asociación de Diseñadores Gráficos (ADG), el Consejo Publicitario Argentino y otras. Salta, la Asociación Civil Punto de Diseño. Santa Fe tiene la Asociación de Diseño de Santa Fe. Nueve provincias, por su parte, no cuentan con asociaciones formales del sector con estructura consolidada.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Sectores productivos de mayor relevancia	<i>Indumentaria, textil y accesorios (en 19 de 21 provincias), alimentos (13) y productos digitales (11).</i>	<i>Mendoza y Buenos Aires: mayor diversidad sectorial. Jujuy y Catamarca: fuerte presencia de indumentaria con identidad territorial.</i>
Servicios de diseño disponibles	<i>Diseño de indumentaria (20 provincias) y gráfico (18) son las disciplinas más extendidas. Diseño industrial y arquitectónico tienen presencia más concentrada.</i>	<i>Buenos Aires, Mendoza, Santa Fe, Entre Ríos y Santiago del Estero: oferta completa de disciplinas.</i>
Eventos y espacios de promoción	<i>Formatos esporádicos y multisectoriales en la mayoría de las provincias. Los eventos exclusivos de diseño son minoría.</i>	<i>Santa Fe, Córdoba y Entre Ríos: Feria del Centro. Buenos Aires: FINDE, Trimarchi. Mendoza: Comecoco. Misiones: Misiones Diseña (MiDi). La Pampa: Semana del Diseño.</i>
Relación público-privada en la organización de eventos	<i>Predominio de gestión pública o autogestionada. En 9 de 21 provincias, menos del 25 % de eventos son de iniciativa privada.</i>	<i>Buenos Aires, Jujuy y Tucumán: más del 75 % de los eventos son de origen privado.</i>
Organismos intermedios	<i>Desarrollo desigual. Muchas provincias no cuentan con asociaciones formales.</i>	<i>Red Federal de Diseño y Comunicación Visual de la República Argentina. Buenos Aires: Colegio con ley. Mendoza: ADIMZA, APDM. La Pampa: ADIPA, ICREA. Tucumán: Colegio DG. Chaco: CDGCH.</i>
Relación público-privada en la organización de eventos	<i>Predominio de gestión pública o autogestionada. En 9 de 21 provincias, menos del 25 % de eventos son de iniciativa privada.</i>	<i>Buenos Aires, Jujuy y Tucumán: más del 75 % de los eventos son de origen privado.</i>



Brechas y desigualdades identificadas

Las políticas culturales vigentes se orientan principalmente al diseño de indumentaria, aunque diversos indicadores muestran que el diseño tiene una participación y un impacto mayores en otros sectores productivos. Por otro lado, no todas las jurisdicciones contemplan a los productores de servicios de diseño como motor cultural en términos productivos e identitarios, con impacto en otros sectores.

Otra brecha significativa se puede ver en la distribución desigual de espacios de circulación y exhibición entre jurisdicciones. Buenos Aires, Mendoza, Santa Fe, Entre Ríos y Misiones cuentan con eventos periódicos y con articulación público-privada, mientras otras provincias no disponen de eventos dedicados exclusivamente al diseño. Una segunda brecha corresponde a la falta de canales de difusión específicos en la mayoría de las jurisdicciones. La comunicación se canaliza a través de redes sociales de uso general, sin medios especializados. Buenos Aires cuenta con una plataforma propia (Catálogo FINDE); y Misiones, con revistas especializadas asociadas al programa Misiones Diseña (MiDi).

El desarrollo reducido de organismos intermedios –asociaciones profesionales, colegios, cámaras– limita la capacidad del sector para articular con el Estado, negociar condiciones de trabajo y generar acciones colectivas de circulación y exhibición. En el ámbito privado, se destaca la Red Federal de Diseño y Comunicación Visual de la República Argentina, que a modo de federación nuclea a 20 asociaciones de distintos territorios del país, aunque con escasa vinculación con las áreas de gobierno.



Eje 2 Datos e indicadores

La producción estadística sobre el sector del diseño en las provincias argentinas es incipiente. La gran mayoría de las jurisdicciones todavía no cuenta con sistemas propios de recolección de datos sobre el sector. En general, no se releva la cantidad de estudios activos, no se registra la inversión pública en diseño ni se contabilizan los fondos que reciben los profesionales del sector, y la facturación solo se mide en Buenos Aires y Entre Ríos. Formosa es la única provincia que registra los fondos destinados a los profesionales. Fortalecer estos sistemas es clave para planificar y evaluar las políticas públicas.

En ocho de las jurisdicciones relevadas se reporta la existencia de un área estatal que recaba información estadística sobre la actividad: Buenos Aires, Catamarca, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, La Pampa, Santa Fe y Tierra del Fuego. Se trata mayormente de relevamientos parciales o de iniciativas recientes que aún no producen datos sistemáticos. Buenos Aires, Corrientes y Formosa, por su parte, reportan simultáneamente un área de datos y un registro de inversión pública.





La Pampa contaba en 2019 con un registro de 275 profesionales creativos que fue relanzado en 2025 en el marco del área de Industrias Culturales. Misiones se destaca en términos de visibilización de su producción: el programa MiDi genera un registro continuo de emprendedores/as y diseñadores/as, con participación documentada en instancias internacionales como la Madrid Fashion Week y la Milán Fashion Week 2025, lo que le permite hacer un seguimiento del sector.

Mendoza se destaca por el Programa Colección Identidad, de la Dirección de Industrias Creativas, que anualiza la producción de diseño provincial mediante un catálogo impreso y digital, con espacio de creación, muestra y documentación. Es un caso donde el estado provincial construye un registro curatorial propio del diseño local, articulando identidad territorial con visibilización productiva. En Buenos Aires, el Catálogo FINDE constituye la plataforma digital de mayor alcance provincial, con registro abierto de diseñadores/as, marcas y productos con identificación territorial, sirviendo tanto como instrumento de difusión como de política pública.

Ante la baja producción de datos en la mayoría de las jurisdicciones, se relevaron fuentes externas como el Sello de Buen Diseño Argentino, Marca País, el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI) y el Observatorio de Diseño Argentino (ODA), elaborado por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y la Universidad Nacional de Rafaela, Santa Fe (UNRaf).

