

12. ANEXO: INFORME DE BUENAS PRÁCTICAS

En este capítulo, y a modo de complemento, se ofrece una sucinta selección de “buenas prácticas”, referente a dos proyectos enmarcados dentro de la medida 1.1 *Apoyo a empresas industriales, comerciales y de servicios (FEDER)* que contribuyen de forma coherente al cumplimiento de los objetivos de la medida y el eje en el que se integran y refuerzan, al mismo tiempo, algunos de los objetivos prioritarios del PO.

12.1. Promoción del Uso del Diseño Gráfico

Se trata de un proyecto encuadrado en la medida 1.1 Apoyo a las pymes industriales, comerciales y de servicios. El promotor del proyecto es la Sociedad Estatal para el Diseño y la Innovación, S.A (DDI), siendo los beneficiarios las pymes localizadas en el medio urbano.

Su objetivo conseguir, mediante la realización de un proyecto concreto de diseño (logotipo de empresa, catálogos de productos, dípticos, página web, envase / embalaje, etc.), que las pymes españolas y , en particular, las ubicadas en el Objetivo 1, consideren el diseño como una de sus técnicas de gestión. Por tanto, la realización de este proyecto ha permitido facilitar el acceso a la utilización del diseño profesional a las empresas, mejorando no sólo su imagen corporativa, sino también la diferenciación de sus productos y servicios en aras de consolidar su posición competitiva.

El proyecto trata de solventar el escaso uso de las Tecnologías de la Información y la comunicación por parte del tejido empresarial tradicional de las zonas de Objetivo nº1, circunstancia que menoscaba la productividad y la eficiencia de las mismas.

Los encargados de realizar los citados proyectos son diseñadores profesionales (personas físicas o jurídicas) de reconocido prestigio

(principalmente pertenecientes a la “Asociación Española de Profesionales del Diseño” (A.E.P.D). Esta organización representa a los diseñadores de todo el Estado con mayor proyección profesional.

El número de pyme participantes es de 100 establecidas en las Comunidades Autónomas de: Andalucía, Castilla La Mancha, Galicia y Murcia.

Tanto en la difusión del proyecto como en la selección de empresas participantes el DDI ha contado con la colaboración de las entidades locales, generalmente Agencias de Desarrollo que han contribuido muy activamente al buen término del proyecto.

Posteriormente, y una vez finalizados los proyectos, se lleva a cabo una divulgación de los mismos mediante:

- Publicación de una monografía con los trabajos realizados por cada empresa en cada CC.AA. participante (formato papel y electrónico).
- Jornada demostrativa en cada una de las CC.AA. participantes, procurando la mayor difusión y efectos ejemplarizantes del proyecto. Se cuenta con la participación de los diseñadores, empresas e instituciones que participan en el proyecto.
- Exposición de trabajos en cada CC.AA. coincidiendo su inauguración con una jornada de presentación de los mismos.
- Elaboración de una encuesta para diseñadores y PYME participantes, de las que se obtienen opiniones y valoraciones muy útiles para un posterior estudio y análisis interno del Proyecto.
- Creación de una aplicación multimedia de Presentación de los diseños del ciclo sobre Diseño y Estrategia Empresarial. Esta presentación es trasladable y soportable en formato CD Rom.

En lo referente a la evaluación, aunque el proyecto no está totalmente finalizado, en términos de impacto, el balance del mismo ha resultando netamente positivo, con una participación de 100 pyme de las 100 previstas. Se han completado el 90% de las acciones previstas por DDI para alcanzar con éxito los objetivos trazados en este proyecto:

- Divulgar la importancia del diseño gráfico en la gestión empresarial.
- Concienciar sobre la importancia del diseño gráfico para la fidelización y ampliación de mercados.
- Aproximar las pyme a las nuevas técnicas del diseño gráfico.
- Aumentar la capacidad competitiva de las pyme.
- Desechar la idea de diseño gráfico como costosa, compleja y exclusiva de las grandes empresas.
- Promover el uso del diseño como elemento de desarrollo local.
- Divulgar entre los consumidores la importancia del diseño en los productos.

Ficha sintética del proyecto

NOMBRE DEL PROYECTO O ACTIVIDAD:
Promoción del uso del diseño gráfico
MEDIDA: 1.1 Apoyo a empresas industriales, comerciales y de servicios
PROMOTOR: Sociedad Estatal para el Diseño y la Innovación (DDI)
BENEFICIARIOS: PYMES urbanas
RELEVANCIA DEL PROBLEMA QUE SE PRETENDE SOLUCIONAR: El proyecto trata de solventar el escaso uso de las Tecnologías de la Información y la comunicación por parte del tejido empresarial tradicional de las zonas de Objetivo nº1, circunstancia que menoscaba la productividad y la competitividad de las mismas.
DESCRIPCIÓN: Consiste en la realización de un proyecto concreto de diseño (logotipo de empresa, catálogos de productos, dípticos, página web, entre otros), y posterior difusión del proyecto mediante la publicación de una monografía de los trabajos realizados, celebración de jornadas, creación de una aplicación multimedia de presentación de los diseños y exposición de los trabajos. Además incluye una encuesta a diseñadores y PYMES participantes en relación con los resultados del proyecto.
OBJETIVOS: El objetivo último de este proyecto es promover el uso del diseño como elemento de desarrollo local; aunque, en concreto, se trata de difundir el uso del diseño como técnica de gestión de cara a la comunicación de las empresas, de sus productos y servicios.
RESULTADOS: En el proyecto han participado 100 PYMES; y de él se espera el impacto positivo de acercar y familiarizar a las PYMES con las nuevas técnicas del diseño gráfico, y concienciarlas acerca de su importancia de cara a la fidelización de la clientela y la ampliación de los mercados.

