

El disseny i les indústries manufactureres irlandeses

Dr. Jordi Berrio (ed)

PARAULES CLAU Disseny i país, política nacional de disseny, innovació.

Jordi Berrio ens introdueix en l'experiència d'Irlanda, un país petit que en els darrers anys amb l'ingrés a la Unió Europea, i els ajuts que n'ha rebut, ha realitzat una veritable revolució en la seva estructura productiva. La indústria i els serveis s'han convertit en els principals components del producte nacional brut d'aquest país i el sector primari, com a tots els països desenvolupats, ha passat a la 3a posició tant en termes de força de treball ocupada com de riquesa creada. En aquest marc, i tot centrant-se bàsicament en el disseny industrial, l'article dibuixa un model de possibles polítiques de promoció del disseny en el qual es manifesta reiteradament la seva importància en el desenvolupament de la producció. Paral·lelament, es destaca el poc interès i, fins i tot, la malfiança que fins ara han demostrat els industrials irlandesos respecte el disseny i els professionals que s'hi dediquen. Aquest fet s'explica pel poc volum de negoci que han assolit les empreses. Aquest article ens mostra, doncs, com un país que inicia la seva aventura industrial molt tardanament en comparació amb la majoria dels que formen la Unió Europea arriba, *per se*, a les mateixes conclusions respecte del disseny que els països que van iniciar la industrialització molt abans.

1. Introducció

Irlanda és un vell país d'origen celta de 70.294 quilòmetres quadrats, o sigui, una mica més del doble del nostre Principat, però que la seva població amb prou feines arriba als quatre milions d'habitants. Ha estat fins fa poc un país amb una economia basada fonamentalment en el sector primari. Els irlandesos han emigrat arreu del món fins fa poc. És coneguda la gran emigració que hi hagué en la segona meitat del segle XIX com a conseqüència d'una gran fam produïda per una crisi agrícola. Els darrers anys, però la seva economia ha sofert una transformació molt important. El seu ingrés a la Unió Europea, i els ajuts que n'ha rebut,

li han permès de fer una veritable revolució en la seva estructura de producció. La indústria i els serveis s'han convertit en els principals components del seu producte nacional brut, passant el sector primari, com en tots els països desenvolupats, a la tercera posició, tant en la força de treball ocupada com en la riquesa creada.

Hi ha hagut una industrialització autòctona formada per petites empreses, estimulada per polítiques governamentals encertades. També hi ha hagut una notable implantació d'empreses estrangeres, atretes per les condicions que ofereix aquest país. El resultat ha estat *un creixença*

molt important en els darrers deu anys. L'any 2000 la renda per càpita se situava a l'entorn de 21.600 \$.

Resulta evident que una industrialització expansiva, aviat genera una demanda de millora de la qualitat dels seus productes per fer-los més competitius en uns mercats oberts com són els actuals. No hi ha dubte que un dels factors que afegixen atractiu a les manufactures i als serveis és un bon disseny. També és cert, però, que amb un teixit empresarial format per petites indústries, com és el que predomina en la República d'Irlanda, resulta més difícil la implantació d'una pràctica empresarial de disseny. Però sembla que hi ha una inquietud naixent i que el govern ha impulsat alguns estudis que van en la direcció de crear una consciència general sobre el valor afegit que pot atorgar als productes la millora de la funcionalitat, tot aportant una forma atractiva.

1.1 El disseny forma part del procés d'innovació i de desenvolupament del producte

Totes les coses que es fan es dissenyen (conscientment o inconscientment) i el disseny influeix sobre gairebé tots els aspectes de les operacions de les empreses. Per a moltes persones, però, el disseny només té a veure amb l'aparença exterior d'un objecte (les seves característiques estètiques) i amb la forma en què l'objecte es presenta: l'emballatge, els prospectes promocionals i la publicitat. Malgrat aquests aspectes del disseny, cal tenir en compte la importància que té la forma en què es conceben i desenvolupen els productes per tal que puguin donar resposta a les necessitats d'un mercat concret i que siguin rendibles quan surten al mercat.

El disseny és un procés de resolució de problemes en què intervenen factors de diverses disciplines relacionades amb el desenvolupament dels productes, perquè tracta la forma en què els productes es creen, com es fan servir i l'aparença que tenen. Es tracta d'una disciplina molt àmplia que

comprèn les ciències de la tecnologia dels materials, l'enginyeria, l'ergonomia, la fabricació i l'estètica.

El disseny s'aplica a totes les fases importants del procés de creació d'un producte nou, des del concepte de producte fins a la seva aparició al mercat.

El punt de partida es troba en la tecnologia o tecnologies essencials; uns pocs productes concrets que constitueixen la base del desenvolupament. Les tecnologies essencials inclouen l'electrònica, els materials, la mecànica, la física, l'òptica, la química, la medicina i els productes farmacèutics.