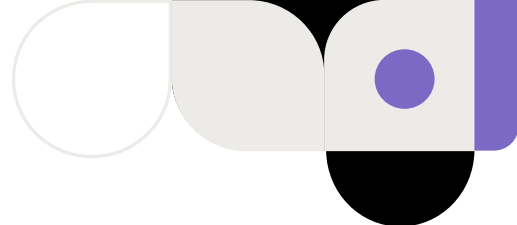
Según el Sello de Buen Diseño Argentino, en sus 13 ediciones han otorgado 3.153 distinciones a nivel nacional. Se observa una concentración en la zona centro, con el mayor volumen en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (1.582, casi la mitad), seguida por la provincia de Buenos Aires (784) y Santa Fe (283). Con más de 10 distinciones figuran Tucumán (51), Mendoza (48), Río Negro (26), Misiones (23), San Juan (22), Chaco (20), Salta (16), Jujuy (15), Entre Ríos (15) y La Pampa (10), en tanto que La Rioja, Catamarca, San Luis, Formosa y Santiago del Estero cuentan con menos de 5 y Santa Cruz no tiene productos distinguidos.

Respecto de la Marca País, todas las jurisdicciones cuentan con empresas licenciatarias, aunque la brecha es significativa. CABA concentra 61 empresas, seguida por la provincia de Buenos Aires con 28, Santa Fe con 14 y Mendoza con 9. Entre Ríos estima entre 15 y 25 firmas con licencia activa o en proceso de auditoría. Corrientes tiene 6, La Pampa y Salta tienen 5 y el resto tiene 3 o menos. Esta distribución da cuenta de la heterogeneidad productiva e identitaria del territorio argentino y también de la oportunidad de ampliar el alcance del instrumento en todas las regiones del país.

Los indicadores del INPI muestran una brecha aún más marcada. Según los registros correspondientes a 2025, la provincia de Buenos Aires concentra la mayor cantidad de modelos y diseños industriales (1.316 sobre un total nacional de 3115), seguida por CABA (930), Santa Fe (235), Córdoba (202) y Corrientes (163). En materia de marcas, la provincia de Buenos Aires registra 58.615 solicitudes, solo por detrás de CABA (61.962). Córdoba (15.827) y Santa Fe (11.424) superan la decena de miles, con cantidades moderadas en Tucumán (2.237), Corrientes (898) y Chaco (988). El resto tiene volúmenes de registros bajos, mientras que en Chubut, San Luis, Santa Cruz y Río Negro no hay datos sistematizados.

La Encuesta Nacional para Diseñadores/as del Observatorio de Diseño Argentino (INTI/UNRaf 2026) acumuló 1206 respuestas provenientes de 22 provincias, que permiten actualizar y ampliar el perfil sociolaboral del sector. El 83 % de los encuestados cuenta con título universitario completo, frente al 59,8 % registrado en 2018, lo que refleja una profesionalización creciente. Además, el 8 % tiene estudios universitarios





incompletos, el 4 % el terciario completo y el 3 % un título universitario intermedio. La franja etaria se concentra entre los 31 a 45 años (531 respuestas). Comparado con 2018, cuando la mayor concentración se dio en los 26 a 34 años, esto sugiere un envejecimiento relativo de la base encuestada que podría indicar tanto una menor incorporación de jóvenes al sector como una mayor consolidación de los diseñadores/as de trayectoria media.

En cuanto a la titulación, el 66 % de quienes respondieron la Encuesta del Observatorio se graduó en diseño industrial, el 12 % en diseño gráfico o comunicación visual y el 6 % en diseño de indumentaria/textil. Este dato debe leerse con cautela: el peso del diseño industrial en la muestra podría responder a sesgos propios del instrumento de relevamiento y los canales de difusión utilizados, antes que a la composición real del universo en Argentina, donde el diseño gráfico y la comunicación visual tienen históricamente mayor volumen de egresados/as y profesionales activos. De hecho, más allá de su titulación de origen, el campo predominante de desempeño es el diseño gráfico y la comunicación (380 respuestas), seguidos por servicios digitales/UX/Web (210), servicios estratégicos (145) e indumentaria/textil (110). Esto revela que parte importante de quienes se formaron en diseño industrial ejercen en campos vinculados a la comunicación y lo digital, lo que refleja la versatilidad de la formación así como la demanda diferencial del mercado laboral. En 2018, el sector textil era el principal empleador (27,7 %), seguido por alimentos y bebidas (18,4 %) y educación/investigación (18 %); el corrimiento hacia lo digital y la comunicación que muestra la edición 2026 es uno de los cambios más significativos entre ambas mediciones.

El 80 % de las personas encuestadas trabaja actualmente en diseño, aunque el 43 % se declara desempleado, dato que sugiere que una porción relevante del sector alterna períodos de trabajo con períodos de inactividad, en un contexto de alta informalidad y trabajo por proyecto. El 47 % trabajó en actividades de diseño en el último año. En términos de distribución territorial, la concentración en la zona centro del país se mantiene como tendencia estructural, con las provincias del norte y la Patagonia con una participación inferior al 4 % en cada caso.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área que releva datos	<i>Solo en 8 de 21 jurisdicciones. En algunos casos hubo relevamientos sin continuidad.</i>	<i>Buenos Aires, Chaco: mayor sistematicidad.</i>
Actualización de registros de agentes	<i>No se relevaron registros actualizados de estudios de diseño activos.</i>	<i>A nivel federal, el Observatorio de Diseño Argentino del INTI y UNRAf sirven de referencia.</i>
Indicadores de actividad disponibles	<i>Sin registros sistematizados por provincia. El SBD, Marca País y registros del INPI dan cuenta de que hay actividad en todo el país, con la mayor concentración en la zona centro.</i>	<i>Los registros muestran una marcada concentración en Buenos Aires y Santa Fe. Se destacan Misiones en el NEA, Tucumán en el NOA, Mendoza en Cuyo y La Pampa en la zona sur.</i>





Brechas y desigualdades identificadas

El principal desafío en este eje es el desarrollo de sistemas provinciales de información sobre el sector del diseño. Por ahora, solo dos provincias relevan la facturación de los servicios de diseño y solo una registra la cantidad de profesionales que reciben fondos públicos. Fortalecer estos sistemas permitiría conocer con mayor precisión el peso económico del sector en cada territorio.

Los indicadores nacionales disponibles –Sello de Buen Diseño Argentino, Marca País e INPI– permiten establecer comparaciones entre jurisdicciones y dan cuenta de que hay actividad en todo el territorio nacional. La mayor masa crítica se concentra en Buenos Aires, seguida por Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Misiones y Tucumán. Provincias como Santa Cruz, La Rioja y San Luis registran baja participación, lo que puede reflejar tanto un sector más débil como una menor articulación institucional federal.

