



ARTE

Proyecto Castilla-La Mancha de Diseño: Crear, Formar, Competir

En los primeros días del próximo mes de mayo van a celebrarse en Toledo unas Jornadas Internacionales sobre Innovación y Desarrollo, bajo el lema «El diseño como estrategia». Dicho encuentro, organizado por la Junta de Castilla-La Mancha, con la colaboración del Instituto Europeo de Diseño, refleja la sensibilidad y la aplicación de políticas concretas en nuestra Región para la valoración del diseño industrial como un elemento creador de valor añadido en los diferentes productos que lo incorporan. Como un factor, por tanto, de competitividad. Para hablar de estos asuntos, **Añil** organizó una mesa redonda en la que accedieron a intervenir: Javier Alonso, delegado de la Consejería de Industria de la Junta de CLM en Toledo y responsable del *Proyecto Castilla-La Mancha de diseño*, por parte de la Administración regional; Carmelo di Bartolo y Pier Luigi Cattermole, directivos del Instituto Europeo di Design (Instituto Europeo de Diseño); y Miguel Ángel Mila, diseñador gráfico, del grupo *El Gremio*, de Ciudad Real, y uno de los becarios en este proyecto.

Añil. ¿Cómo surge y qué pretende conseguir el *Proyecto CLM de Diseño*?

Javier Alonso

El principal objetivo de este proyecto era incorporar algunos de los elementos que, en nuestra opinión, estaban faltando en la realidad de nuestras empresas. No teníamos implantados sistemas de control de calidad, la formación dentro de la empresas era muy escasa y no existía una idea en materia de diseño en de la mentalidad de nuestros empresarios. Nuestro planteamiento fue muy sencillo: intentar hacer coincidir una oferta y una demanda. La oferta no existía, tampoco existía demasiada sensibilidad por parte de los empresarios para la introducción del diseño como una herramienta dentro de la estructura de su empresa. Por tanto, nos propusimos generar esa oferta de profesionales para lo cual hacía falta un proyecto formativo. Para ello utilizamos fondos comunitarios europeos, en concreto del Fondo Social Europeo y de la Iniciativa Euroform y conectamos con el mejor socio, a nuestro juicio, en esta materia. No solo fue intuitivo sino por aproximación. Tanto en la Comunidad Valenciana como en el País Vasco las referencias que nos dieron sobre

su trabajo formativo fueron espléndidas. Y al Instituto Europeo de Diseño (IED) le encargamos la fase de formación para esa oferta de profesionales. Ahora estamos en una segunda fase que pretende, entre otros objetivos, convencer a nuestras empresas de que el diseño genera valor añadido en los productos a los que se aplica, puede permitir que sus costes de producción descieran (lo que las hace más competitivas) pero, al mismo tiempo puede jugar con el factor precio: se puede incrementar este y esto también eleva la competitividad de las empresas que incorporan diseño frente a las que no lo hacen.

Además vamos a incentivar directamente, mediante estímulos públicos, a las empresas que introduzcan el diseño en sus planes de producción.

Carmelo di Bartolo

CLM ofrece muchos límites: geográficos, de desarrollo industrial y evaluando todo eso, y la estrategia de la Junta, nos planteamos convertir esos límites en oportunidades. En primer lugar, decidimos hacer algo nuevo, y no repetir lo que estaban haciendo en otras CC.AA. porque la realidad de CLM es diferente. El diseño no es un fin en sí mismo sino un medio para llegar a mejorar la calidad final del producto que se ofrece al mercado.

Diseñamos un Plan a tres años, cada año se convocaron 30 becas (ningún año se dieron las 30, sino un número aproximado) era una convocatoria muy dura, para profesionales con títulos y sobre todo con experiencia. No interesaba tanto el número de diplomas sino la inteligencia, las ganas de trabajar de los/las aspirantes. Y después se les impartió un curso formativo, de nivel de postgraduado. Un curso nuevo, que pretende dirigirse a un grupo de personas en el que no sólo había diseñadores sino ingenieros, peritos industriales, abogados interesados en patentes y marcas, en derecho internacional, por ejemplo, periodistas, sociólogos, economistas, gráficos, personas del mundo de la moda, directores de proyecto, etc. Todo eso se consigue creando una compatibilidad, una comunicación, un lenguaje que pueden entender todas esas personas de formación tan diferente.