El primer nivell del disseny el formen l'aspecte formal i les característiques funcionals. El disseny funcional se centra en el funcionament del producte, mentre que el disseny formal treballa en la percepció de l'usuari i l'ús del producte.

El disseny funcional consisteix en una feina tècnica, i per tant els dissenyadors que participen en aquesta fase solen tenir titulacions d'enginyeria o de disciplines científiques com ara l'enginyeria mecànica, l'enginyeria electrònica, l'enginyeria química, la biotecnologia o la química.

El disseny formal tracta aspectes relacionats amb la forma del producte, l'ergonomia, l'estètica (color, estil i textura) i la utilitat. Els coneixements implicats en el disseny formal inclouen el disseny industrial i l'ergonomia.

Molts compradors donen per descomptades les característiques funcionals del producte, i decideixen les seves compres d'acord amb qüestions formals.

El següent nivell del disseny és el relatiu a la interrelació amb el mercat, que inclou tant el disseny de complements tangibles com els serveis intangibles vinculats al

empreses daneses, per exemple, acostumen a comptar amb un dissenyador dins de les juntes directives.

3. Beneficis de l'aplicació estratègica del disseny

L'aplicació estratègica del disseny ofereix als fabricants l'oportunitat d'obtenir uns avantatges competitius sostenibles al mercat que inclouen:

Augment del valor afegit

Davant dels països de l'Europa de l'Est i de la conca del Pacífic, Irlanda ja no es considera un emplaçament barat per a la fabricació. Les estratègies que només es basen en el preu ja no resulten sostenibles. Els fabricants irlandesos han d'incorporar-se a la cadena del valor afegit si volen que els seus productes sobrevisquin en un mercat cada vegada més competitiu. Perquè això passi, cal començar a aplicar el disseny de manera planificada i sistemàtica.

Capacitat per als objectius

El disseny centrat en la seguretat i en el benestar de l'usuari és fonamental en la protecció del consumidor. El disseny centrat en la fiabilitat i la funcionalitat garanteix la precisió i la repetibilitat durant la vida prevista del producte. El disseny centrat en el compliment de les normes reguladores —sobretot les directives de la Unió Europea— garanteix que el producte sigui apte per entrar al mercat. Aquests són els elements clau de l'excel·lència de l'aplicació del disseny i resulten fonamentals per entrar al mercat "correctament i a la primera".

Reducció de costos

Un bon disseny pot ajudar les empreses a fabricar productes ja existents a preus més baixos a través d'una aplicació de materials més econòmica, de la reducció dels residus o d'una millora de l'eficiència dels processos de producció. Les investigacions demostren que com més aviat s'introdueix el disseny en el procés de desenvolupament d'un producte nou, més s'estalvia al final.

Millora de la innovació en productes

Les empreses que consideren que el disseny és una bona eina multidisciplinària que aporta solucions als problemes tenen més possibilitats de crear nous productes d'èxit. Es tracta d'un tema espacialment important en els sectors dels productes de consum com ara la roba i el mobiliari, en què les preferències dels consumidors canvien molt ràpidament i això exigeix que els proveïdors adaptin regularment la seva oferta de productes.

4. Política nacional en matèria de disseny

Des del punt de vista de la política nacional, l'aplicació estratègica del disseny per part de les empreses del país contribueix a l'augment de les exportacions. Actualment, les empreses nacionals amb seu a Irlanda acaparen el 90% de les exportacions (en alguns sectors, el percentatge s'apropa al 98%), percentatge que ha augmentat en els últims anys. Un increment de les exportacions de les empreses nacionals milloraria el compte comercial d'Irlanda i la situació de la seva balança de pagaments.

La participació d'Irlanda a la UME contribuirà, molt probablement, a augmentar la competència del mercat intern. Amb una penetració molt limitada als mercats de l'Europa continental, els fabricants nacionals sucumbiran a les pressions de la competència, cada vegada més fortes. Aquesta situació es veurà agreujada si el mercat tradicional de les seves exportacions, el Regne Unit, segueix fora de la zona euro. Els fabricants irlandesos han de fer un esforç per adaptar els seus productes a les necessitats i els gustos dels clients d'altres mercats.

L'informe *Opportunities in Design* (1998) encarregat per Enterprise Ireland destacava la necessitat d'una política nacional per al sector irlandès del disseny. Afirmava que aquesta política hauria d'anar acompanyada del desenvolupament d'una identitat nacional en disseny que contribueixi a la internacionalització de les empreses irlandeses d'assessoria en disseny. L'informe també destacava

el fet que el Govern del Regne Unit defensa la importància del disseny i la creativitat en la modernització de la indústria britànica, motiu pel qual el disseny ocupava un lloc destacat en l'agenda nacional.

L'informe d'Enterprise Ireland suggeria:

- La formulació d'un Pla Nacional per al disseny irlandès i el paper que hauria de tenir en la promoció i la defensa d'un entorn "Creative Ireland Inc.", i de projectes insígnia d'innovació i creativitat, i
- la creació d'una Unitat de Promoció del Disseny dins d'un departament governamental que analitzi l'ús que fa el mateix Govern del disseny i de la contractació de serveis de disseny.

