

El diseño no solo sirve para diseñar

Por Diego Rodríguez

La capacidad de los diseñadores para resolver problemas mediante la creatividad es cada vez más aplicable a la gestión de las empresas.

Aun cuando a primera vista parezca una sorpresa, el *management* y el diseño son disciplinas relacionadas. La gestión de negocios y el diseño se vinculan de varias maneras y pueden aprender mucho la una de la otra. El diseño es mucho más que la creación de formas estéticas. La energía creativa del diseño influye a diversas áreas del *management* y —cuando se aplica adecuadamente— puede hacer una contribución decisiva al éxito de un negocio.

En un mundo globalizado y tremendamente competitivo, la incertidumbre se ha transformado en la nueva condición permanente para las empresas. La capacidad de innovar, de desarrollar bienes y servicios que sorprendan al cliente y que creen ventaja competitiva es un activo en alza al interior de las empresas.

El problema para el mundo empresarial y para los ejecutivos es que no están preparados para este nuevo escenario. La formación profesional del mundo de los negocios prepara al individuo para planificar y desarrollar algoritmos, una serie de actividades de la A a la Z para conseguir un determinado resultado. Estos algoritmos funcionan de manera lineal y se repiten una y otra vez a través de la empresa para lograr un determinado objetivo. El problema aparece cuando el algoritmo no da respuesta a las necesidades del mercado, y ahí, el diseño es el vector conductor que permite plantear alternativas sobre lo que podría ser, lo que podría resultar, sin certezas, sino alternativas, o sea el camino de la heurística.

La capacidad heurística es un rasgo propio de los humanos. Esta característica puede describirse como el arte y la ciencia del descubrimiento y de la invención, o la capacidad para resolver problemas mediante la creatividad y el pensamiento lateral o pensamiento divergente.

Diseño y heurística

Los diseñadores piensan permanentemente con la heurística, y basan sus planteamientos sobre lo que podría resultar tras una serie de iteraciones entre una idea inicial y las nuevas alternativas que van surgiendo de ese proceso permanente que no termina jamás.

En una conversación con Alejandro Rodríguez Musso, Director de la Escuela de Diseño de la Universidad de Valparaíso de Chile, me mencionaba que lo normal para los diseñadores es que nunca quedan conformes con un diseño «terminado» y que la condición de terminado

existe sólo porque el cliente exige una fecha de entrega. Sin embargo el proceso iterativo continúa, es por esto que nos encontramos con productos que evolucionan en el tiempo.

La tendencia de los mercados más desarrollados y las empresas líderes en innovación es que esta forma de pensar, propia de los diseñadores, debe ser traspasada a los ejecutivos de negocios, pero no para que entiendan la manera de pensar de los diseñadores, sino para que aprendan a pensar como ellos. Esto no implica, claro está, que se transformen en diseñadores, pero sí que incorporen esta capacidad a sus modelos de pensamiento.

Diseño y negocios

En este sentido, el concepto del «Design Thinking» como una forma de entender la resolución de problemas, no sólo de la forma o la estética, sino también de los modelos de negocio, la planificación estratégica y la visualización de las oportunidades, es lo que las escuelas de negocio y empresas tan célebres como IDEO están planteando al momento de pensar en innovación y creación de ventaja competitiva.

Pero la convergencia entre diseño y negocios va más allá, ya se han empezado a plantear modelos de formación híbrida donde el curriculum académico vincula áreas del conocimiento sobre gestión y empresa con procesos de resolución de problemas propios de la formación de los diseñadores.

El diseño como motor o vector de la innovación, y por lo tanto del éxito de los negocios es una tendencia marcada que ha llegado para quedarse y debe ser fomentada tanto a nivel educacional como empresarial, por una parte los diseñadores deben aprender de negocios y los ejecutivos y empresarios deben aprender de los diseñadores.

Publicado el 06/12/2010



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-no-solo-sirve-para-disenar>

