

**ITEM**, separata coleccionable que te acerca las últimas tendencias, herramientas, estrategias, buenas prácticas y conceptos más avanzados en torno a la innovación. En esta nueva entrega abordamos el tema del diseño industrial y su papel en la economía vasca.

Entrevista con **Ignacio Sola**,  
Presidente de la Asociación de Diseñadores de Euskadi (EIDE)

## "Una de las principales fortalezas del diseño vasco reside en la estrecha implicación que mantiene con el sector industrial"

Con la perspectiva del vigesimoquinto aniversario de la Asociación de Diseñadores de Euskadi (EIDE), su presidente, Ignacio Sola, nos habla en esta entrevista sobre el papel del diseño en la reciente historia de la economía vasca, así como sobre sus puntos fuertes y débiles, y las tendencias y perspectivas de futuro.

### ¿Cuál es el papel del diseño en el desarrollo industrial y económico de una sociedad?

El cometido principal del diseño en la sociedad es contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas, ayudando a su vez al desarrollo y la competitividad de las organizaciones. Para la obtención de ese bienestar es necesario dar respuesta a las aspiraciones y las necesidades de las personas atendiendo a su expresión y evolución en la sociedad. En este escenario de servicios, el diseño proporciona a la empresa herramientas dirigidas a optimizar su respuesta y generar más y mejores vínculos con las personas y usuarios, en definitiva, a encontrar nuevas oportunidades de negocio.

### ¿Cómo ha impactado el diseño industrial en el desarrollo empresarial del País Vasco?

Empresas que asumieron hace tiempo que el diseño contribuye a mejorar el producto, el servicio o la imagen -no olvidemos que el diseño está presente en todos los soportes

mediante los cuales la empresa se manifiesta en la sociedad y por los cuales es percibida-adoptaron estrategias de diseño y hoy son referentes cualificados. El diseño participó y participa en buena medida en ese éxito.

### ¿Cuál es la situación actual del diseño industrial en el País Vasco? ¿Cuáles son sus puntos fuertes y qué aspectos debería potenciar?

**"El diseño proporciona a la empresa herramientas dirigidas a optimizar su respuesta y generar más y mejores vínculos con las personas y usuarios, en definitiva, a encontrar nuevas oportunidades de negocio"**



Es cierto que, desde hace décadas, numerosas empresas han implementado el diseño como una herramienta dirigida a proporcionar competitividad y valor añadido; ejemplos como Irizar, Fagor, Orbea, etc., o empresas como Sellex, Stua o Akaba (estos últimos ganadores de sendos premios nacionales de diseño) son claros exponentes. Tampoco es menos cierto que una gran cantidad de empresas todavía no lo han adoptado. Las causas son múltiples y complejas, desde el desconocimiento hasta las dificultades estructurales, financieras, etc.

Entre otras, una de las fortalezas reseñables del diseño vasco reside en la estrecha implicación que mantiene con el sector industrial, con sus procesos de fabricación y con la viabilidad de los proyectos industriales en los que participa.

Sin duda, debemos mejorar nuestra comunicación, darnos a conocer. Publicitar el valor del diseño vasco y sus profesionales es una tarea a la que en EIDE nos estamos aplicando decididamente.



Sistema de Bancada BEC, 2004. Klap\_Laboratorio de creación industrial para Onn Outside.

### ¿Cuál es la posición del diseño vasco en el contexto internacional?

Como explicaba anteriormente, en el momento actual somos más valorados por ejemplos concretos que por una percepción de «diseño vasco» entendido en un sentido general o como «marca país». No obstante, a cambiar este escenario contribuye la contratación de empresas de diseño vascas por empresas internacionales, europeas o asiáticas. Desde hace algunos años, varias de nuestras empresas proveedoras de servicios de diseño iniciaron un proceso de internacionalización que se ha demostrado claramente positivo y que contribuirá a aportar valor a nuestra imagen.

### ¿Cómo ha participado el diseño industrial en la internacionalización de las empresas vascas?

La capacitación de muchas empresas proveedoras de servicios de diseño para dar respuesta a necesidades que presentan empresas nacionales o internacionales con productos o servicios que están dirigidos a mercados internacionales puede ser una de las claves. También la empresa debe estar segura de que el diseño de su producto responderá en un mercado global y altamente competitivo, y en ese punto la confianza en tu proveedor de diseño es fundamental. Los resultados de las empresas antes mencionadas avalan en buena medida esta trayectoria.