El curso duraba once meses, a 8 horas diarias de trabajo; el 40% del contenido del curso era de cultura básica, homogénea para todos ellos. De las aportaciones de cada uno de los alumnos del curso acaba surgiendo una idea de calidad total como algo tecnológicamente perfecto.

cualidades formales, diseño, tecnología, condiciones de acceso al mercado...

Mucha gente, fuera de aquí, ignora algunas de las potencialidades de CLM, por ejemplo que la mayor industria de puertas de Europa está en la provincia de Toledo (en torno a Villacañas), igual que en la comarca de Talavera hay un núcleo importantísimo de industrias textiles con más de 400 empresas, o que Ciudad Real tiene un importante nivel cultural y de calidad en su industria gráfica. Entonces, el problema es utilizar todo eso, fomentarlo. Cada año, la Consejería elegía una serie de empresarios involucrados en el proyecto, que se trasladaban a Milán, donde se estaba impartiendo el curso y que llevaban allí los problemas que a ellos se les presentaban en sus respectivas empresas.

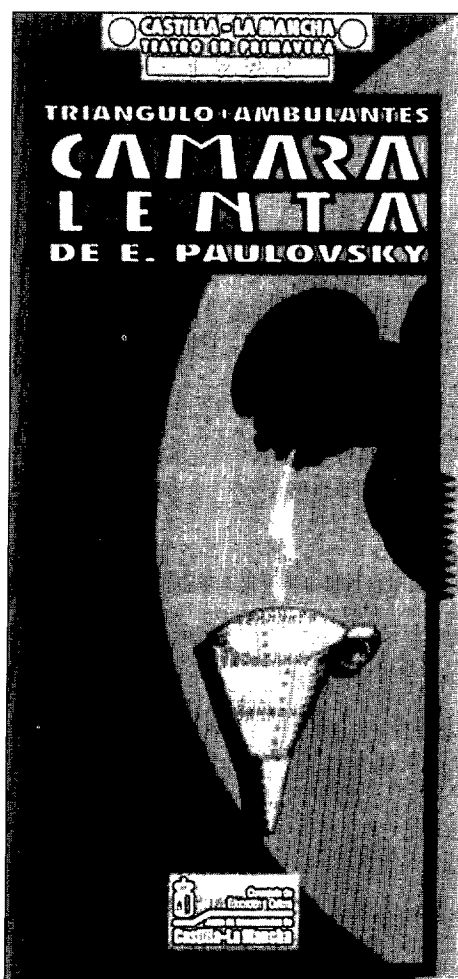
El IED tiene 2.700 estudiantes, la mitad de ellos no italianos, distribuidos en cuatro escuelas de diseño. El centro de Toledo se abrió cuando la Junta nos pidió integrarnos en este proyecto, para controlar de cerca los resultados del mismo.

El IED ha preparado proyectos semejantes, pero nunca iguales en Corea del Sur, Chile Colombia, Alemania, pero ninguno es igual al de CLM.

Las empresas que pueden beneficiarse de los alumnos que han realizado el curso pueden ser tanto de la industria del mueble, de puertas, del textil, de embalaje para empresas agroalimentarias o incluso una farmacéutica que ha diseñado la forma de una cápsula y de su envoltorio. Los mejores aliados del proyecto son los empresarios que lo han visto funcionar. Ahora muchos de esos becarios se están incorporando a esas empresas o creando las suyas propias. Pero con una idea muy clara, no se trata de economía protegida o simplemente subvencionada, sino que es una forma de economía competitiva donde esas empresas van mejorando sus capacidades productivas y su grado de competitividad, frente a su entorno.

