IMPIVA

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA D'EMPRESA, UNIVERSITAT I CIÈNCIA

PLAN DE ACCIÓN PARA FOMENTO DEL DISEÑO

El diseño se considera como un factor de innovación básico para la industria, tanto en el ámbito del producto como en el de la imagen, que proporciona finalmente a la empresa ventajas competitivas destacables, sobre todo en el caso de sectores tradicionales que se dirigen a mercados saturados en los que el factor diferencial es cada vez más difícil de introducir.

En estos momentos se constata que la contratación de diseño por parte de las empresas de la Comunidad Valenciana no alcanza los niveles de normalización que una sociedad industrialmente madura como la nuestra debería presentar. A pesar de acciones acometidas con anterioridad, muy pocas empresas de nuestro entorno utilizan servicios profesionales de diseño. Parece urgente la puesta en marcha de una serie de medidas que intenten fomentar la normalización del diseño como estrategia empresarial y como herramienta básica en el proceso de desarrollo de producto de nuestras industrias.

Es por ello que el IMPIVA se plantea acometer una línea de actuación que intenta corregir los déficits detectados contribuyendo así a la implantación en nuestra industria de un factor de innovación que mejorará indudablemente su producto y su imagen aportándole factores diferenciales que mejoren su competitividad. En este sentido la actuación tiene como objetivo primordial acceder al colectivo empresarial intentando fomentar un cambio de la situación actual y acelerar un proceso cuya implantación, como ya se ha demostrado, es lenta y dificultosa. Siendo el diseño una actividad compleja en la que confluyen aspectos multidisciplinares, económicos y sociales será necesario definir diferentes tipologías de acciones y contar con la participación de diversos colectivos para poder conseguir el objetivo pretendido.

Se define por lo tanto un plan de acción con carácter global e integrador, que permita actuar en la multiplicidad de aspectos que definen el diseño y que pueda ser asumido simultáneamente por múltiples actores para poder incrementar su efectividad, propiciando la obtención de resultados en el menor plazo posible.

Carácter de la actuación

El plan de acción se define como **global** ya que hace referencia al concepto diseño en su definición amplia, incidiendo tanto en el diseño de producto como en el diseño de elementos de comunicación, de imagen de empresa o de presentación del producto. Para conseguir su objetivo se plantean actuaciones en diferentes ámbitos principalmente en los campos de la información, la formación y la promoción. Para aumentar su efectividad prevé acciones dirigidas a diversos interlocutores, incidiendo en la promoción de la demanda por parte del colectivo empresarial tanto como en una adecuada satisfacción de la misma contando con la oferta del colectivo profesional.

La otra característica del plan es su carácter **integrador** ya que desde su definición contará con la participación de los diferentes agentes que operan en el ámbito del diseño, institutos tecnológicos, asociaciones profesionales y empresariales y centros de formación. Por ello se define el papel de interlocutor del IMPIVA, asumiendo la coordinación de iniciativas de estos agentes para poder impulsarlas, generando sinergias que puedan dar lugar a acciones de carácter horizontal y multisectoriales para rentabilizar en mayor medida los recursos destinados.

Tipología de actuaciones

Las acciones que se van a acometer se estructuran en tres tipos de iniciativas.

1. **Promoción del diseño**, comprende acciones que tienen como finalidad fomentar la integración del diseño al proceso de desarrollo de producto de las empresas.

   Se plantean para conseguirlo acciones individuales o conjuntas de **sensibilización empresarial** que pueden abarcar tareas de asesoramiento, búsqueda de instrumentos que refuercen la gestión empresarial del diseño, o difusión de elementos que apoyen la implantación del proceso.

   Estas acciones de sensibilización se complementan con la gestión de una línea de **incentivos a empresas** para apoyar la colaboración de diseñadores profesionales en proyectos de desarrollo de nuevos productos de las empresas.

   Se contemplan también acciones de sensibilización en un ámbito más amplio que contribuyan a crear un clima favorable que prestigie las experiencias exitosas tanto en diseño de producto como en su gestión empresarial. Para ello se valoran **acciones de difusión** en medios, certámenes, premios, jornadas ... que refuercen la percepción en nuestra industria del diseño como factor de éxito.

2. **Formación específica**, orientada tanto hacia profesionales como hacia empresas, intentando suplir deficiencias que dificultan la relación entre ambos colectivos.

   Esta línea de actuación puede instrumentarse con la convocatoria de **becas** que permitan a los profesionales realizar cursos o estancias, para ampliación de conocimientos en materias que se consideren necesarias para cubrir la demanda de los sectores empresariales.

   Otras acciones son la organización de **cursos o jornadas** necesarios para la actualización de conocimientos, tanto de diseñadores como de personal vinculado a las empresas en temas de gestión.

   Una línea de acción para facilitar a los empresarios el proceso de incorporación del diseño a su estructura empresarial puede abrirse mediante colaboraciones con entidades de formación para desarrollar programas formativos mediante módulos de gestión del diseño.

3. En el tercer bloque de actuación, la **información**, se intenta actuar con un criterio doble, canalizar hacia la empresa y los profesionales información específica que puede reforzar el resto de las iniciativas emprendidas y utilizar las nuevas tecnologías de comunicación para propiciar la integración

de todos los agentes implicados en una plataforma conjunta que facilite la gestión y la difusión de esta información.

Estructuración de la gestión

El plan de acción se concreta mediante programas que darán cobertura a las iniciativas que inducidas desde IMPIVA o bien planteadas por los diferentes interlocutores que se definen, se consideren más adecuadas para alcanzar los objetivos propuestos.

Para dar soporte a estas aciones se convocan durante el ejercicio 2005 el *Programa de promoción del diseño* de IMPIVA, dirigido a organismos intermedios, y el *Programa de Diseño del Plan de Consolidación y Competitividad de la PYME,* orientado al apoyo de proyectos de empresas y organismos, que serán los instrumentos definidos para reforzar la financiación de las acciones que se acometan.

Dado el carácter global e integrador con el que se define el plan de actuación, se vienen manteniendo desde IMPIVA contactos con diferentes colectivos y entidades, Asociaciones profesionales, Institutos Tecnológicos y Asociaciones empresariales, para inducir acciones que refuercen la consecución de objetivos

del plan, propiciando su integración en grupos de trabajo en el caso de proyectos de interés común.

La puesta en marcha de este plan, conlleva la creación de un Departamento de Diseño en IMPIVA cuya actividad básica será dinamizar acciones orientadas a la consecución de los objetivos planteados. Entre sus funciones está tanto la gestión de los programas de apoyo citados como la definición de acciones de interés, la búsqueda de interlocutores para desarrollar nuevos proyectos, la puesta en marcha de acciones singulares y la coordinación de actuaciones que, impulsadas por diferentes interlocutores, se planteen en nuestro ámbito de actuación.