### ¿Qué papel ha desempeñado EIDE en este proceso desde su nacimiento hace veinticinco años?

EIDE se ha mantenido con cierta intermitencia como referencia del sector de los profesionales

que se ocupan del diseño en el País Vasco. Quizá por esa labor realizada anteriormente, la asociación se encuentra desde hace unos años en una fase más dinámica e ilusionante. Nuestra participación en la candidatura de Bilbao a Capital Mundial del Diseño 2014, en la que resultó finalista, y la participación en misiones comerciales, foros y eventos dirigidos a potenciar de una u otra manera el diseño hecho en Euskadi marcan una dirección con la que EIDE está comprometida.

La publicación "Diseño en Euskadi. 25 años de EIDE", que conmemora los veinticinco años de la constitución de la asociación y que presentamos en el mes de enero de 2013, se enmarca en este compromiso de promoción y de sinergias con la empresa dirigido a comunicar las capacidades del diseño en general y del diseño hecho en Euskadi en particular.

### ¿Cuáles son las principales tendencias de futuro del diseño industrial?

**“Es necesario involucrar al diseño en las fases iniciales de la creación de los productos”**

Seguramente, un afianzamiento de la consideración del diseño como herramienta de carácter estratégico dentro de la empresa. Es necesario involucrar al diseño en las fases iniciales de la creación de los productos, en esos momentos en los que se estudian los hábitos, las necesidades y las tendencias en determinados colectivos para dar respuestas adecuadas y encontrar otras oportunidades de negocio en la aplicación de nuevas soluciones, lo que llamamos «innovación basada en el usuario». En este sentido, aspectos del diseño de procesos o conceptos como el *design thinking* abogan por aplicar herramientas y técnicas de diseño en la estrategia de desarrollo empresarial como palanca de innovación en la generación de valor de nuevos productos y servicios.

### ¿Qué recomendaciones daría a las empresas que aún no han incorporado el diseño a su cultura?

Primero tenemos que ser conscientes de que es necesario un cambio en aspectos de la formación empresarial que están en la base de los prejuicios, cuando no del desconocimiento de esta disciplina. Descendiendo a lo concreto, a una empresa que nunca haya tenido relación con el diseño le recomiendo que se asesore convenientemente y que realice una auditoría en diseño dirigida a obtener la información pertinente que sirva para orientar las actuaciones de diseño que se consideren necesarias. Es importante transmitir que la adopción de servicios de diseño proporciona soluciones que permiten mejorar la competitividad y la diferenciación de las empresas.

# EIDE

## 25 años de diseño en Euskadi

En sus veinticinco años de existencia, EIDE ha desempeñado un importante papel en el desarrollo del diseño industrial en Euskadi, para su incorporación en mayor o menor medida en la industria vasca y para su toma en consideración en los planes estratégicos de las instituciones.

“En Euskadi, los primeros estudios surgieron en los años ochenta; en ellos primaba el valor del trabajo en equipo, de la complicidad con la empresa y de la preparación técnica para el desarrollo de sus productos”

Con algún retraso respecto a otros países y comunidades, hace veinticinco años, las propias instituciones locales vascas, la industria, la universidad y los propios profesionales coincidían en la necesidad de estructurar e impulsar el diseño industrial. La destrucción de buena parte del tejido industrial y la pérdida de competitividad de muchas de las empresas vascas hacían que esta apuesta fuera especialmente acuciante.

### Primeros pasos en la implantación del diseño industrial

Como primeras medidas, las instituciones locales, especialmente las diputaciones forales de Gipuzkoa y Bizkaia, pusieron en marcha programas de becas para formar profesionales en escuelas europeas de diseño industrial, impulsaron la formación, apoyaron la creación de los primeros estudios de diseño industrial y aprobaron programas de ayuda a las empresas para la incorporación del diseño industrial en su estrategia de producto y de impulso de la I+D.