12.2. Euroarte.net

Entre los numerosos proyectos desarrollados a través de la medida 1.1 “Apoyo a pymes industriales, comerciales y de servicios”, destaca el promovido por EUROARTE (Asociación Rectora Feria Europea del Artesanado), siendo los beneficiarios del mismo las empresas artesanas tradicionales.

La actuación iniciada por EUROARTE, asociación que agrupa a 1.780 empresas artesanas asociadas, se enmarca en la política de promoción de

las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el ámbito del sector de la artesanía.

El objetivo del proyecto es crear una plataforma telemática y unos servicios avanzados de telecomunicaciones para las empresas del sector artesano, al objeto de facilitarles su desarrollo futuro y consolidación definitiva en un contexto crecientemente competitivo como el actual.

Aún cuando el proyecto aún se encuentra en fase de desarrollo y no se pueden precisar sus resultados, a priori se considera de gran interés por tratarse de un promotor con gran penetración en el colectivo artesano, muy disperso y con grandes carencias que intenta promover el uso de las TICs entre las empresas del sector.

Los servicios y ventajas que presta la plataforma EURONET.NET a cada uno de sus usuarios son:

- a) Un buscador temático de la artesanía, en el cual se apoye una mayor interacción comercial entre los usuarios del mismo.
- b) 200 tiendas B2C . Consiste en una aplicación de tienda virtual con “carrito de la compra propio” o gestionado por la Asociación si así se desea, bien en un stand virtual (en caso de no disponer de web) o en su propia página web. El grado de flexibilidad de la aplicación permite elegir entre varios modelos y personalizarla dentro de unos parámetros predeterminados.
- c) 200 catálogos B2B disponibles para las PYME artesanas que necesiten de catálogos auto administrables y configurables, sin límite de fotografías-productos, ni de password a clientes, adecuándose la tipología de los mismos a las particularidades de cada empresa. Además, se incluye un aprovechamiento de los

servicios comunes que contiene la Plataforma “Artesanía Profesional”.



El número de pymes participantes en el proyecto es de 400, situadas en diferentes Comunidades Autónomas, siendo el plazo para la confección y total desarrollo del proyecto es de 12 meses. Además, la participación de las pymes interesadas en la financiación no sólo maximiza los efectos esperados del proyecto, sino que también garantiza su compromiso para aprovechar las ventajas asociadas al uso de las nuevas TIC.

Ficha sintética del proyecto

NOMBRE DEL PROYECTO O ACTIVIDAD:
Euroarte.net
MEDIDA: 1.1 Apoyo a empresas industriales, comerciales y de servicios
PROMOTOR: los agentes sociales
BENEFICIARIOS: Empresas artesanas tradicionales
RELEVANCIA DEL PROBLEMA QUE SE PRETENDE SOLUCIONAR: El proyecto trata de solventar el escaso uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte del tejido empresarial tradicional de las zonas de Objetivo nº1, circunstancia que menoscaba la productividad y la competitividad de las mismas.
DESCRIPCIÓN: En concreto, este proyecto se enmarca en la política de promoción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el sector de la artesanía. El proyecto consiste en integrar y favorecer la colaboración de las empresas artesanas que participen en el proyecto a través de las TIC, en concreto, del diseño de un buscador telemático, del desarrollo de una tienda virtual para atender a clientes y de la implantación de catálogos para facilitar los intercambios entre empresas.
OBJETIVOS: Para lograr la modernización y profesionalización del sector de la artesanía a través de la introducción de las nuevas tecnologías, el proyecto contempla como objetivo la creación de una plataforma telemática y unos servicios avanzados de telecomunicaciones para las empresas del sector artesano, lo que facilitará su consolidación y desarrollo futuro.
RESULTADOS: El proyecto se encuentra en fase de ejecución y su duración es de 12 meses. Cuenta con la participación de 400 empresas de diferentes Comunidades Autónomas, principalmente PYMES locales urbanas. Dentro del mismo se han puesto en marcha los siguientes subproyectos: -Buscador telemático de la artesanía, para una mayor interacción comercial entre los usuarios del buscador. -200 tiendas B2C. Aplicación de tienda virtual con carrito de la compra propio o gestionado por la Asociación. -200 catálogos B2B, autoadministrables y configurables, además del aprovechamiento de los servicios comunes contenidos en la Plataforma "Artesanía Profesional" Parece ser que este proyecto ha tenido una mayor incidencia sobre la población femenina, favoreciendo la igualdad de oportunidades.