

EL VALOR ESTRATÉGICO DEL DISEÑO INDUSTRIAL

Plan del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo para apoyar el diseño en las empresas españolas

El diseño industrial, que aborda e integra los aspectos formales, funcionales y fabriles de la creación de bienes manufacturados, es uno de los instrumentos fundamentales de toda política de producto basada en la innovación, la diferenciación y la relación calidad/precio.

En efecto:

El diseño es directamente responsable de las características simbólicas de los bienes, y permite determinar las cualidades de innovación y diferenciación que los diversos grupos de usuarios demandan de cada producto.

La influencia del diseño sobre las características funcionales o utilitarias de los bienes es esencial en el establecimiento de su calidad y prestaciones, así como de los costes ambientales ligados a su utilización.

La racionalización de los procesos productivos alcanzable a través del perfeccionamiento del diseño resulta decisiva en la determinación del precio, y permite reducir los costes del proceso productivo.

La conjunción de estos factores sitúa al diseño industrial en estrecha asociación con el desarrollo tecnológico - en el centro del nuevo concepto de competitividad integral que se está abriendo paso en los años noventa; aquel que sintetiza los grados de eficiencia y de excelencia alcanzados por el producto, por su proceso productivo, y por las relaciones de ambos con su entorno socio-cultural y medioambiental.

El continuo perfeccionamiento de estos tres elementos es la única base sobre la que puede mantenerse a largo plazo la prosperidad de un sistema



En el seno del sistema productivo se observa una dificultad de entendimiento entre la oferta y la demanda de servicios de diseño.

27

industrial avanzado, y con ella, la remuneración satisfactoria de los factores de producción. La capacidad de generación de diseño se está convirtiendo, por consiguiente, en una variable estratégica de primer orden en la conducción de toda política industrial.

La promoción institucional del diseño en España

Cuando, a principios de los años ochenta, se abordaron decididamente las políticas de reconversión y reindustrialización, los déficits acumulados en materia de diseño se hicieron patentes de

4 racionalización de los procesos productivos alcanzable a través del perfeccionamiento del diseño resulta decisiva en la determinación del precio, y permite reducir los costes del proceso productivo.

inmediato en los productos de consumo más dependientes de los aspectos formales para su comercialización. Por esta razón, y salvando algunas iniciativas aisladas anteriores, la primera respuesta institucional de cierta envergadura a las nuevas condiciones de los mercados de bienes de consumo se planteó en el sector textil, y se materializó en el Plan de Promoción de Diseño y Moda de 1985-88.

Para gestionar el PPDM, que canalizó recursos públicos por valor de 5.600 Millones de Pts, se creó el Centro de Diseño y Moda. El Plan aborda la promoción del diseño y, en general, de los intangibles en el sector textil, en dos frentes:

En el seno de la industria, apoyando las actividades de diseño entendidas en sentido amplio, con una especial orientación hacia el diseño formal y de imagen, propia de la moda. En el conjunto de la sociedad, desarrollando actividades de sensibilización para potenciar la demanda de productos cualificados, diferenciados e innovadores.

La buena acogida registrada por el PPDM determinó en 1988 la ampliación de las actuaciones de promoción institucional a otros sectores de manufactura, en el marco del Plan de Promoción de Diseño, Calidad, y Moda de 1988, cuya vigencia se extiende hasta el 31 de Diciembre de 1991. El PPDCM, que está siendo gestionado por el CDM y por el IMPI, extiende las acciones de promoción institucional a una amplia gama de aspectos de diseño, cualificación tecnológica, control de calidad, imagen, comunicación, y comercialización. En el período 1989-90 ha canalizado recursos públicos por valor de 6.865 Millones de Pts.

La situación actual del diseño en España

Pese a su dimensión económica relativamente modesta, ambos planes de promoción, jugando a favor de las corrientes culturales y económicas dominantes en España y, en general, en la Europa de la reestructuración y la reactivación económica de los años ochenta, han contribuido de modo no desdeñable a revalorizar el interés por el diseño en la industria y en la sociedad españolas. Sin embargo, y pese a estos innegables avances, los déficits de la industria española en materia de diseño industrial continúan siendo considerables.