Otra brecha identificada a partir de los relevamientos del INPI y el SBD es que la masa crítica de inscripciones en categorías vinculadas a manufacturas industriales es superior a los registros en alimentos procesados y en indumentaria, que son los sectores donde mayor actividad registraron los/as referentes de Cultura de las provincias.



Eje 3 Normativa y gobernanza

El marco institucional del diseño es heterogéneo. Aproximadamente la mitad de las jurisdicciones relevadas cuenta con algún área estatal que atiende la actividad del diseño. En la mayoría de los casos, se trata de áreas compartidas con otros sectores creativos o productivos, sin una dedicación específica al diseño. Otras provincias no cuentan actualmente con área estatal específica, aunque en casos como Tucumán o Santiago del Estero el diseño es atendido de manera transversal desde múltiples organismos. Las provincias con mayor nivel de institucionalización son Misiones, Mendoza, Buenos Aires, Chaco y Santa Fe, que aceleró el proceso en el último tiempo.

Misiones es la provincia con el marco institucional más sólido: Misiones Diseña (MiDi) funciona como institución provincial autónoma con respaldo en dos leyes provinciales específicas: la Ley VIII-Nº 89, que crea el Polo de Diseño, y la Ley VI-Nº 283, sobre Industrias Creativas Misioneras. MiDi ofrece de manera permanente pasantías con universidades de diseño, transferencia con alumnado de diseño gráfico, industrial e indumentaria, y cuenta con asesoría legal especializada en patentes disponible en forma gratuita y continua. A ello se suma la articulación con el sistema educativo, la participación en ferias internacionales de moda y una agenda permanente de capacitaciones y muestras.





Buenos Aires cuenta con la Dirección Provincial de Industrias Creativas y Economía de la Cultura, bajo la órbita del Instituto Cultural, con respaldo en la Ley Provincial de Cultura (N° 14.912) y la Ley de Promoción de Industrias Creativas, que reconoce al diseño como sector estratégico de la Economía del Conocimiento. Desde 2024, la Dirección impulsa mesas de diálogo con universidades, empresarios/as y emprendedores/as, contexto en el que también organizó una mesa de trabajo interministerial con Producción, Trabajo, Educación y el Banco Provincia.

Mendoza dispone de una Dirección de Industrias Creativas que articula eventos, programas de capacitación y el Programa Colección Identidad de manera sostenida.

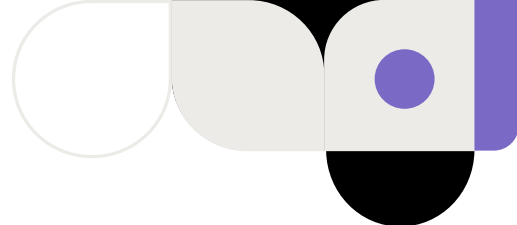
Chaco combina programas consolidados y una hoja de ruta de desarrollo sectorial en construcción. Los programas Chacú y VetaNoble, bajo la Subsecretaría de Emprendedurismo del Ministerio de Producción, integran asistencia técnica, financiera y comercial a sectores productivos clave como el textil y la madera. Ambos programas incorporan pasantías con universidades y talleres de transferencia. La provincia también viene desarrollando un plan de fortalecimiento sectorial que contempla la creación de una Mesa Provincial de Diseño interministerial, un Programa Provincial de Diseño con fondo anual, un Sello "Diseño Chaqueño" y un Observatorio Provincial de Diseño, con la elaboración de una Ley Provincial de Promoción del Diseño como objetivo de mediano plazo.

En Santa Fe, la ciudad de Rosario sancionó y promulgó en 2025 la Ordenanza Municipal N.º 10.844, que crea el Programa de Fomento al Diseño Local con ocho líneas de acción concretas: el Mapa de Diseño Local (catálogo digital georreferenciado de diseñadores, marcas y espacios); el Mes del Diseño Local con ferias, showrooms y capacitaciones anuales; campañas de fomento al consumo; rondas de negocios; espacios públicos de coworking y talleres; convenios con el Banco Municipal para crédito a tasas subsidiadas; Concurso Anual de Diseño; e internacionalización. La autoridad de aplicación es conjunta entre la Secretaría de Cultura y Educación y la Secretaría de Desarrollo Económico y Empleo, reflejo de una concepción transversal del diseño.

Muchas jurisdicciones todavía no cuentan con un área específica. En estos casos, el diseño se gestiona desde Cultura, Producción o Comunicación, sin presupuesto propio. Salta está en proceso de formación de un polo de diseño en el Museo Casa Arias Rengel. Jujuy tiene una estructura incipiente que depende de la Agencia de Comercialización y la Coordinación de Industrias Culturales, sin área formal consolidada. Entre Ríos y La Rioja comenzaron a formar una Dirección específica, mientras que Formosa amplió su atención al diseño con capacitación y promoción. La Pampa cuenta con amplia experiencia, con tres espacios físicos disponibles. Corrientes opera a través del Programa Provincial Sello Hecho en Corrientes del Ministerio de Industria. Chubut tiene una Dirección General de Industrias Culturales con un departamento compartido. Santiago del Estero distribuye la gestión del diseño entre la Secretaría de Ciencia y Tecnología, la Subsecretaría de Cultura y el Ministerio de Economía. Tucumán articula desde el IDEP, el Ente de Cultura y el Ente de Turismo para acciones puntuales.

Desde el punto de vista normativo, la situación es dispar. Misiones es, por ahora, la única provincia con legislación específica. En las demás jurisdicciones, la producción de diseño todavía no tiene reconocimiento legal como bien público. Buenos Aires, Catamarca y Tucumán articulan el diseño dentro de marcos más amplios de industrias culturales o innovación, mientras que La Rioja contempla el desarrollo del diseño en





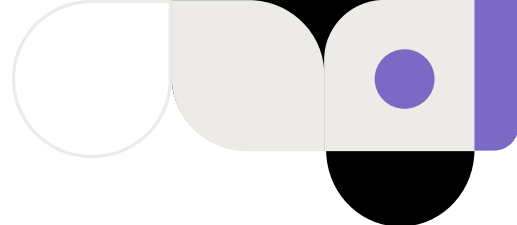
articulación con concursos y convocatorias desde la Secretaría de Culturas (Diseño Chaya, MIC) que dan visibilidad al sector.