Sin embargo, las empresas vascas se mostraban reacias a asumir el potencial estratégico del diseño industrial. En los años ochenta, a excepción de los sectores del mobiliario de hogar e instalación y, en general, del hábitat, que ponían sus ojos en Cataluña para buscar respuestas a su necesidad de crecimiento,

los principales sectores industriales vascos iban interiorizando que el diseño industrial podía suponer el punto de inflexión que el mercado internacional estaba demandando para seguir siendo competitivos.

Las primeras empresas que comenzaron a contratar profesionales externos para el diseño de sus productos o la definición de sus estrategias fueron las de mobiliario de oficina, electrodomésticos, menaje de cocina, iluminación y electricidad. Otros sectores, como los de máquina-herramienta, herramienta de mano, medios de transporte, electrónica industrial, etc., tardaron más, convencidos de que el diseño (reducido a su componente estético) aportaba poco a sus productos.

En la implantación de estudios universitarios de diseño industrial y en la integración de éste en la mayoría de sus empresas, cabe destacar al Grupo Cooperativo Mondragón, creando equipos internos o colaborando con profesionales externos, con un espíritu cada vez menos endogámico.

### Dos perfiles diferentes

Hace veinticinco años también se hacía patente un sesgo diferenciador del diseño industrial que se empezaba a asumir en Euskadi frente al que se impulsaba en Cataluña: el

Aspirador Bragle, 2007. ADN DESIGN para Solac.



binomio diseño industrial e ingeniería. Cataluña encontraba en Milán el referente para configurar su sector con una visión lo más amplia posible, vinculando el diseño con la arquitectura, las artes decorativas, el hábitat o las artes plásticas. Sin embargo, Euskadi buscaba las referencias en Europa Central o el Reino Unido, donde el diseño industrial se abordaba desde una óptica más técnica, más cercana a las escuelas de ingeniería y al desarrollo del producto.

En Cataluña, el sector de las artes decorativas era especialmente importante y la cercanía y complicidad de los primeros diseñadores con la arquitectura y, en general, con el mundo de la cultura imprimían a su diseño industrial un perfil más globalizador. El entorno industrial en Euskadi era muy diferente: esa burguesía emprendedora implicada con la cultura en todas sus expresiones no era tan relevante y, por tanto, su sensibilidad hacia las bondades del diseño era escasa.

Esos dos entornos fueron definiendo unos perfiles profesionales también diferentes. En Cataluña ya en los años cincuenta surgieron figuras importantes como Miguel Milá o André Ricard, diseñadores próximos a la arquitectura y a las principales expresiones artísticas, que creaban sus estudios en torno a su personalidad y estilo.

En Euskadi, los primeros estudios surgieron en los años ochenta, integrados por profesionales que posteriormente se formaban en escuelas europeas de diseño; en ellos primaba el valor del trabajo en equipo, de la complicidad con la empresa y de la preparación técnica para el desarrollo de sus productos. En esa década hubo pioneros en Euskadi que se convirtieron en referentes para las generaciones posteriores, como Guillermo Capdevila, Michael Weiss, Jon Abad Biota, Iosu Rada, Carlos Lalastra o Joseba Adrada.



### Promoción del diseño en Bizkaia

El diseño, al estar estrechamente ligado a la actividad económica, vive un momento complicado y de incertidumbre, que amenaza con paralizar la situación de reconocimiento y utilización del diseño como factor estratégico y de competitividad de las empresas. Sin embargo, como también es un sector estrechamente ligado a la innovación y a la creatividad, elementos claves para encontrar nuevas soluciones y

**"Se trata de movilizar todas las energías disponibles con un objetivo esencial: incrementar la cultura de diseño"**

respuestas eficaces a situaciones de riesgo, esta situación puede constituir una oportunidad para él. El único requisito es adoptar posturas decididas y valientes para conseguir cambios que provoquen progreso y bienestar.

En los ochenta, la Diputación Foral de Bizkaia impulsó propuestas y coordinó acciones de transformación dirigidas a la modernización del país. En aquel contexto, encargó un estudio para analizar la situación del diseño en Bizkaia y sus conclusiones posibilitaron el nacimiento de DZ Centro de Diseño, uno de los primeros centros de promoción del diseño del Estado español.