- Las dificultades que persisten para desbloquear la difusión del diseño en la industria, conducen a la existencia de una minoría de empresas aceptablemente cualificadas y una mayoría que está al margen de las cuestiones de diseño.

- Existe un número limitado de buenos profesionales y de equipos integrados cuyo nivel es homologable con el de países más avanzados, pero también existe una considerable carencia de profesionales sólidamente formados y capacitados para integrarse en el mundo empresarial.

- En el seno del sistema productivo se observa una dificultad de entendimiento entre la oferta y la demanda de servicios de diseño.

Los centros públicos de promoción del diseño, aunque han conocido una notable expansión en los últimos años, todavía cubren más que parcialmente las necesidades de la industria del país. En cualquier caso, las infraestructuras públicas no pueden ni deben sustituir al sector de Servicios de Diseño en el suministro generalizado de este tipo de apoyo al Sector Industrial, sino facilitar el establecimiento de relaciones fluidas y eficientes entre ambos.

La situación descrita exige incrementar y, en ciertos aspectos, reorientar los esfuerzos institucionales en la promoción del diseño. A estas necesidades pretender responder al nuevo Plan de Promoción del Diseño Industrial.

Objetivos del plan

El nuevo Plan debe asegurar la continuidad de la política de promoción del diseño de anteriores Planes, así como la consolidación de sus resultados, aunque en la próxima etapa la atención tenderá a concentrarse en los aspectos funcionales y productivos del diseño.

Los objetivos genéricos del PPDI son los siguientes:

Aumentar la competitividad de las PME industriales españolas, facilitando la incorporación del diseño profesional al conjunto de la industria manufacturera.

Promover de forma amplia la capacidad de innovación de las PME mediante la generalización y el fomento del diseño en la gestión empresarial y el desarrollo de nuevos productos.

Favorecer la consolidación y la difusión exterior de un modelo diferenciado de Diseño Español, centrado en la fusión de elementos formales y funcionales de calidad.

Los objetivos concretos del Plan son los siguientes:

- Ampliar sustancialmente el número de empresas que utilicen el diseño en sus estrategias de desarrollo.

- Consolidar el desarrollo de las marcas y gamas de productos industriales más avanzadas de los sectores con mayor predominio de PME.

- Ampliar y coordinar las infraestructuras públicas de apoyo al diseño industrial, tanto en el ámbito nacional, con la creación del Centro del Diseño Industrial, como en el ámbito autonómico.

- Promover la consolidación de un sector español de Servicios de Diseño, mediante la profesionalización y especialización de equipos y grupos multidisciplinarios en el ámbito del diseño.

Proporcionar a todos los agentes sociales (empresarios, trabajadores, distribuidores, consumidores, administración) la capacidad de reconocer el valor incorporado a los bienes del diseño de calidad, y su papel en la innovación de productos.

- Promover en el exterior acciones que contemplen la par-

ticipación directa del diseño y los diseñadores españoles, en colaboración con empresas o entidades extranjeras, así como en el marco de programas comunitarios.

Estructura del Plan

El PPDI será de aplicación horizontal en el ámbito nacional. Podrán beneficiarse de las ayudas previstas en el PPDI las PME industriales o de ciertos servicios a la producción, así como profesionales, equipos técnicos y entidades sin ánimo de lucro que desempeñen en España actividades que requieran o tengan relación con el diseño industrial. El horizonte temporal del PPDI es de cuatro años, de 1992 a 1995. El espectro de temas concretos susceptibles de recibir apoyos en el marco del PPDI cubre la totalidad de las actividades que se encuadran bajo el concepto del diseño:

- Diseño de Productos
- Diseño de Envase y Embalaje
- Diseño Gráfico
- Diseño de Indumentaria y Moda
- Diseño del Entorno, en temas muy específicos

Las actuaciones concretas del PPDI se ordenan en 8 Programas especializados, que se potencian mutuamente entre sí, y que se proyectan sobre cuatro grandes áreas de actuación diferenciadas, aunque estrechamente relacionadas:

- A.- Área de empresas industriales
 - B.- Área de servicios a empresas
 - C.- Área de formación
 - C.- Área de promoción
- La primera de ellas es la que constituye el objetivo central del Plan. Los restantes programas promueven el reforzamiento indirecto del sector industrial en materia de diseño, y persiguen la atracción de recursos de diferentes fuentes con este fin.