Miguel Ángel Mila

Detrás de las grandes marcas del diseño de moda como Moschino o Armani, hay cientos de pequeños negocios, complementarios de las empresas de moda, que hacen que la riqueza quede luego en el país. La zona industrial de La Brianda, al norte de Milán, era una zona económicamente deprimida hace 40 años, y ahora, con el impulso de empresarios y de gente de la cultura del proyecto que



Carteles pertenecientes a una campaña sobre Teatro de Primavera para la Consejería de Cultura de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Realizado por: Miguel Angel Mila.



Packaging apilable, realizado en cartón estucado para tres botellas de vino, con el que se **solucionan problemas de carga en cinta mecánica, almacenaje y transporte**. (Cooperativa «Jesús del Perdón» en Manzanares para «YUNTERO»). Realización: Pedro Lozano.

invertió allí, están vendiendo en todo el mundo. Y todo ello sin necesidad de hacer grandes empresas sino pequeñas unidades de negocio pero, eso sí, tecnológicamente avanzadas, con diseño, vendiendo ese valor de *Made in Italy* en el mundo.

Añil. ¿Cuánta gente ha participado en el proyecto y qué grado de éxito calculáis haber conseguido?

Javier Alonso

El proyecto se preveía para 90 alumnos en 3 años. Inicialmente calculamos entre un 30 o un 40% de posibilidades de incorporación al mundo profesional, una vez terminado el curso. Ahora mismo los datos que tenemos correspondientes a las dos primeras promociones son que de 27 alumnos, en la primera, se han colocado 16 y en la segunda 15 sobre un total de 28. Además, se trata de gente que, en la inmensa mayoría, se ha quedado en la Región. En Talavera tenemos gente en Derecho comunitario, y en el textil-confección; hay gente trabajando en el sector de puertas en Villacañas, otros trabajando en formación de formadores en varias Cámaras



Marquesina de una parada de autobús con **lunas de seguridad**, fabricada con policarbonato, acero inoxidable, aluminio y resina de poliéster. Realización: Purificación Jiménez.



Etiqueta proyectada para **confituras** de melocotón de «La Casa». Realizado por: Fernando Villanueva.

de Comercio, o en la Federación castellano-manchega de Sociedades Anónimas Laborales (SAL); tenemos profesionales de diseño, como Miguel Ángel Mila en su propia empresa, «El Gremio», de Ciudad Real. Gente en la industria del calzado; en la Federación Empresarial Toledana (Fedeto) nos han solicitado una persona para hacer diseño gráfico por ordenador. Tenemos lagunas en centros tecnológicos que todavía están en construcción, pero que probablemente requerirán a alumnos del IED, como los de cerámica industrial, o mueble-madera, es decir, que existen todavía nuevas posibilidades.

Hemos conseguido que casi todos se establezcan como profesionales por su cuenta, no que busquen el paraguas protector de la Administración para que les saque adelante su proyecto. Y eso es muy positivo. También se producen algunas fugas, como alguien que se ha trasladado a Madrid, porque le ofrecían allí mejores expectativas, pero eso es inevitable, y además no habla mal de la preparación que adquirieron en su etapa de formación.

Estamos ahora en la segunda y tercera fases: sensibilización de los empresarios sobre la necesidad de incorporar el diseño a sus empresas y, por otro lado, potenciación directa del diseño dentro de las empresas. En

segundo lugar, en este trimestre saldrá publicado el decreto sobre competitividad en el que, por primera vez, de forma específica, se ofrecen subvenciones directas, a fondo perdido, hasta un máximo del 50% para las empresas que incorporen diseño industrial en sus procesos de producción.

La tercera promoción terminó el 15 de diciembre pasado. A partir de ahora la formación continuará en el centro del IED de Toledo.