DZ ha buscado fomentar el diseño con el objetivo de que el ciudadano sea sensible de la importancia que el diseño tiene en el tejido público y valore su aportación al desarrollo del bienestar social. Para conseguir una difusión eficaz de estos mensajes, se editó la revista Diseinuz, que ha servido de plataforma para distintos tipos de colaboradores y expertos, así como de herramienta para dar a conocer los proyectos y actividades.

DZ también participó en la creación de la Federación Española de Entidades de Promoción de Diseño (FEEPD) y recibió en el año 2000 la mención especial del Premio Nacional de Diseño, como reconocimiento a la labor desarrollada durante estos años. Con posterioridad, buscando ampliar sus objetivos y definir nuevas actuaciones, DZ se convirtió en BAI Agencia de Innovación de Bizkaia y, tras la fusión con Beaz y la adopción de esta marca, continuó su labor de promoción del diseño, pero afrontando nuevas iniciativas y retos.

Beaz ha asumido que la promoción del diseño conlleva la búsqueda de un modelo actualizado, más adaptado a la realidad, que permita lograr la inserción económica y cultural de esta disciplina. Se trata de movilizar todas las energías disponibles con un objetivo esencial: incrementar la cultura de diseño.

Con estas premisas, tras la presentación de la candidatura de Bilbao para la Capital Mundial del Diseño, la Diputación Foral de Bizkaia y el Ayuntamiento de Bilbao han suscrito un convenio con el que ponen en marcha un órgano de colaboración para promover el diseño y la creatividad: Bilbao-Bizkaia Design & Creativity Council (BIDC).

### Evolución del diseño industrial en Gipuzkoa

El Programa de Incentivos a la utilización del diseño industrial y de productos surgió en 1984,





Tren de cercanías, 2011. LKS Diara design para Euskotren.

tras detectar la falta de renovación del catálogo de las empresas guipuzcoanas, el envejecimiento de sus productos y el hecho de que en casi todos los países desarrollados era un elemento imprescindible para fijar la política de productos de las empresas.

El diseño, como una técnica más en la innovación de los productos, era poco conocido en Gipuzkoa y los diseñadores industriales que operaban en ella poseían una cartera de pedidos muy baja para la industria existente.

En los ochenta se extiende por Euskadi el descubrimiento del diseño industrial como herramienta útil para revalorizar los productos propios. Casi al mismo tiempo otras administraciones locales comienzan a realizar informes o libros blancos sobre el desarrollo y acciones de fomento del diseño. Estos estudios reflejaban una realidad absolutamente desértica, incluso sin interpretar el contenido profesional del diseño industrial.

Sigue habiendo importantes carencias en asignaturas esenciales para lograr la competitividad. No obstante, existen dos factores esperanzadores para el diseño industrial en Gipuzkoa: por un lado, el tejido industrial guipuzcoano es muy adecuado para el desarrollo y eficacia del diseño; por otro, desde 1984, la Diputación Foral de Gipuzkoa ha abordado un decidido apoyo al diseño.

En la actualidad, dada la dinámica y los hábitos de gestión de hoy, la definición previa de objetivos de producto y la ingeniería de industrialización están estrangulando el desarrollo del diseño. Las empresas deben recurrir a un equipo de profesionales externos que las acompañen en todo el proceso, si quieren tener garantías de no asfixiar un proyecto prometedor. Por ello, el diseño integral reclama la presencia de un equipo interdisciplinar, que entienda de actitudes y actuaciones en marketing y de soluciones en materiales, procesos, útiles y costes, y que aporte creatividad en formas, texturas y acabados, sin olvidar la coherencia del producto con el resto de las actuaciones de la empresa que afectan al mensaje de identidad corporativa. Esa oferta

profesional ya existe en Gipuzkoa, pero falta adaptar la cultura estratégica. Las actuales incursiones en el diseño industrial son meros ensayos para verificar la posibilidad de concebir el producto con formas y acabados más cuidados. A poco que se conecte con un verdadero profesional del diseño, ese ensayo sirve para constatar que el alcance va más allá de los aspectos estéticos; se interna en nuevas morfologías del producto que persiguen racionalización, seguridad, ergonomía y calidad al uso. El objetivo de diferenciación debe estar orientado con un determinado enfoque estratégico y el diseño ha de incorporarse como algo programado a largo plazo, sin improvisaciones.