Existe un número limitado de buenos profesionales y de equipos integrados cuyo nivel es homologable con el de países más avanzados, pero también existe una considerable carencia de profesionales sólidamente formados y capacitados para integrarse en el mundo empresarial.

Programas de actuación

A.- Área de Empresas Industriales

Cubre los programas destinados a conseguir la incorporación, desarrollo e Integración del diseño en las actividades empresariales. Incluye los siguientes programas:

- Programa 1: Incorporación del diseño a empresas sin experiencia profesional anterior de diseño profesional.
- Programa 2: Consolidación del proceso de diseño en empresas que disponen de cualificación previa.

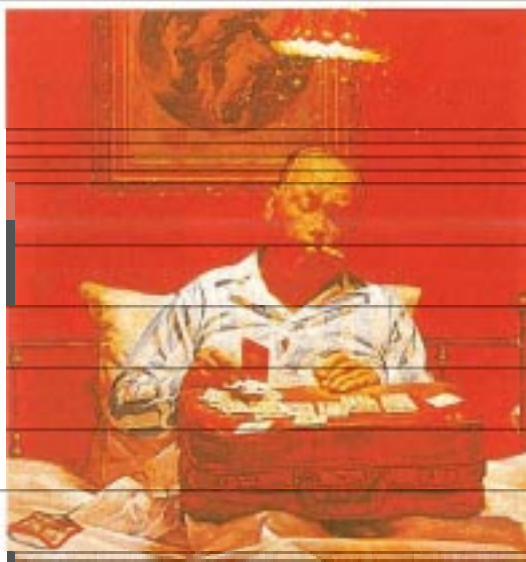
B.- Área de Servicios a Empresas

Recoge los programas destinados a promover y consolidar centros de promoción e investigación sobre diseño así como a perfeccionar la oferta de servicios de diseño en la esfera privada. Incluye los siguientes programas:

- Programa 3: Desarrollo de la infraestructura y de servicios colectivos de diseño industrial.
- Programa 4: Apoyo a la creación de equipos integrados y empresas de servicios de diseño industrial.

C.- Área de Formación

Agrupar los programas basados en acciones docentes y de cualificación profesional impartidas de modo regular, con el



Creación del centro de promoción del diseño industrial

El PPDI pretende lograr un salto cualitativo en la promoción institucional del diseño en España. Los objetivos que se fija son calculadamente ambiciosos, y para alcanzarlos parece necesario contar con un instrumento de gestión ágil y altamente cualificado. Con esta finalidad se plantea la creación del CDI-CDM.

El Centro de Diseño deberá ser un Ente Público integrado por el Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Industrial (IMPI), el Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) y el Instituto de Comercio Exterior (ICEX). El nuevo Centro incorporaría los recursos humanos y materiales actualmente adscritos al CDM, así como sus derechos y obligaciones. Ello le permitiría aprovechar las experiencias acumuladas por el CDM así como el IMPI en la gestión de los anteriores planes de promoción del diseño.

Además de la gestión del Plan, se contemplan para el CDI-CDM ciertas actividades específicas en las áreas siguientes:

Información y Documentación, incluyendo la creación y mantenimiento de un Registro de Diseñadores Profesionales

fin de dotar a la industria de profesionales adecuados en los ámbitos del diseño y de su gestión empresarial. Incluye los programas siguientes.

Programa 5: Perfeccionamiento de la formación de los profesionales del diseño y su integración en la industria.

Programa 6: Formación de directivos empresariales en las aplicaciones y gestión del diseño.

D.- Área de promoción

Engloba los programas dirigidos a sensibilizar a empresarios y público sobre la importancia del diseño, a promocionar la imagen del diseño español y a promover acciones puntuales de interés. Incluye los programas siguientes:

- Programa 7: Promoción social.
- Programa 8: Acciones institucionales de alto impacto.