La vinculación con los organismos nacionales es variable. Hay alta vinculación con el Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA) en 13 jurisdicciones y con el Plan Nacional de Diseño de la Subsecretaría PyME desde áreas de Cultura de 11 provincias. En muchos casos, la articulación con el Plan Nacional se realiza desde el área de Producción provincial y no de Cultura, lo que abre una oportunidad de articulación específica. En varios casos, estos vínculos se sostienen por el trabajo de los equipos técnicos provinciales, más que por convenios formales.

Los instrumentos de política activos más frecuentes son los programas de capacitación, los espacios de mercado y las reuniones sectoriales. Buenos Aires suma mesas interministeriales; San Juan articula pasantías rentadas con el gobierno provincial; Santiago del Estero opera a través del Nodo Tecnológico y el programa Santiago Crece con Vos. En casi la mitad de las jurisdicciones se ofrece asesoría legal en derechos de autor, certificaciones y legislación laboral desde distintos ámbitos y con amplitud temática: Buenos Aires (formaciones virtuales anuales), Jujuy (desde el Ministerio de Producción, sobre propiedad industrial y legislación laboral), Mendoza (Emprendoteca, con talleres de registro de marca), Corrientes (Ministerio de Industria), Entre Ríos (Secretaría de Cultura), Catamarca (Dirección) y Santiago del Estero (Secretaría de Ciencia y Tecnología; Consultorio Jurídico Gratuito). La asesoría en propiedad intelectual es uno de los servicios más valorados por el sector. Misiones se destaca por contar con asesoramiento especializado en patentes de acceso permanente y gratuito en MiDi.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área estatal específica	<i>Presente en casi la mitad de las provincias, en general en conjunto con otros sectores creativos.</i>	<i>Misiones: MiDi. Mendoza y Buenos Aires: Dirección IC. Chaco: Chacú y Veta Noble.</i>
Rango institucional	<i>Predominan áreas de rango medio (coordinaciones, programas, en su mayoría sin presupuesto propio.</i>	<i>Misiones: institución autónoma con presupuesto propio.</i>
Normativa vigente específica del sector	<i>Solo Misiones tiene legislación provincial específica de diseño.</i>	<i>Misiones: Ley VIII-Nº 89 (creación del Polo de Diseño) y Ley VI-Nº 283 (ley marco para las ICC).</i>
Espacios de diálogo / consejos sectoriales	<i>En algunas jurisdicciones se organizan encuentros periódicos, aunque sin institucionalización formal.</i>	<i>Entre Ríos: talleres, laboratorios y reuniones multisectoriales. La Rioja: Diseño Chaya y MIC como espacios de convocatoria. Salta: reuniones para creación de polo de diseño.</i>



Articulación con Nación y municipios	<i>Mayoritariamente con MICA y Plan Nacional de Diseño. La articulación con municipios es menos sistemática.</i>	<i>De las 21 relevadas, hay 13 jurisdicciones vinculadas al MICA y 11 al Plan Nacional de Diseño desde Cultura.</i>
Trabajo interministerial	<i>Incipiente. Algunas provincias articulan entre Cultura, Producción y Educación, aunque sin convenios formales.</i>	<i>Chaco: articulación del Instituto Chaqueño de Ciencia, Tecnología e Innovación (ICCTI) con Educación y Producción. Santiago del Estero: gobernanza transversal entre tres ministerios.</i>

Brechas y desigualdades identificadas

La legislación provincial específica es el principal desafío en el plano normativo. Entre los casos destacados, Misiones cuenta con una plataforma legal para sostener políticas de mediano plazo. A escala municipal, el avance más reciente es la Ordenanza Municipal N.º 10.844 de Rosario (Santa Fe), sancionada en noviembre de 2025 y promulgada en diciembre, que constituye uno de los marcos normativos más integrales para el diseño del país. La ordenanza crea un programa específico, establece instrumentos concretos, asigna autoridades de aplicación y prevé financiamiento a través del Banco Municipal, dando cuenta de que es posible legislar con especificidad sectorial desde el nivel municipal. Es una experiencia modelo para otras ciudades y provincias que busquen avanzar en esta dirección, ya que un marco legal específico permite dar a las políticas para el diseño una estabilidad independientemente de los cambios de gestión y de la ubicación del sector en la estructura del Estado.

El contraste más marcado se observa entre las provincias con mayor desarrollo institucional, como Misiones, Mendoza, Buenos Aires y Chaco, y aquellas cuyas políticas para el sector todavía están en una etapa inicial. En estas últimas, el diseño se sostiene principalmente gracias a la iniciativa privada y a las instituciones educativas, y aún no cuenta con un respaldo público sostenido.

Las áreas de Cultura abordan la gestión del diseño local principalmente desde la promoción, con especial énfasis en los eventos. A partir de esa base, existe la oportunidad de ampliar los proyectos que impulsan el diseño como herramienta de desarrollo y como industria cultural con impacto transversal.



Eje 4 **Financiamiento**

De las 21 jurisdicciones relevadas, ocho cuentan con algún tipo de apoyo financiero provincial que alcanza al sector del diseño. Sin embargo, en la mayoría de los casos no se trata de instrumentos de fomento exclusivos: el diseño accede a estos recursos a través de programas más amplios de emprendimiento, industrias creativas o innovación productiva, en los que puede ser beneficiario, aunque no es el destinatario principal.

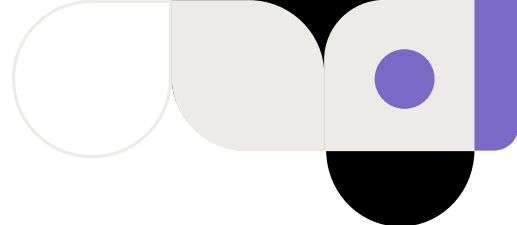
Los casos más estructurados son Catamarca (Ley de Promoción Económica N° 5238, créditos del Fondo Nacional de Desarrollo Productivo - FONDEP y de Producir MICE, del Ministerio de Industria, Comercio y Empleo); Entre Ríos (Innovatech, Programa Emprender y financiamiento verde con el CFI); Chaco (Chacú, VetaNoble y el ICCTI); Corrientes (créditos del Instituto de Fomento Empresarial - IFE, el CFI, el Fondo de Desarrollo Industrial - FODIN y el Fideicomiso de Desarrollo de Corrientes - FIDECOR); y Santiago del Estero (Programa INCUBAR, Plan Santiago Productivo y articulaciones con el CFI). Jujuy ofrece líneas del Consejo de la Microempresa para herramientas y maquinaria; Salta cuenta con el Fondo Ciudadano de Desarrollo Cultural para diseño gráfico, textil y editorial; y San Juan articula subsidios y préstamos a través del Ministerio de Producción. Santa Fe canaliza apoyo a través del programa Espacio Santafesino y, a escala municipal, la Ordenanza N.º 10.844 de Rosario establece convenios con el Banco Municipal para líneas de crédito para diseñadores con tasas subsidiadas. Mendoza y Misiones no cuentan con financiamiento directo al sector desde Cultura, aunque Misiones sustenta el MiDi con presupuesto propio.

