



INTRODUCCIÓN

El objetivo de este test es que dispongas de una primera valoración sobre tu percepción/actitud actual frente al diseño como emprendedor y el uso que de él haces en tu negocio. De esta forma, podrás conocer cuál es tu situación actual en materia de diseño, y sacar unas primeras conclusiones.

Por un lado, conocerás tus buenas prácticas en materia de diseño para seguir por el mismo camino y sacarles aún mayor partido. Por otro lado, averiguarás cuestiones del diseño que no tienes en cuenta o no abordas correctamente y sobre las que deberás poner en marcha acciones de mejora.

Como puedes ver, en un gráfico se muestra de manera global los resultados obtenidos en el Test agrupados en 12 factores clave sobre diseño que un emprendedor debe considerar. Estos aspectos se definen más adelante para que conozcas en detalle a qué hacen referencia.



ANÁLISIS INDIVIDUAL

Tus puntos débiles

El test ayuda a identificar los aspectos olvidados o no conocidos por un emprendedor en materia de diseño y que debe incorporar a su proyecto empresarial para captar las necesidades del mercado, dar respuestas a través de servicios y productos y conectar con éxito con sus públicos.

Tus puntos fuertes

Como conclusiones de este test, el emprendedor podrá comprobar qué aspectos del diseño está empleando correctamente y están contribuyendo a la puesta en marcha y éxito de su negocio. Ser consciente de ello permite corroborar la importancia que el diseño ha tenido hasta el momento e ir implementando pequeñas mejoras para sacarle un mayor rendimiento para su empresa.



ÁREAS DE INTERVENCIÓN DEL DISEÑO

Los productos y/o servicios, la comunicación y los espacios en los que se lleva a cabo la actividad empresarial (oficinas, stands en ferias...)
Se trata de puntos de contacto visibles de una empresa con el mercado a través de los cuales se da a conocer. Y donde, con la intervención del diseño, presenta su propuesta de valor.



COHERENCIA DEL DISEÑO

Coherencia conceptual y formal entre los distintos puntos de contacto de una empresa con su mercado, los productos/servicios, la comunicación y los espacios corporativos donde se desarrolla la actividad (áreas de intervención del diseño)
Esta coherencia garantiza que la identidad de la empresa, su estrategia y su propuesta de valor se transmitan de forma unánime y clara al mercado.



ALCANCE DEL DISEÑO

Grado o medida en la que una empresa hace uso del diseño. Desde un mero recurso estilístico hasta usar sus metodologías como principal forma de innovación para resolver problemas o afrontar retos de la empresa.



OBJETIVO DEL PROYECTO DE DISEÑO

La función del diseño es solventar necesidades de organizaciones y personas. El objetivo de diseño es por tanto, la razón por la cual se solicitan las habilidades y metodologías de un diseñador para obtener una nueva solución. Identificarlo adecuadamente es fundamental, porque condiciona la calidad y éxito del resultado y, para poder valorar la solución propuesta.



ENCARGO DE DISEÑO (BRIEF)

El encargo se traduce a un documento escrito (brief) que recoge todas las especificaciones útiles para que el profesional lleve a cabo el proyecto, desde información del mercado, el público objetivo, objetivos y necesidades a las que responde, nivel de precio, etc.

El brief, documento para encargar diseño, sirve por tanto como guía que establece los límites del diseño. Debe ser validado y consensado por el solicitante y el proveedor de diseño y es fundamental como instrumento de valoración de los resultados del proyecto.

RELACIÓN COMERCIAL EMPRESA-DISEÑO



Fórmula empleada por una empresa para la adquisición de servicios de diseño y que implica definir aspectos como: designar interlocutores dentro de la empresa con el perfil profesional y cargo adecuado, las formas de pago, el uso y la redacción de contratos...

SELECCIÓN DE DISEÑADORES



Proceso y conjunto de criterios por los que una empresa selecciona al diseñador más adecuado para un proyecto concreto. Algunos criterios a tener en cuenta son por ejemplo los honorarios, la formación o experiencia en el campo de diseño en cuestión (diseño industrial, de interiores, web...), la afinidad estilística entre diseñador y empresa...

PROCESO DE DISEÑO



Proceso estructurado y previamente definido, que permite generar la mejor solución para un objetivo establecido. El proceso de diseño estándar consiste en la definición de los objetivos de diseño, investigación y análisis, generación de ideas, selección y desarrollo de las mismas, e implantación y evaluación de los resultados. El proceso de diseño define también los recursos dedicados, las personas implicadas, el tiempo a dedicar en cada fase, la documentación que debe generarse...

RESULTADOS DE LA INVERSIÓN EN DISEÑO



Conjunto de factores directos e indirectos derivados total o parcialmente de la inversión en diseño. Como por ejemplo: aumento de las ventas, incremento de la facturación, aumento del impacto mediático, mayor fidelidad de los clientes y de los empleados, mayor crecimiento de la empresa...

DISEÑO COMO INVERSIÓN



Diseño es un tipo de inversión empresarial en la medida en la se destina un presupuesto a una actividad que implica un riesgo. Y como tal, requiere una gestión adecuada que minimice el riesgo y aumente las garantías de obtener unos buenos resultados.

DISEÑO COMO INNOVACIÓN



Diseñar implica concebir e implantar cambios significativos en el producto, el servicio, la comunicación o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Por eso es una forma de innovación y así lo reconoce el Manual de Oslo en su tercera edición (OECD, 2005)

DISEÑO COMO HERRAMIENTA DE DIFERENCIACIÓN



Reconocimiento de la eficiencia del diseño como una forma de diferenciación de una empresa frente a su competencia y entre sus clientes. Por ejemplo, el diseño de un envase, es el responsable de comunicar la diferencia entre una marca y otra del mismo lineal del supermercado

RECOMENDACIONES PARA EL ANÁLISIS

Enhorabuena, parece que conoces los aspectos básicos generales sobre diseño y cómo gestionarlo adecuadamente para obtener unos buenos resultados. Pese a ello deberías recordar que invertir en diseño, como cualquier inversión, conlleva cierto riesgo.

Para disponer de mayores garantías presta atención a tus puntos débiles y trata de mejorarlos o informarte sobre ellos en asociaciones profesionales de diseño o consultorías especializadas en gestión de diseño.

De cara al futuro podrías plantearte... ¿podría innovar en mi empresa integrando a un profesional del diseño en cosas como la definición de un nuevo servicio o la identificación de una nueva oportunidad de mercado?



■ Usuario
 ■ Grupo