Se trata de ayudar a las empresas a financiar la realización de Diagnósticos o Auditorías de Diseño, con el fin de identificar el papel y las potencialidades del diseño para cada empresa, aislar campos prioritarios de actuación e iniciar la relación diseñador-empresa.

y de Equipos Integrados de Diseño.

- Asesoramiento sobre aspectos generales en materia de diseño, con especial dedicación a los Organismos de la Administración Pública.

- Gestión de proyectos y estudios en materia de diseño, normalmente recurriendo a la contratación de especialistas externos.

- Coordinación de actividades relacionadas con el diseño, normalmente recurriendo a la contratación de especialistas externos.

Coordinación de actividades relacionadas con otros Organismos y Programas de la Administración Central, Autonómica y Local).

Relaciones internacionales, con especial atención a la gestión de los programas comunitarios relacionados con el diseño.

Descripción de los programas de actuación

Programa 1: Incorporación del diseño a empresas sin experiencia anterior de diseño profesional.

Su objetivo específico es conseguir que un amplio colectivo de empresas tenga una primera relación empresarial con las actividades de diseño, a un nivel plenamente profesional, y que tal experiencia se plasme en la realización de un nuevo producto o en el rea señado un proyecto existente. El pro-



las empresas para financiar la realización de la primera obra diseñada en condiciones profesionales, incluyendo en caso necesario la construcción del prototipo, gastos de registro, test del producto, estudios de mercado y de los canales de comercialización.

Está prevista la concesión de un número elevado de ayudas, la mayoría de ellas a empresas que hayan realizado la fase anterior. Se dará prioridad al diseño de productos indus-

triales con gran contenido de diseño funcional y de proceso, así como al diseño técnico y comunicaciones de em-

Programa 2:

Consolidación del proceso de diseño en empresas que disponen de experiencia previa.

Pretende potenciar en las empresas la gestión del diseño y su integración en el conjunto de actividades empresariales, y en especial en los procesos de innovación. Va dirigido a empresas que, además de tener una cierta experiencia anterior en materia de diseño, muestren capacidad para asimilar niveles elevados de diseño, rentabilizarlos adecuadamente en el mercado interior y exterior, y convertirse en objetos de emulación en su propio sector.

Las actuaciones se centran en el apoyo a las empresas para

la formación y consolidación de equipos propios de diseño, y las contrataciones estables de equipos externos, que desarrollen de forma coherente conjuntos de productos de una empresa y posibiliten la consolidación de sus marcas comerciales, en base a un diseño adecuado al mercado.

Este programa tiene una concepción similar al del área de apoyo a empresas del actual PPDCM, y debe jugar en el nuevo Plan el papel de asegurar la continuidad de la política de promoción anterior y la consolidación de sus resultados, aunque en el nuevo plan la atención tiende a concentrarse en productos con una importante carga de diseño funcional y de proceso.

Programa 3: Desarrollo de la Infraestructura Pública de Promoción del Diseño Industrial y de los Servicios Colectivos de Diseño.

Este programa está destinado a apoyar el desarrollo de la infraestructura pública y para-institucional de promoción del diseño en el plano autonómico. Su objetivo principal será por un lado el extender la cobertura de los servicios de diseño al conjunto del territorio nacional, reforzándolos especialmente en las áreas de concentración de PME y de sectores de manufactura altamente dependiente del diseño. Por otro lado, el realizar proyectos concretos de diseño que respondan a la resolución de problemas críticos que afecten a segmentos globales de la industria, o a la explotación de oportunidades detectadas por asociaciones sectoriales o centros públicos. Los proyectos serán gestionados por el Centro de Promoción del Diseño Industrial, ya sea individualmente o en colaboración con otros Organismos, que puedan tener utilidad para un am-

plio conjunto de empresas y ejerzan un efecto dinamizador sobre los restantes programas. Las instituciones a apoyar serán Centros de Promoción del Diseño, Institutos Tecnológicos y Asociaciones de Investigación de carácter regional, sectorial o intersectorial. Dentro de este programa se incluyen determinadas acciones contempladas en el programa comunitario STRIDE.