El apoyo no monetario –cesión de espacios, acompañamiento comunicacional, declaraciones de interés– es la forma de fomento más extendida. Las becas y los premios específicos son los instrumentos más escasos, aunque Catamarca (Poncho Diseño), Entre Ríos (Instituto Becario) y Santiago del Estero (Becas Manuel Belgrano y Diseño Argentino) reportan instrumentos con apoyo económico concreto. En Buenos Aires, el área de Producción cuenta con líneas de financiamiento específicas para el diseño, y desde Cultura se planifican concursos para proyectos emergentes que todavía no se implementaron.

En síntesis, el financiamiento al diseño desde las políticas provinciales es la dimensión más débil del diagnóstico. La mayoría de las jurisdicciones no cuenta con programas específicos y el diseño queda subsumido en instrumentos de política económica general. La desconexión entre los espacios de financiamiento –habitualmente en áreas de Producción o Economía– y los organismos que promueven el diseño desde Cultura limita el acceso real del sector a los recursos disponibles. Desarrollar instrumentos de fomento sectorial propios –becas, concursos con premio económico, líneas de crédito específicas– articulados entre Cultura, Producción e Innovación es uno de los desafíos más urgentes para la consolidación del ecosistema de diseño en las provincias.

La existencia de fondos privados para el fomento de la actividad es baja: solo Buenos Aires destaca el Premio Peabody al Diseño Argentino como iniciativa privada con alcance federal.





Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Líneas de financiamiento público específicas	<i>Escasas y generalmente no exclusivas del diseño. Se insertan en programas de emprendedurismo e innovación.</i>	<i>Catamarca (Ley N° 5238, FONDEP, MICE). Entre Ríos (Innovatech, Emprender, CFI). Chaco (Chacú, VetaNoble, ICCTI). Santa Fe (Espacio Santafesino).</i>
Concursos / becas / premios	<i>Presentes en pocas jurisdicciones. En su mayoría orientados a emprendimientos creativos en general.</i>	<i>Catamarca: premiación Poncho Diseño. Entre Ríos: Instituto Becario. Santiago del Estero: becas Manuel Belgrano y Diseño Argentino.</i>
Apoyo no monetario	<i>Más frecuente, con declaraciones de interés, cesión de espacios y comunicación institucional.</i>	<i>Mendoza: apoyo comunicacional y logístico en Comecoco. Misiones: MiDi como espacio de trabajo permanente. Tierra del Fuego: aportes por proyectos.</i>
Créditos o instrumentos financieros	<i>Poco frecuentes y de baja especificidad sectorial. Se accede a través de instrumentos generales de economía.</i>	<i>Entre Ríos: CFI (Producción Regional Exportable, créditos productivos). Corrientes: IFE, FODIN, FIDECOR.</i>
Mecanismos de inversión privada / mecenazgo	<i>No hay desarrollo de filantropía o mecenazgo privado orientado al diseño.</i>	<i>Buenos Aires: Premio Peabody al Diseño Argentino (de la empresa Goldmund S.A.).</i>
Transparencia e información sobre inversión pública	<i>La mayoría no cuenta con datos sobre el presupuesto asignado al sector.</i>	<i>Buenos Aires: catálogo FINDE con información pública.</i>

Brechas y desigualdades identificadas

El principal desafío en este eje es desarrollar instrumentos de financiamiento específicos para el diseño, que todavía no existen en la mayor parte de las jurisdicciones. Aquellas con mayor desarrollo desde Cultura (Mendoza, Entre Ríos, Buenos Aires, Misiones y Chaco) ofrecen algún tipo de apoyo financiero, aunque frecuentemente canalizado desde áreas de producción económica y no desde Cultura.

En las provincias con menor disponibilidad de recursos, predomina el fomento no monetario. Este tipo de apoyo tiene un valor simbólico e institucional importante, aunque por sí solo no alcanza para garantizar la sostenibilidad del sector. Por otra parte, todavía es incipiente la articulación entre las áreas que financian, como Producción o los ministerios de Economía, y los organismos que promueven el diseño desde Cultura, lo que dificulta el acceso a los instrumentos disponibles.





Las acciones de este eje se concentran sobre todo en la promoción. Integrar un enfoque orientado a la producción permitiría fortalecer el desarrollo integral del sector.



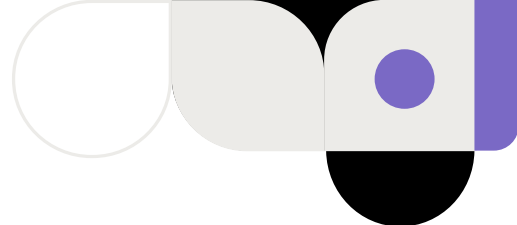
Eje 5 Internacionalización

La inserción internacional del sector es limitada y está concentrada en pocas provincias. La mayoría de las áreas de Cultura no cuenta con políticas de internacionalización específicas para el diseño, y la participación en instancias internacionales –ferias, congresos, residencias, mercados– ocurre principalmente a través de iniciativas individuales o de programas nacionales. Varias provincias (Chaco, Santa Fe, Tucumán, San Juan, Corrientes, Tierra del Fuego y Santiago del Estero) incluyen la internacionalización como eje de sus agendas o planes sectoriales, aunque todavía no definieron mecanismos para implementarla.