Añil. *¿Cómo ha sido la financiación de este Proyecto?*

Javier Alonso

De cada tres pesetas invertidas, dos y pico procedían de fondos comunitarios (Euroform) y el 35% restante ha corrido a cargo de la Junta. Vamos a seguir aprovechando esa fuente de financiación y utilizando para mejorar la formación de los jóvenes. En total la Junta ha puesto unos 270 millones de pesetas, 90 millones cada año, es decir, unos tres millones por alumno becado, aproximadamente. Lo que hay que hacer ahora es continuar con la especialización en aspectos que vaya a requerir el mundo empresarial de la Región.

Miguel Ángel Mila

Me ha parecido ver poca presencia de los temas de diseño en los debates de la mesa del Pacto Industrial.

Javier Alonso

Como sabes, uno de los cuatro ejes básicos del Pacto Industrial era el diseño. El decreto de competitividad que va a entrar en vigor de inmediato simplifica nuestro entramado administrativo. No puede haber, como hasta ahora, un tipo de ayuda para cada tipo de proyecto. Lo que hacemos es refundir todos los fondos de ayuda de la Dirección General de Desarrollo Industrial en una sola línea de ayudas, y le pedimos al empresario que nos explique su proyecto. A la vista de ese proyecto la Administración decidirá si se le otorga la ayuda en concepto de calidad industrial, de diseño, de formación, o si es como inversión pura y dura. Se va a apoyar la creación directa de puestos de trabajo y además para cinco sectores muy concretos se les va a incentivar hasta el 50%. Además vamos a negociar con cada sector las medidas que ellos y nosotros vemos más necesarias en cada caso.

Miguel Ángel Milla

Pier Luigi hablaba en un número reciente de *Experimenta* contra un cierto proteccionismo por parte de las Administraciones públicas hacia el mundo del diseño. Te importaría explicarlo algo más?

Pier Luigi Cattermole

Habría que subrayar un tema muy importante que es el consumidor como destinatario del diseño, el mercado. Todo plan de diseño debe ser un plan encaminado a la calidad del producto. Una de las críticas que yo hacía estaba dirigida a una promoción del diseño vinculada sólo a inversiones económicas. Me explico: los proyectos de promoción de diseño tienen que tener presente el concepto de reversibilidad. Yo considero que las inversiones económicas son siempre reversibles, pero el *proyecto de diseño de CLM* se diferencia de otros en que considera la formación como un aspecto central y haber hecho una inversión en cultura del proyecto, implica no sólo dar ayudas a fondo perdido (término que no me gusta nada), sino ayudas para que después haya beneficios, a largo plazo. Es muy importante la promoción del diseño desde las administraciones públicas, porque sólo quien conoce los problemas reales del territorio puede proponer estrategias adecuadas para mejorar su situación. Y aquí me gustaría citar cómo en el proyecto CLM se ha producido la integración de las habilidades artesanales, de la manufactura, de la sabiduría popular en estas ramas, la integración de todo esto es también un éxito del proyecto CLM.