Los servicios colectivos a promover se centrarán fundamentalmente en la industria auxiliar de sectores de gran importancia económica y de empleo (automóvil, electrónica, construcción, mueble, envase y embalaje, etc.). Se apoyarán en un planteamiento integrado, que armonice el desarrollo de los productos, con el de los procesos productivos y con las cuestiones de mercado y comercialización. La financiación podrá ser pública en su totalidad, o financiada parcialmente por agrupaciones sectoriales interesadas.

Programa 4: Apoyo a la Creación de Equipos Integrados y Empresas de Servicios de Diseño Industrial.

El objetivo de este programa es el de reforzar la capacidad localidad del sector privado de Servicios de Diseño, promoviendo la creación y consolidación de empresas de servicios de diseño, y en especial de equipos multidisciplinares integrados de profesionales y de empresas editoras.

Se pretende asimismo impulsar la función dinamizadora de las empresas editoras de diseño en la medida en que integran unidades productivas convencionales en procesos innovadores de producción y de comercialización.

Programa 5: Perfeccionamiento de la Formación Profesional en Diseño y Promover su Integración en la Industria.

El objetivo de este programa es apoyar la puesta al día de los profesionales del diseño en la nuevas técnicas y las tendencias internacionales. Se dirige tanto a formadores y a profesionales del diseño con experiencia, como a nuevos profesionales.

Los apoyos se concederán en forma de becas, bolsas de trabajo y ayudas para la asistencia a cursos, jornadas y seminarios.

Programa 6: Formación de Directivos Empresariales en las Aplicaciones y Gestión del Diseño.

Su objetivo específico es mejorar la formación de directivos empresariales en la gestión del diseño. Se orienta básicamente hacia empresarios y directivos que, aún no estando implicados en áreas o departamentos de diseño, quedan involucrados y dirigir la introducción; el desarrollo del proceso de diseño en la empresa.

Las actuaciones se coordinarán preferentemente con instituciones dedicadas a la mejora de la gestión empresarial y escuelas de negocios, adoptando la forma de cursos, se-

minarios y jornadas sobre las relaciones entre estrategia empresarial, innovación y proceso de diseño, y sobre gestión del diseño. Se estimulará desde este programa la participación de empresas o agrupaciones de empresas en los restantes programas del Plan.

Programa 7: Promoción y Sensibilización Social.

Con este programa se pretende promover un mejor conocimiento de la importancia general del diseño, tanto entre usuarios profesionales (empresas, administración), como en los consumidores o usuarios finales. Asimismo se intenta promover una mayor valoración del diseño español y una mayor difusión de las experiencias de éxito en el ámbito nacional e internacional.

Para ello se implementa un amplio abanico de medidas, tales como seminarios y jornadas, campañas en medios de comunicación, convocatorias de premios, exposiciones monográficas y generales, apoyos a acciones puntuales en ferias, publicaciones, etc. Una fracción importante de las

acciones tendrá por objeto la difusión del propio PPD I entre todos los sectores potencialmente destinatarios de los apoyos. Las acciones de promoción internacional correrán a cargo del ICEX.

Programa 8: Acciones Institucionales de Alto Impacto.

Se trata de aplicar criterios de diseño de la máxima calidad a productos (mobiliario urbano, vehículo, etc.), servicio (correos, sistemas asistenciales, etc.) o espacios públicos (estaciones de transporte, centros públicos, etc.) de gran repercusión socio-cultural. Se prevé la realización de un número limitado de este tipo de proyectos (un máximo de 12) con financiación compartida entre el PPD I y los organismos públicos competentes en cada ámbito de intervención.

(Programa 6: Formación de Directivos Empresariales en las Aplicaciones y Gestión del Diseño).

Su objetivo específico es mejorar la formación de directivos empresariales en la gestión del diseño. Se orienta básicamente hacia empresarios y directivos que, aún no estando implicados en áreas o departamentos de diseño, puedan impulsar y dirigir la introducción el desarrollo del proceso de diseño en la empresa.