Las provincias con presencia en instancias internacionales son Misiones, Catamarca, Entre Ríos, Buenos Aires, Santiago del Estero y Tucumán. Misiones es un caso destacado: alrededor del 90 % de sus empresas exportadoras tiene departamentos internos de diseño y en 2025 sus emprendedores/as participaron en la Madrid Fashion Week y la Milán Fashion Week, además de su cercanía a mercados limítrofes. Catamarca sobresale por la trayectoria y el reconocimiento internacional de diseñadores locales como Cristián Mohaded y por la misión institucional a Italia en 2024 con encuentros vinculados a la firma Loro Piana y el sector textil de alta gama, enmarcada en el programa UNESCO de la Ruta del Telar. Entre Ríos reporta el caso concreto de Romu Atelier, de Valle María, que participó en la feria La Coterie de Nueva York, y ofrece el Programa Horizonte Exportador, CFI y Potencia PyMEX como instrumentos activos. Buenos Aires se apoya en la Dirección Provincial de Promoción de Inversiones y Comercio Exterior y en el Festival Trimarchi, de gestión privada y proyección regional. Santiago del Estero organiza la Smart City Expo en articulación con Fira Barcelona, con participación internacional de especialistas y empresas. Tucumán suma el FePI 2025 con convocatoria internacional a creativos de todo el mundo, la participación de Natalia Orozco (Alkimia Textil Ancestral) en el Iconic Runway de Lima –con acceso a New York Fashion Week– y el primer premio internacional Inspireli Awards obtenido por estudiantes de la FAU-UNT en 2025, en un concurso con más de 1.500 propuestas de 70 países. La Pampa cuenta con el Programa I-COMEX, de la Agencia La Pampa de Inversiones y Comercio Exterior, que ofrece reintegros de hasta el 50-70 % para empresas lideradas por mujeres en ferias y misiones internacionales, siendo uno de los instrumentos más concretos en materia de apoyo financiero a la internacionalización.

La Ordenanza Municipal N.º 10.844 de Rosario (2025) incorpora la internacionalización como eje formal en Santa Fe, aunque su implementación aún no está reglamentada; y Chaco la incluye en un plan sectorial en desarrollo, pero aún no están definidos los mecanismos de ejecución. Corrientes articula con el Instituto de Fomento Empresarial y el Programa de Promoción de Inversiones y Exportación 2026 con el CFI, pero aún no cuenta con datos sectoriales de diseño.





En la mayoría de los casos, el apoyo a la internacionalización se da de manera puntual y todavía no responde a una estrategia sostenida. Los convenios bilaterales con organismos internacionales (Mercosur, UNESCO, Banco Interamericano de Desarrollo - BID, Organización de Estados Iberoamericanos - OEI) están presentes en Entre Ríos, Catamarca, Santiago del Estero, Tucumán, San Luis y Santa Cruz, aunque en general no tienen orientación específica hacia el diseño. Entre los instrumentos más concretos, se destacan el Programa I-COMEX de La Pampa (reintegros de hasta 70 % en ferias internacionales), el Programa Horizonte Exportador y CFI de Entre Ríos, el apoyo de Fundación ProSalta para empresas exportables en Salta, y el IDEP de Tucumán con misiones comerciales, asistencia técnica y participación en rondas de negocios internacionales.

En cuanto a los datos sobre exportación de servicios de diseño, la información disponible aún es fragmentaria. Salta ofrece apoyo a través de Fundación ProSalta para empresas con producto exportable (aunque no en específico para el diseño como industria creativa); Formosa exporta a Paraguay a través de sus programas de fomento al desarrollo textil (Fontex) y de desarrollo de polos textiles (Pontex), con departamentos internos de diseño y un estimado de un 5 % de sus estudios trabajando para clientes del exterior; y San Luis reconoce un 10 % de diseñadores/as con clientes externos. Otras estimaciones disponibles son las de Entre Ríos (entre 10 % y 60 % según disciplina, siendo el diseño digital y web el de mayor inserción externa) y Misiones (3 %). En general, sin embargo, estas cifras son estimaciones y deben leerse como una aproximación, ya que no se dispone de datos sistematizados.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Programas provinciales de promoción internacional	<i>Todavía escasos y no específicos para el diseño. Suelen formar parte de programas más amplios de exportación e innovación.</i>	<i>Entre Ríos: Programa Horizonte Exportador, CFI, Potencia PyMEX. La Pampa: I-COMEX con reintegros de hasta 70 %.</i>
Participación en ferias / mercados con apoyo estatal	<i>La mayoría de las participaciones internacionales son autogestionadas o a través de programas nacionales.</i>	<i>Misiones: Madrid y Milán Fashion Week 2025. Catamarca: misión a Italia 2024. Entre Ríos: La Coterie (Nueva York).</i>
Materiales e instrumentos para mercados internacionales	<i>Pocas jurisdicciones cuentan con catálogos o materiales en otros idiomas.</i>	<i>Entre Ríos: materiales digitales sectoriales. Buenos Aires: catálogo FINDE digital.</i>
Intercambios / residencias / cooperación	<i>Poco desarrollados. En general, ocurren por iniciativa individual e informal.</i>	<i>Misiones: diseñadores en residencias internacionales.</i>

Brechas y desigualdades identificadas

La brecha de internacionalización es de las más pronunciadas del diagnóstico. Esto se explica, en buena medida, porque todavía es incipiente la articulación de las áreas de Cultura con otras áreas provinciales o





nacionales, y con los actores privados vinculados a la promoción internacional. Buenos Aires, Entre Ríos, Tucumán y Misiones reúnen condiciones favorables para la proyección internacional del sector, como ecosistemas en formación, articulación con programas nacionales y masa crítica de empresas exportadoras. En cambio, en la mayoría de las jurisdicciones, el acceso a mercados externos depende principalmente de la iniciativa de profesionales y empresas del diseño.

La mayoría de las jurisdicciones reconoce el interés y la necesidad de promover la internacionalización del sector, aunque son pocas las que ya cuentan con programas de trabajo para llevarla adelante. La ausencia de datos sistematizados sobre la actividad exportadora del sector –como porcentajes de estudios con clientes externos o volúmenes de exportaciones de servicios– es un obstáculo adicional, ya que impide dimensionar el potencial exportador y evidenciar la necesidad de políticas de apoyo. Los programas nacionales son hoy el principal canal de internacionalización del sector. Sumar instrumentos provinciales que los complementen permitiría dar continuidad a estas acciones, independientemente de los cambios de gestión.



Eje 6 **Formación**

La oferta de formación en diseño es el eje más consolidado del diagnóstico, aunque todavía presenta diferencias entre territorios. La mayoría de las provincias cuenta con formación terciaria o universitaria en alguna disciplina del diseño, siendo el gráfico la carrera con mayor distribución. Sin embargo, la calidad, la diversidad y el alcance territorial de esa oferta varían considerablemente: mientras algunas jurisdicciones cuentan con ecosistemas robustos de universidades públicas y privadas, institutos superiores, investigación académica y posgrados, en otras todavía la oferta es acotada.

