

Innovación y creación de valor

By Alejandro Rodríguez Musso

Existe una demanda para desarrollar nuevos estilos de gestión, basados en la innovación y el diseño.

Tanto desde el punto de vista del diseño de la comunicación comercial, como desde la perspectiva del diseño de los productos y servicios que ofrece una empresa o institución a sus clientes, la integración de la disciplina del Diseño en las etapas de creación y desarrollo de productos constituye una herramienta para la gestión y logro de la calidad.

En efecto, el Diseño es una disciplina que al ocuparse de la relación entre los objetos y el usuario humano, busca alcanzar los mayores grados de calidad tanto desde la perspectiva de la forma, los materiales, los procesos productivos, la optimización de los costos, el color, la comunicación, el ambiente, el punto de venta, la creación de marcas, la gestión de imagen, entre otros aspectos que sería largo enumerar.

Diseñar implica la ejecución de un conjunto de operaciones que constituyen lo que se denomina una actividad proyectual, es decir un ejercicio para imaginar lo que no existe, fabricándose, distribuyéndose, comercializándose, en uso y finalmente reciclándose, en un futuro que está mediatizado por un tiempo de ejecución en que los mercados evolucionan y cambian aceleradamente.

Diseñar es una capacidad propiamente humana consistente en imaginar situaciones futuras. Esta capacidad de imaginar, ligada invariablemente a la experiencia anterior de quien imagina, esto es, a su marco referencial o mejor aún, a sus referentes culturales, al integrarse en un corpus de conocimientos estructurados en el que interactúan las tecnologías, las tendencias culturales, estéticas y expresivas, la cultura material, la funcionalidad, los criterios de mercado, entre otros conocimientos y disciplinas se constituye en lo que podemos denominar «diseño cultivado».

Este diseño cultivado es a la vez el que ha evolucionado desde los modelos más preocupados de los factores técnicos, hacia modelos más vinculados con los análisis estratégicos y de gestión, y las nuevas tecnologías.

Este nuevo enfoque de carácter sistémico permite concebir el Diseño no sólo como disciplina que se ocupa de los factores estéticos de la configuración formal de los productos y de las comunicaciones, producidos industrial o artesanalmente, sino también como una disciplina estratégica orientada al desarrollo de las organizaciones productivas o de servicios.

En un entorno que se encuentra en permanente cambio muchos autores coinciden en que lo que se requiere es capacidad para trabajar en la incertidumbre, lo que plantea la necesidad de

desarrollar nuevos estilos de gestión basados en la innovación. Estas son las condiciones ideales para que el Diseño sea puesto en el centro de las preocupaciones de la gestión empresarial.

Chile comienza hoy a preguntarse acerca de la innovación como uno de los aspectos necesarios para competir en los mercados internacionales. Los diseñadores, a través de la integración de sus competencias proyectuales, son uno de los vectores que genera e integra la capacidad de innovar a las empresas. Mediante la implementación de instrumentos de fomento y promoción del Diseño por parte del estado, se podrá generar el cambio cultural que el país requiere, para valorar el Diseño como el factor capaz de hacer más competitivos sus productos en los mercados globales que exigen calidad y diferenciación, dos cualidades que claramente son aportadas por el Diseño y que forman parte de la ecuación del éxito comercial en el mundo.

Published on 24/03/2008



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/innovacion-y-creacion-de-valor>