### Consolidación del diseño

A lo largo de estos años, los profesionales, las instituciones y las empresas han realizado un enorme esfuerzo para consolidar un sector cada vez más consciente de su papel estratégico y catalizador, vinculado a la transformación de las personas, de las ciudades, de los servicios... Ese esfuerzo, junto con su espíritu integrador y transversal, local y global, impulsó en 2011 la candidatura de Bilbao a Capital Mundial del Diseño en 2014 y fue reconocido con su designación como finalista junto con Dublín y Ciudad del Cabo.

**“Los profesionales, las instituciones y las empresas han realizado un enorme esfuerzo para consolidar un sector cada vez más consciente de su papel estratégico y catalizador”**



EUSKADIKO DISEINUGILEEN ELKARTEA  
ASOCIACIÓN DE DISEÑADORES DE EUSKADI

## Empresas representadas en EIDE

Abad Diseño y Arquitectura  
ADN DESIGN  
AGV Estudio  
Blue Design  
Circularcom  
Dakit Design  
David Abajo & Asociados  
Dhemen Design  
Dimado Diseño Industrial  
Dinamo Diseño Industrial  
Due Studio Diseño Industrial  
elplanB Gabinete de Diseño  
Enaiden  
Evidentis  
Gorka Ibarroyen  
IRD/Iosu Rada Diseño  
Item designworks  
Javier Machimbarrena Industrial Art & Design  
Jorge Peñagarikano  
Klap\_Laboratorio de creación industrial  
LKS Diara design  
Lonjaus Design  
Muka Design Lab  
Notonly architects  
ProDising  
Skytech Design  
Sokoa  
Sormen Design  
Studio Mapping  
Tres-D  
TXB Diseño de Producto

# Algunos referentes del diseño industrial en Euskadi

## Grupo B.lux

En los años ochenta, el concepto de diseño se interpretaba de formas muy diferentes en todo el Estado y más aún, si cabe, en Euskadi, donde los valores tradicionales estaban más arraigados. En esa época, B.lux apostó por fabricar bajo licencia diseños de luminarias que tenían nombre y autor, que era el diseñador.

Todas las empresas se enfrentaban al mismo reto: el escaso mercado para este producto y la firme oposición de la casi totalidad del canal de distribución. No obstante, en términos empresariales, el mayor logro de B.lux es haber evolucionado dentro de una actividad cuyo *know-how* desconocía y anticipar en más de diez años el mercado de potencialidad razonable, al menos en España. En el caso de B.lux, el diseño y la distribución siempre han sido las variables críticas de su negocio.

## Burdinola

Burdinola siempre ha tenido una gran inquietud y sensibilidad por el diseño y la innovación. Desde su creación, en 1978, todo se desarrollaba "en casa", pero en 1987 la creación del Centro de Diseño DZ le dio la posibilidad de relacionarse con unos agentes externos con los que deseaba compartir una actividad tan importante para la empresa y con los que desarrollaría sus proyectos, hablando un mismo idioma, fusionándose y consiguiendo una buena química.

Actualmente Burdinola se ha consolidado como líder del mercado nacional y es un referente en los mercados europeos. En lugar de centrarse sólo en la estética, actualmente son capaces de abordar todas las fases del desarrollo. Burdinola es partidaria de la especialización y ha apostado por una mayor dedicación y conocimiento en la fase de industrialización. Cree firmemente en la innovación, en su gestión y en el papel que desempeñan los diseñadores en ella como valor imprescindible de futuro.



## Stua

Stua está especializada en el diseño, fabricación y distribución de mobiliario contemporáneo para entornos residenciales y aplicaciones de proyectos. Con un planteamiento integral, su trabajo está orientado a crear productos pulcros, reconocibles y duraderos. Fabrica de forma esmerada, con calidad constructiva y de servicio, y una estética perdurable.

La empresa ha sido galardonada con reconocimientos como el Premio Nacional de Diseño en 2008, otorgado por «ser capaz de crear productos sobrios, depurados y esenciales al servicio de sus usuarios», así como por «la atención a los detalles en producto, comunicación y presentación».