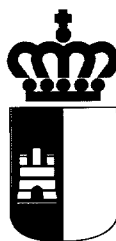
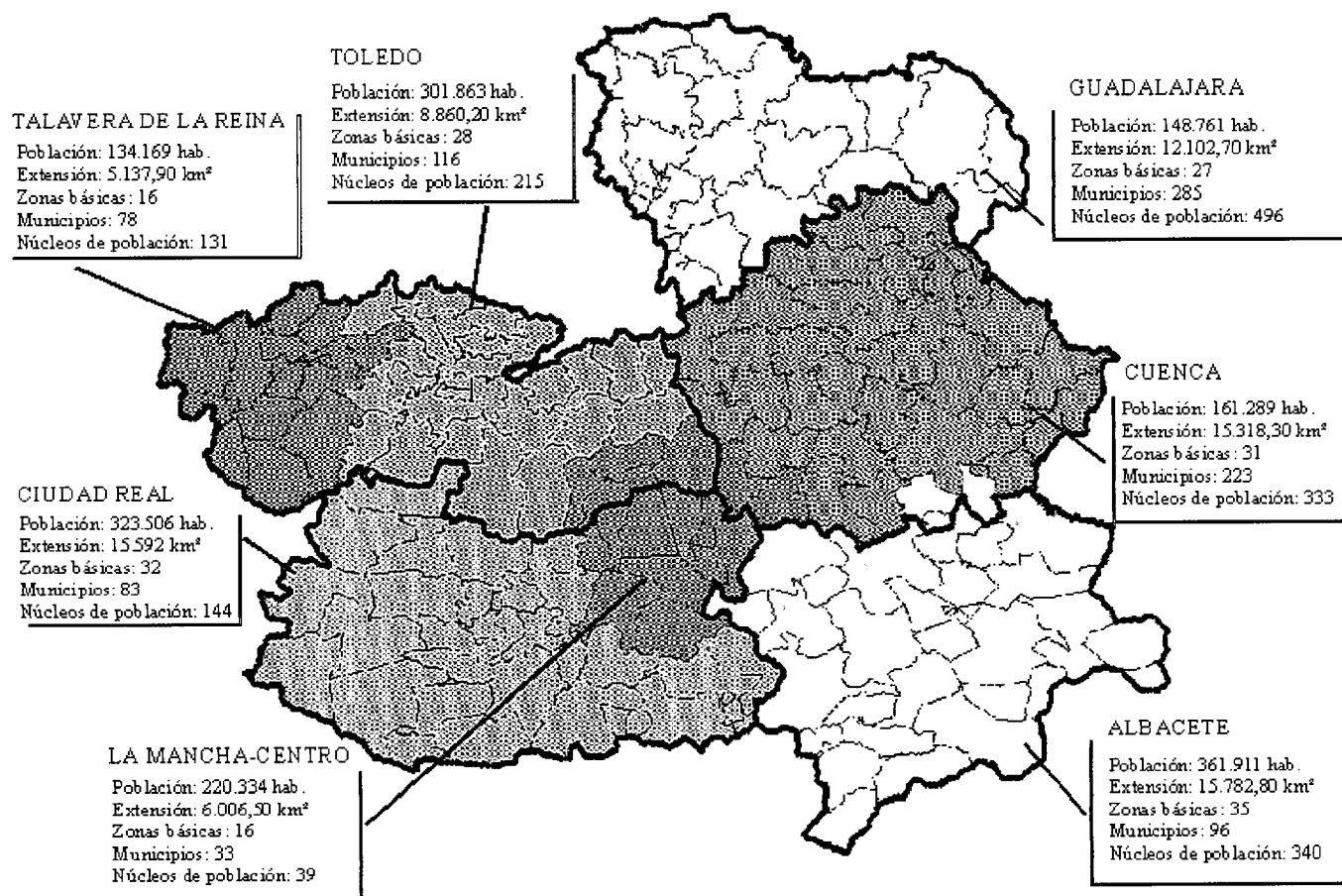
Javier Alonso

La Junta siempre ha creído que este dinero empleado en formación era una inversión en infraestructura y, por tanto, no estaba buscando con ello una tasa de retorno de esa inversión. Hemos invertido en el principal capital que tenemos en CLM que es el capital humano, por encima de cualquier otro. Esto es una iniciativa de desarrollo endógena, porque en la Junta no queremos un desarrollo basado en grandes empresas que vengan a implantarse en nuestro territorio. No queremos ese desarrollo exógeno. Tampoco queremos el ejemplo contrario: el desarrollo endógeno a ultranza, aquél que dice que todo está en mi territorio. No, hay cosas que no tenemos. Es una mezcla de los dos. Hay que contar con nuestros recursos, pero también con nuestras debilidades.

CASTILLA - LA MANCHA

AREAS DE SALUD

Datos a Mayo de 1995



Junta de Comunidades de
Castilla-La Mancha

Centro de Distritos
de Castilla-La Mancha