El Consell Internacional d'Informació Científica i Tècnica (ICSTI) dóna suport a aquestes recomanacions. Aquest organisme adverteix que cap dels documents relatius a la política de desenvolupament de les empreses que ha obtingut en l'última dècada (com ara el *Shaping Our Future o Enterprise 2010*) no al·ludeix ni una sola vegada al disseny.

5. Recerca internacional en disseny

Hi ha motius comercials de pes perquè les empreses manufactureres irlandeses inverteixin en el disseny dels productes. Així ho confirmen les conclusions dels estudis internacionals sobre el valor afegit del disseny.

Els estudis fets al Regne Unit sobre les repercussions comercials de la inversió en disseny indiquen que la inversió produeix beneficis ràpids en la gran majoria de casos. Una enquesta sobre 221 projectes relatius a productes, enginyeria, disseny industrial i gràfic de la indústria manufacturera del Regne Unit posa de manifest que el 90% dels projectes van generar beneficis. El període mitjà d'amortització era de 15 mesos des del llançament.

Les conclusions d'un projecte de recerca de Noruega indiquen que les empreses que apliquen el disseny industrial estratègicament obtenen uns resultats excel·lents. Les empreses que van participar en aquest projecte afirmaven que quan el disseny constitueix un factor important, els períodes d'amortització de les inversions són sorprenentment curts.

6. Foment de l'aplicació estratègica del disseny

Des que va finalitzar el programa *Kilkenny Design Workshop* l'any 1988, a Irlanda no s'ha organitzat cap acte d'àmbit nacional dedicat a la promoció del disseny. No hi ha un equivalent irlandès del Consell del Disseny britànic, que s'encarrega de promoure el disseny a diferents escales com ara la indústria, el Govern i l'educació.

Design Ireland representa el sector privat i es va crear el gener del 2000 a resultes de la publicació de l'informe *Opportunities in Design*. Inclou l'Associació d'Empreses de Disseny Gràfica (GDBA), l'Institut de Dissenyadors d'Irlanda (IDI), l'Institut Reial dels Arquitectes d'Irlanda (RIAI) i l'Institut de Publicitat Creativa i Disseny (ICAD). Actualment és a punt d'engegar un programa per informar de la importància del disseny que pretén millorar l'estructura diversificada i fragmentada del sector del disseny a Irlanda.

Un dels seus objectius fonamentals és donar a conèixer els beneficis que el bon disseny pot aportar al Govern, a les agències estatals de desenvolupament, als fabricants, al sector dels serveis, als pedagogs i a la població en general. L'organització publica un suplement trimestral al *Sunday Business Post* que fins ara ha estat subvencionat per Enterprise Ireland. Design Ireland assumirà en endavant les despeses d'elaboració d'aquest suplement. Un dels seus membres constituents, l'Institut de Dissenyadors d'Irlanda, ha obtingut finançament d'InterTrade-Ireland, l'organisme de foment del comerç i els negocis

internacionals, per fomentar les bones pràctiques en disseny entre les empreses d'Irlanda.

Promoció del disseny dels productes en l'àmbit de l'empresa

Tant Enterprise Ireland com Shannon Development han iniciat projectes que pretenen promoure l'ús del disseny en l'àmbit de l'empresa.

Les campanyes promocionals que destaquen l'aplicació i els beneficis obtinguts per les PIMES en el disseny dels productes han demostrat ser més efectives quan els estudis de casos que es presenten pertanyen al mateix sector que el públic objectiu.

Amb tot, en l'àmbit de l'empresa no n'hi ha prou amb les activitats promocionals. Cal facilitar a les PIMES les eines que els permetin d'analitzar la seva aplicació real del disseny per tal que puguin desenvolupar estratègies de disseny de producte. El Consell del Disseny del Regne Unit ha creat un seguit d'eines i processos

que permeten a les PIME comparar-se amb les millors pràctiques internacionals.

Enterprise Ireland ha posat en marxa diversos programes de formació en gestió d'R+D per a les PIMES que inclouen la dotació d'eines tècniques en R+D i disseny.

Els assessors externs poden ajudar les empreses a desenvolupar estratègies de disseny dels productes, però es considera més encertat un plantejament a llarg termini que contempli la creació de capacitats internes. La Direcció de Disseny a Irlanda del Nord ha creat un programa semblant al TechStart que permet a les PIMES contractar un graduat en disseny que s'encarregui de desenvolupar els coneixements en disseny dins l'empresa. Cal destacar que el graduat pot comptar amb els serveis de suport que ofereixen assessors externs de disseny industrial.

D'una manera similar, els dissenyadors industrials amb una àmplia experiència i que treballen per a grans empreses podrien fer de mentors dels graduats o dels equips de desenvolupament de producte de les empreses petites i mitjanes.