

O Design: pensamento estratégico para a inovação

Por Marcio Dupont

O design aplicado como pensamento estratégico na empresa gerando vantagens competitivas na forma de novos modelos de negócios, serviços e experiências.

Como designer e analista de sustentabilidade sempre sou questionado por empresários de diferentes setores: «Para quê eu quero um designer, se a minha empresa não projeta, nem desenvolve um produto físico? Eu trabalho com serviços, com o intangível!»

Caro empresário brasileiro, perceba que o design acima de tudo aporta para a sua empresa um «pensamento» estratégico-criativo-inovador, independente se a sua empresa desenvolve produtos físicos ou não. Esse pensamento estratégico gera novas e aperfeiçoa as já existentes vantagens competitivas da empresa no mercado e frente a seus concorrentes, com novos modelos de negócios, novos serviços, experiências, percepções de sua empresa para o consumidor e para os concorrentes.

Um exemplo conhecido é a Apple. Steve Jobs era um *design thinker* de primeira classe, ele entendeu perfeitamente o «valor e a aplicação do design» como um pensamento estratégico para gerar inovação à todos os níveis possíveis, desde processos de engenharia (tangível) até criação de novos estilos de vida globais (intangível).

Sem o design dessa perspectiva não-material unicamente, dificilmente produtos com iPad, iPhone, e serviços derivados deles (iTunes) teriam surgido no mercado, criando novos mercados e consolidando mercados já existentes. Esta qualidade criativa e inovadora é algo natural, inerente ao designer pela sua mesma formação profissional, e leva-o a ter sempre uma visão e abordagem sistêmica sustentável e a capacidade de entender e integrar as diferentes disciplinas/dinâmicas da empresa.

É um fato que o design é sempre um catalisador de inovações, a qualquer nível que seja aplicado! Isto não deve ser subestimado e muito menos desperdiçado.

O design e a sua empresa

O design é vital para que a empresa seja sustentável e inovadora em todas as suas dimensões e divisões (ambiental, social e econômica) funcionando o design também como um elemento unificador, criador e consolidador da cultura sustentável da empresa.

Mais frustrante ainda é verificar que comitês de sustentabilidade, prêmios às melhores empresas sustentáveis, e até empresas certificadoras, não tem nenhum designer (afinal, elas

não produzem nenhum produto físico!). Mesmo assim, devem decidir o que é estratégico, sustentável e inovador, sem um designer.

Isso acontece porque não entendem ou não conhecem o benefício estratégico do design em um «contexto global- não produtivo», e ainda acreditam muito erroneamente que um engenheiro especializado em gestão ambiental e processos, junto com administradores e financeiros «verdes» será mais do que suficiente para gerar ou julgar «inovadoras» dinâmicas sustentáveis. Sem o designer e a sua visão, as dinâmicas sustentáveis da empresa serão limitadas, conservadoras e de curto prazo. A empresa será sustentável sem o designer (importante dizer), mas não terá todo o seu potencial mapeado, conhecido e explorado como deve ser.

É hora do empresário brasileiro deixar para atrás essa visão obsoleta de que o design somente é necessário caso a empresa desenvolva produtos físicos no chão da fábrica.

O design no século XXI

No século XXI o design não existe mais apenas como um elemento físico-industrial para manufatura. Deve ser percebido como um pensamento estratégico-criativo-inovador vital para a empresa, em todos os sentidos. Caso o empresário queira realmente ser sustentável e inovador, precisará sempre do design como pilar central para a inovação e sustentabilidade. O Design deve ter o seu respectivo lugar de destaque na busca da «sustentabilidade empresarial brasileira» neste século XXI (É muito pedir, caro empresário?).

Afinal, visões conservadoras e quadradas, em qualquer âmbito da ação humana, não podem gerar sustentabilidade e muito menos inovação.

Publicado em 27/09/2012

Artigo publicado originalmente no [Design Simplex](#)



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/pt/artigos/o-design-pensamento-estrategico-para-a-inovacao>