En Stua se entiende el diseño como un proceso global, desde el concepto del producto hasta el flujo de materiales de la fábrica. En particular, le interesa y preocupa la vertiente productiva de la profesión, con una clara vocación exportadora. Estos dos elementos, la dimensión productiva y el enfoque global, marcan la personalidad tenaz de esta empresa.



## Danobatgroup

En Danobatgroup, el diseño industrial y la máquina-herramienta han ido estrechamente de la mano. A finales de los ochenta se empezó a valorar no sólo la función, sino también la imagen del producto: tenía que ser atractiva y marcar la diferencia con una competencia cada vez más internacional.

En el mundo de la máquina-herramienta, Danobatgroup ha sido uno de los pioneros en la incorporación del diseño industrial. Buena prueba de ello son los reconocimientos conseguidos en diversas ediciones de los Premios de Diseño Industrial de la BIEMH de Bilbao. Hoy el diseño es un área más dentro de la organización, que permite disponer de una herramienta de gestión clave en el proceso de homogeneización de producto que está llevando a cabo.

Danobatgroup es líder en algunos sectores, como el aeronáutico, y tecnologías, como el fresado. El diseño vanguardista de sus máquinas constituye para sus clientes y para la red comercial un factor diferencial muy importante. No obstante, el futuro de Danobatgroup pasa por incrementar su presencia en el mercado exterior y, para ello, el diseño industrial es uno de los factores clave. Debe afrontar además un nuevo reto: conocer cada vez más y mejor los mercados emergentes y adaptarse a sus exigencias.



## Niessen

Niessen realizó una primera aproximación al trabajo con diseñadores externos ya antes de los años ochenta, contactando con una empresa de diseño industrial (Grupo Design) con la que inició un período de colaboración. Los primeros años fueron de crisis, pero a mediados de la década mejoró la situación y la empresa pudo alcanzar una situación con buenas perspectivas.

En épocas adversas, lo normal es que las empresas no afronten proyectos en los que no van a poder invertir o que, si se materializan, no van a encontrar demanda. No obstante, para el que pueda hacer un esfuerzo es el momento de prepararse para, cuando cambie la tendencia, poder entrar con fuerza en el mercado con los nuevos productos.

El diseño de productos realizado con el recurso de empresas de diseño industrial era poco conocido al principio de la década y no era considerado rentable. Se creía que el posible cliente no daba valor al diseño. Además, el diseño industrial era más un diseño de objetos. Sin embargo, Niessen considera clave hacer ver al cliente que el diseño añade verdaderamente valor al producto.

## Orbea

El diseño industrial nos parece hoy una disciplina integrada de forma natural en la vida de la empresa. Ya se han superado antiguas visiones que ligaban el diseño a aspectos estéticos, pero no hace tanto que muchos gestores no tenían clara la aportación del diseño al valor de su oferta. Lo verdaderamente importante era la función.

Orbea pone en el mercado un producto de consumo en cuya concepción se integran los aspectos de diseño. Por ello, la integración sistemática del diseñador en los equipos de concepción del producto de Orbea se produjo hace ya más de quince años. Las experiencias de éxito de Orbea son mezcla de una buena "lectura" del mercado y los clientes, un buen conocimiento técnico del producto y una importante dosis de creatividad. Siempre han sido el resultado de un trabajo multidisciplinar.

En Orbea han hecho falta bastantes años y muchos productos desarrollados para avanzar en una guía de diseño que garantice que el consumidor reconozca la marca antes de haberla leído. Este atributo, propio de las grandes marcas, es sólo alcanzable con una estrategia de gestión del diseño muy firme y coherente en el tiempo. Este reto sigue siendo también un reto de futuro, porque ¿qué marca no ansía ser reconocida a primera vista?



# Algunas ideas sobre el diseño en Euskadi

«El diseño no tiene terreno propio porque todos los terrenos son su campo abonado. De la gastronomía a la ciencia y de la ortopedia a la arquitectura, en el proceso de diseño el principio es siempre una idea, ideas que apuntan diseños y diseños que son ingenios. Sin ideas no hay diseño y sin diseño no hay producto capaz de mejorar los días de muchos años. Ese es el impacto lento, pero duradero, del diseño bien procesado».