Mendoza se destaca por su oferta formativa diversificada: la Facultad de Artes y Diseño de la UNCuyo alberga la primera carrera de diseño de Argentina y Sudamérica, creada oficialmente en 1958, y ofrece diseño gráfico, industrial, escenográfico, multimedial y de indumentaria. La primera diseñadora graduada del país egresó de esa facultad el 24 de octubre de 1966, fecha que se celebra como el Día del Diseñador en Argentina. La matrícula estimada supera los 2000 estudiantes activos entre sus orientaciones. La provincia cuenta además con oferta privada en las universidades Champagnat, Congreso, Maza y de Mendoza, y al menos cuatro institutos de educación superior gratuitos provinciales.

Buenos Aires presenta la oferta formativa más extensa del país, con al menos 20 facultades con carreras de diseño –entre ellas la UNLP, pionera en Diseño en Comunicación Visual y Diseño Industrial, UNNOBA, UNLZ, UNDAV, UNLa y la Universidad Provincial del Sudoeste– y más de 52 carreras de validez federal. Además de 267 escuelas técnicas con especialidades vinculadas al diseño y más de 70 escuelas secundarias con orientación en artes visuales. A nivel de posgrados en diseño, la UNLP y la UNNOBA ofrecen maestrías.





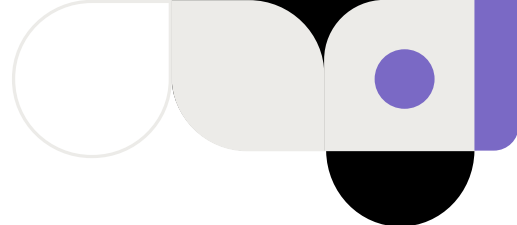
Santa Fe tiene una oferta universitaria robusta en las universidades públicas UNL y UNR, con carreras de diseño gráfico, industrial e indumentaria. La UNR incorporó en 2019 la licenciatura en Diseño Industrial y en 2023 las de Diseño de Indumentaria y Textil (con 1019 personas inscriptas en su primer año) y Diseño Gráfico (con récord de 1274 inscripciones en 2024), evidenciando una demanda creciente que está consolidando a Rosario como polo formativo de relevancia. En sus 13 años, la Escuela de Diseño de Indumentaria y Producción Textil capacitó a más de 10.000 personas. Chaco reporta 10 facultades o institutos y 6 carreras de diseño, siendo una de las provincias con mayor trayectoria formativa del NEA, con inicio en 1956. San Juan cuenta con la UNSJ-FAUD (arquitectura desde 1983, diseño industrial y gráfico desde 2000) y Universidad Siglo 21, con pasantías rentadas articuladas con el gobierno provincial. Salta tiene UCASAL, UNSA y la Escuela de Arte Tomás Cabrera, con 5 carreras, 97 egresados anuales y 853 estudiantes activos. Santiago del Estero ofrece diseño industrial (UNSE, desde 2012, con 400-500 alumnos/as activos), gráfico (UCSE, desde 1994) e indumentaria (Instituto Roberto Piazza). Misiones reporta 4 universidades (UCSF, UGD, UCP y UNaM, donde diseño gráfico data de 1993) con 12 títulos distintos entre licenciaturas y tecnicaturas, alrededor de 900 egresados/as históricos y 300 estudiantes activos.

Tucumán cuenta con la UNT (Tecnicatura en Diseño de Indumentaria y Textil, Diseño de Interiores y Equipamiento desde 1995), la Universidad San Pablo-T (Diseño Industrial y Diseño Textil e Indumentaria desde 2007) y la UNSTA (Diseño Gráfico y Multimedial), con 3 facultades y carreras que combinan oferta pública y privada. Corrientes tiene 4 instituciones y 12 carreras entre grado y pregrado, incluyendo Diseño Industrial en la UNNE (desde 2023), Diseño de Imagen Sonido y Multimedia en la FADyCC y oferta privada en la UCP. Entre Ríos, con oferta pública desde 2000, concentra su formación en Paraná (UADER, UNER, UCA), Gualeguaychú y Concepción del Uruguay, con entre 180 y 240 egresados/as anuales y 3000 estudiantes activos. La Rioja cuenta con la UNLaR (Licenciatura en Diseño y Producción Multimedial, desde 2013), Universidad Siglo 21 y el ISAC (Tecnicatura en Diseño Gráfico, desde 1995). Río Negro tiene instituciones con oferta en diseño gráfico, visual, indumentaria, interiores e industrial, incluyendo la UNRN y la Universidad de las Flores.

San Luis ofrece la Tecnicatura y Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual (UNSL) y la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual (UCCuyo), con inicio en 1973. Formosa tiene oferta muy reciente, a través de la Universidad de la Cuenca del Plata (desde 2020) y el Instituto Superior de Arte Albertazzi, con formación básica de costura en escuelas secundarias como aproximación inicial. Tierra del Fuego cuenta con una tecnicatura terciaria en diseño gráfico desde 2004 (CENT 35). Catamarca tiene la Tecnicatura en Diseño Gráfico del Instituto Superior Hood, la carrera de Arquitectura en la UNCA y la Escuela Pública de Orfebrería, sin carreras universitarias específicas de diseño. En Jujuy y La Pampa todavía no hay formación universitaria en diseño disponible, aunque en Jujuy algunas escuelas secundarias privadas ya incluyen la asignatura de diseño gráfico, lo que constituye un primer acercamiento a la disciplina. En Santa Cruz, por su parte, aún no se registra oferta formativa oficial.

La vinculación entre la oferta formativa y el sector productivo es aún incipiente en la mayoría de las provincias. Los casos más concretos son San Juan –con pasantías rentadas entre la UNSJ-FAUD y el Ministerio de Turismo, Cultura y Deportes–, Misiones –con actividades permanentes de vinculación en MiDi– y Buenos Aires –con el programa de incubación de juegos de mesa y las formaciones gratuitas del Instituto Cultural–. Santiago del Estero articula con la UNSE y la UCSE a través del Nodo Tecnológico y el Programa Santiago Crece





