



Comunicación Alternativa Del concepto al resultado

Diseño Estratégico

El papel del diseñador en el área de finanzas es crucial ya que es quién determina los materiales y proceso de producción o impresión, lo cual tendrá un impacto en el costo y precio del objeto de diseño.

Introducción

Se tiene Diseño Estratégico cuando el sistema producto, se transforma en el objeto del proyecto, más precisamente el Diseño Estratégico es una actividad de proyectación, cuyo objeto es el conjunto integrado de los productos, de los servicios y comunicaciones con las cuales una empresa se presenta al mercado se coloca en la sociedad y, en este hacer, da forma a la propia estrategia.

El sistema producto es el conjunto de productos, de los servicios y de las comunicaciones con los cuales una empresa se presenta al mercado, se coloca en la sociedad y en este hacer, da forma, a la propia estrategia.

El sistema producto es el conjunto de productos, servicios y comunicaciones que integrándose constituyen la oferta (o parte de la oferta) de una empresa y dan forma a su estrategia.

El diseño estratégico es hoy una actividad difusa porque en general no se la reconoce.

Para tomar conciencia es necesario adecuar el modelo de lectura a la nueva realidad de los contextos operativos, habido cuenta de las transformaciones que han tenido y están teniendo lugar en él)

Contexto General

Turbulencia y transición

En una primera lectura de la realidad (una lectura orientada a corto plazo) el contexto aparece turbulento (es decir dominado por una impredecible variabilidad) en una lectura más profunda (orientada a mediano o largo plazo y en grado de considerar las tendencias pesados), aparece en



Comunicaci3n Alterna Del concepto al resultado

cambio como un sistema de transici3n es decir investido de procesos innovadores que en su conjunto, resultan "orientados" en direcci3n a la "generaci3n de una nueva forma", es decir de un nuevo sistema.

En lo especifco la transici3n de la que se habla puede ser definida como el nexo entre dos transiciones en acto (en direcci3n a la globalizaci3n econ3mica y cultural, y en direcci3n hacia una economía de los servicios y de las comunicaciones) y de una transici3n en los aspectos (en direcci3n a la sostenibilidad ambiental, y deseablemente a la sostenibilidad social).

Contexto especifco

Del producto a la interacci3n

La transici3n en marcha es, al mismo tiempo causa y efecto de un cambio radical del sistema de producci3n y consumo: de la centralidad del producto (a la centralidad del resultado) y del proceso para obtenerlo (paradigma de la interacci3n] El diseño naci3 en el marco del paradigma de los productos.

Desde entonces se ha consolidado, preponderantemente, en t3rminos de Product Design: su rol ha sido dar sentido a los productos; sus instrumentos han sido funcionales a dar forma a los productos (por una democracia del bienestar basada sobre el mismo y equitativo acceso a los productos de calidad).

Hoy este marco de referencia ha cambiado, y por lo tanto, debe tambi3n cambiar el diseño. Específicamente debe redefinirse (es decir redefinir su rol, los instrumentos que usa, la 3tica sobre la cual se funda fuera del "paradigma del producto.")

Proyectualidad

¿Somos todos proyectistas?

El proyecto filos3fico de la modernidad era aquel de liberar a los sujetos de las convenciones (sociales y productivas) y abrirles la posibilidad de elegir y de darse un proyecto de vida.

Así ha sido en gran medida. Hoy la aceleraci3n y la extensi3n del cambio traen a la crisis definitiva de las convenciones tradicionales (sociales y productivas) y ponen a los sujetos (individuales y colectivos) en la in3dita condici3n de no poder no elegir, de no poder no darse un proyecto de vida. (Gicideris Breck).



Comunicación Alterna Del concepto al resultado

Las empresas son los proyectos colectivos, también ellos por lo tanto, ya no pueden no tener sus proyectos de vida.

Su proyecto de vida es un proyecto de empresa: una visión original sobre como darse una identidad, como colocarse respecto a los propios clientes y a la sociedad en su conjunto, como articular todo esto en una oferta de producto, servicio y comunicación en una síntesis, sobre cómo definir un propio proyecto, en grado de interactuar con los otros actores sociales en un más amplio proceso común de regeneración de valores.

Proyectar en la complejidad

La estrategia es en efecto una secuencia de elecciones finalizada en un objetivo colocado en un contexto impredecible (la estrategia es lo opuesto de la planificación), en la cual se asume en cambio que el proceso sea conocido y predecible. La actividad proyectual puede adoptar ya sea una aproximación estratégica: cuando más turbulento es el contexto, más dominante resulta la aproximación estratégica.

Proyecto, Estrategia y empresas

Posicionamiento y orientación

A corto plazo, la competitividad requiere a las empresas una estrategia de posicionamiento (es decir el proyecto de una identidad). Por largo tiempo la competitividad pero también su misma esperanza de vida en el futuro, les requieren una estrategia de orientación (es decir el proyecto de un recorrido para alcanzar el nuevo orden que la transición de hecho volverá necesario). Design estratégico como capacidad de combinar la estrategia de cambio con la de posicionamiento.

Producción del valor

Proyectar la convergencia

Una nueva manera de pensar en la producción del valor: de la cadena del valor a la constelación del valor (Norman).



Comunicación Alternativa Del concepto al resultado

Hoy, el aumento de la conectividad lleva a la selección de la gran matriz, de la familia productiva y al emerger de una inédita fluidez de las formas organizativas. En este marco tiene lugar la proyectación contextual de soluciones y organizaciones: la organización ya no es pre - existente al proyecto, sino que es ella misma objeto de proyectación.

Una proyectación de la cual emergerá la organización necesaria para alcanzar la específica solución deseada. En este marco se configura una nueva actividad: la proyectación de la convergencia. Es decir la selección de los actores y la creación de su plataforma de interacción (es decir la creación de una visión y de un lenguaje común).

Diseño estratégico como individualización de las asociaciones orientadas, es decir de los acompañantes potencialmente interesados en un objetivo común (Solutions oriented partnership) y como definición de escenario, es decir de imágenes sintéticas sobre las que fundar la plataforma de interacción (design orienting scenarios).

Objeto del producto

El sistema de producto como interfase empresa - cliente - sociedad

El objeto del proyecto del design estratégica es el sistema producto: el conjunto integrado de productos, servicios y comunicaciones que constituyen la oferta de la empresa.

La oferta de la empresa no son solo "cosas". Son las "«cosas» y los eventos" que, en su conjunto constituyen el sistema de interacción finalizado en la producción de valores. Interacciones derivadas en la producción (convergencia, co - proyectación y proyectación participativa). Interacción durante la producción (producción por pedido, producción en el punto de venta, propuestas de hágalo usted mismo). Interacción derivada en la producción (servicio de venta y posventa, actividad de promoción localizada). Design estratégico como proyectación de la interfase empresa - clientes - sociedad.

Hipótesis de trabajo Global local y sostenible.

Visión de un nuevo diálogo entre Global y local; una cultura y un sistema productivo y de consumo global - local; la localización abierta como escenario de la sostenibilidad social y ambiental. La



Comunicación Alterna Del concepto al resultado

localización derivada de la búsqueda de identidad: estrategias de valorización de los recursos culturales y sociales.

La localización derivada de la búsqueda de personalización: estrategias de acercamiento a la especificidad del contexto de uso. Design estratégico, como articulación de la localización abierta a escenarios proyectuales y soluciones practicables. Lo que significa en sistemas producto dotados de nuevas arquitecturas de sistema Global Local.