**>>>> Anatxu Zabalbeascoa**  
Periodista e historiadora del Arte

«El tejido de profesionales de Euskadi es una referencia obligada en el Estado español. Destacamos, pero estamos en la zona templada de la tabla en relación al diseño que se hace en la Unión Europea».

**>>>> Ion Sojo**  
Exdirector de DZ Centro de Diseño



«En mi opinión el diseño debe ser una premisa, no una consecuencia. El diseño es una actitud, una filosofía de desarrollo. Diseñar no es sólo hacer ver lo original, lo innovador, lo "chic", lo exclusivo, lo "bello", etc. que es un producto, va mas allá. Pienso además que esa actitud o filosofía debe fundamentarse en una especie de "inconformismo productivo" como principio de trabajo, es decir, no dar nada por sentado, poner en tela de juicio todos los arquetipos, para así saltar barreras mentales y dar respuestas nuevas y coherentes dentro de contextos generales».

**>>>> José Ignacio Agirre**  
Diseñador industrial



«[Debemos] abordar el diseño y la innovación no sólo como un "hecho tecnológico" como es tan habitual que se presente en nuestro entorno industrial, sino también como una necesaria reflexión en aspectos a veces tan poco habituales en el lenguaje empresarial como son los perceptivos, psicológicos, sociológicos, filosóficos, estéticos, éticos, emocionales, e incluso como apuntan algunos autores: antropológicos».

**>>>> Elisabeth Urrutia**  
Diseñadora industrial

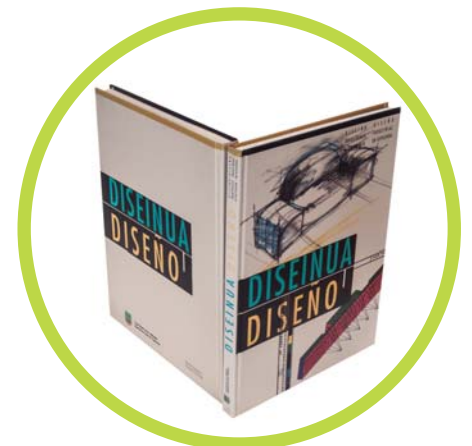
«Y realmente el diseño tiene que ser un elemento más de la empresa. El diseño está en todos los soportes mediante los cuales la empresa se proyecta a sus clientes. De ahí el carácter estratégico de la innovación en el diseño industrial».

**>>>> Ignacio Sola**  
Presidente de EIDE



«Entiendo mi trabajo como un servicio a los demás. Me molestaba mucho el concepto de diseño ligado exclusivamente a productos de élite. Yo tenía ganas de hacerlo llegar a todo el mundo y, por lo tanto, de realizar productos que incluso pudieran ser considerados "humildes". [...] Me parece que no se puede renunciar al valor social del diseño. Es sinónimo de calidad de vida y esta calidad de vida debe llegar a todas las personas. [...] Nosotros siempre hemos trabajado en el diseño enfocado a los usuarios».

**>>>> Brigitte Sauvage**  
Diseñadora industrial



«Sólo puedo hablar de nuestra empresa y en Sellex es tan importante la funcionalidad como la creatividad. Nosotros nunca nos olvidamos que una silla, una mesa, un banco... tienen una función básica que es la esencia de ese producto. Pero intentamos aportar siempre algo diferente a lo ya existente. En cada nuevo desarrollo tratamos de que nuestro producto no sea uno más. Puede ser utilizando nuevos materiales, desarrollando nuevas ideas estéticas o buscando nuevas funcionalidades».

**>>>> Miguel Jiménez**  
Gerente de Sellex

«Hasta ahora, hemos estado orientados a la creación de firmas de tecnología con base innovadora. Como respuesta a los nuevos tiempos, hemos querido añadir dos ámbitos diferentes que nos parecen fundamentales: el crecimiento y la diversificación empresarial impulsando el sector creativo y el diseño, y su internacionalización».

**>>>> Imanol Pradales**  
Diputado de Promoción Económica de la Diputación Foral de Bizkaia