con Vos. Chaco vincula pasantes de diseño gráfico, industrial e indumentaria con sus programas Chacú y VetaNoble. Los datos sobre egresados/as y estudiantes todavía son parciales: Salta (97 egresados, 853 estudiantes), Entre Ríos (180-240 egresados, 3000 estudiantes) y Misiones (900 egresados históricos, 300 activos) cuentan con registros relativamente sistematizados.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Oferta de formación oficial (niveles y disciplinas)	<i>Predomina el nivel terciario/universitario. El diseño gráfico es la carrera más extendida. Algunas provincias suman oferta en diseño industrial y de indumentaria.</i>	<i>Mendoza: FAD-UNCuyo, 1958, 10 carreras. Buenos Aires: 52 carreras. Santa Fe: UNL, UNR. Chaco: 10 facultades. San Juan: UNSJ-FAUD.</i>
Distribución territorial de la oferta formal	<i>Concentrada en capitales provinciales y ciudades universitarias.</i>	<i>Buenos Aires y Santa Fe tienen mayor distribución geográfica.</i>
Programas estatales de capacitación	<i>Presentes en pocas jurisdicciones, generalmente articulados desde áreas de Cultura o Producción.</i>	<i>Misiones: MiDi. Entre Ríos: laboratorios IC. Mendoza: Programa Colección Identidad. Buenos Aires: cursos gratuitos anuales.</i>
Formación no formal / comunitaria	<i>En la mayoría de los casos no se registran espacios de formación no oficial.</i>	<i>Formosa: cursos de costura básica en escuelas secundarias.</i>
Becas / certificaciones / profesionalización	<i>Aún limitadas y no específicas de diseño.</i>	<i>Entre Ríos: Instituto Becario. San Juan: pasantías con el gobierno provincial. Santiago del Estero: becas Diseño Argentino.</i>
Vínculo con universidades e investigación	<i>Aún baja. Pocos espacios formales de transferencia entre academia y sector.</i>	<i>Mendoza: UNCuyo como actor central del ecosistema. San Juan: UNSJ-FAUD con pasantías gubernamentales. Misiones: UNaM como articuladora de MiDi.</i>

Brechas y desigualdades identificadas

La principal brecha relevante es la concentración geográfica de la oferta educativa en las capitales provinciales. Además, en las provincias que todavía no cuentan con formación universitaria u oficial en diseño, quienes desean estudiar suelen trasladarse a otras provincias, lo que dificulta luego su inserción profesional en el lugar de origen. Contar con registros de personas egresadas y con un seguimiento de sus trayectorias permitiría conocer con mayor precisión el impacto de la formación en el mercado laboral local. La





incorporación del diseño en las primeras etapas de la educación, como la formación técnica o los niveles iniciales, es otra oportunidad para ampliar el impacto del sector, ya que por ahora hay poca información y pocas acciones en este campo.

Otro desafío es fortalecer la articulación entre los sectores productivo, cultural y académico. Por ejemplo, casi todas las provincias identificaron el diseño de indumentaria y textil como su principal rubro productivo, aunque la formación superior se concentra mayormente en otras disciplinas.

Síntesis federal del sector

Fortalezas

- Actividad de diseño extendida en todos los territorios, con especificidades culturales que atraviesan sectores, actores y tecnologías propias de cada lugar.
- Fuerte impacto económico y cultural.
- Experiencias provinciales innovadoras que sirven de modelo. Misiones, Mendoza, Chaco y Buenos Aires desarrollaron iniciativas que combinan formación, circulación, financiamiento y articulación sectorial de manera integrada. Son modelos replicables o adaptables a otras jurisdicciones.
- La vinculación del diseño con sectores como la indumentaria, la gastronomía, el mobiliario, los productos digitales y los alimentos procesados es reconocida en la mayoría de las provincias como una fortaleza estratégica. Esta transversalidad del diseño como insumo productivo facilita la articulación intersectorial de políticas.
- Consolidación de asociaciones y organismos intermedios. Aunque aún minoritaria, la existencia de asociaciones profesionales en varias provincias –ADIMZA y APDM en Mendoza, ADIPA en La Pampa, EDAF en Formosa, Colegio de Diseñadores en Misiones y Tucumán– marca una tendencia hacia la organización del sector, que puede ser fortalecida con políticas de fomento al asociativismo.

Principales desafíos y brechas

- Generar áreas específicas que lleven la agenda de diseño. Crear o fortalecer áreas estatales específicas con mandato, presupuesto y equipo técnico propio. El relevamiento muestra que las





provincias con mayor desarrollo sectorial son aquellas que cuentan con áreas de diseño con identidad institucional propia.

- Ampliar la gestión del diseño más allá del emprendedurismo, para incluir a los proveedores de servicios de diseño y a las pymes en las que el diseño es un motor de su propuesta de valor en términos culturales, productivos y comerciales.
- Promover el asociativismo e impulsar redes que ayuden a articular el sector privado con el académico desde la acción pública.
- Revisar cadenas de valor donde la provincia tiene impacto cultural y económico para ampliar la agenda hacia otros sectores; sin subestimar el textil, ampliar a alimentos y productos digitales.
- Posibilidad de articular desde Cultura con otras áreas provinciales, nacionales y privadas vinculadas a la promoción, producción, financiación e internacionalización del diseño local.
- Desarrollar instrumentos de financiamiento sectorial propios. Las provincias podrían diseñar líneas de fomento específicas –becas, subsidios a la producción, concursos con premio económico– diferenciadas de los programas generales de emprendedurismo y articuladas con las áreas de Cultura, Producción e Innovación, incluyendo contenidos de gestión del diseño y la innovación para ayudar a que los proyectos escalen.
- Promover programas integrales desde las industrias culturales para articular la promoción con la producción.

Experiencias provinciales destacadas

Misiones: Misiones Diseña (MiDi)

El programa MiDi combina un espacio físico de trabajo colaborativo con laboratorios sectoriales –incluyendo asesoría legal especializada en patentes–, articulación con el sistema educativo, participación en ferias internacionales de moda (Madrid Fashion Week, Milán Fashion Week 2025) y marcos normativos propios (Ley VIII-Nº 89 y Ley VI-Nº 283). Es un caso de referencia por su modelo de gestión, con estructura propia y presupuesto definido.

Mendoza: Industrias Creativas

La provincia cuenta con una oferta formativa en diseño diversificada, articulada en torno a la Facultad de Artes y Diseño de la UNCuyo –una de las más antiguas del continente– y complementada por universidades





privadas. La Dirección de Industrias Creativas organiza Comecoco, un evento (seis ediciones, 1.000-1.500 asistentes) que opera como espacio de encuentro entre diseñadores, empresas y el Estado. El programa Colección Identidad complementa la oferta con un espacio de creación, muestra y catálogo.

Chaco: Chacú y Veta Noble

La provincia identificó potencial a partir de recursos locales como la madera y el algodón, y desarrolló dos programas consolidados para aportar valor desde el diseño: Chacú y Veta Noble, impactando con asistencias técnicas, financiamiento y herramientas de promoción de modo sistematizado y estratégico que favorece el escalamiento de estas cadenas de valor.





Encuentro Federal
de Industrias
Culturales y Creativas



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES

