

DISEÑO DE PRODUCTOS;

ESTRATEGIA PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL ...un gasto o una inversión?

Por: MDI. Mercedes Mercado

Actualmente las empresas mexicanas, tanto PYMES, como grandes corporativos se ven en la necesidad de implementar estrategias para ser más competitivas ante una economía y competencia global. El ya tan mencionado problema de los productos asiáticos tan baratos y de poca calidad y que pone en desventaja a los productos hechos en México, es un problema latente tanto para el empresario como para el mismo consumidor que se lleva a su casa productos de mala calidad.

Las causas principales por la cual las empresas necesitan implementar dichas estrategias son:

- ?Mayores exigencias del consumidor. 85 %
- ?Presión de la competencia. 70 %
- ?Nuevos mercados nacionales. 55 %
- ?Nuevos mercados internacionales. 32 %
- ?Más normativas sobre calidad. 30 %
- ?Acortamiento del ciclo de vida del producto. 25 %

La competitividad de una empresa está definida por su relación con el mercado a través del producto. Esta relación permite la identificación de tres elementos clave, empresa, producto y mercado, que en su relación mutua determinan la competitividad de la empresa. 2

?La empresa, determina los mercados en los que sus productos pueden ser competitivos, así como los productos que puede producir y condiciones óptimas de manufactura.

?El producto determina tanto la estructura económica y productiva que la empresa deberá tener para ser competitiva como las características de los mercados en los que puede ser comercializado.

?El mercado especifican la estructura de la empresa que acude a él y los productos que debe producir.

La competitividad en el mercado mediante el diseño de producto se consigue cuando existe una ventaja comparativa en costos o cuando el producto se adapta perfectamente a las necesidades del consumidor y a las características de la demanda del segmento del mercado al que el producto va dirigido.

Desde el punto de vista de la empresa podemos considerar al diseño industrial como un instrumento dirigido a incrementar su competitividad mediante la concepción de nuevos productos.



El diseño de productos actúa sobre tres áreas empresariales donde puede ser un eficaz instrumento para aumentar la competitividad de la empresa

?En el proceso productivo. Las mejoras de diseño introducidas en un producto debe conseguir reducir el número de piezas, disminuir las fases del proceso de producción, y simplificar las operaciones productivas reduciendo o abaratando el consumo de materias primas.

?En la calidad. La saturación de los mercados con productos competidores de precios parecidos, y prestaciones semejantes, sólo puede romperse a través del diseño de productos que presenten ventajas funcionales.

?En la venta y distribución de los productos. La comunicación con la publicidad, la marca, el packaging, los expositores, los stands, los medios de transporte, las instrucciones de uso pueden informar mejor de la realidad del producto y de la empresa si están bien diseñados.

En resumen, el diseño de productos es básicamente un instrumento de competitividad para la empresa, porque es un instrumento esencial es en la diferenciación los atributos de productos. Estos atributos pueden ser formales o funcionales. La diferenciación de los productos es una estrategia competitiva posible y alternativa a la competitividad por el costo.

A esto le podemos llamar una estrategia basada en el diseño. Una estrategia de diseño consiste en dirigir y coordinar las acciones necesarias para mantener la competitividad de una actividad productiva como actividad permanente. 3

El primer paso para implementar una estrategia de diseño es realizar un análisis en la empresa para encontrar en donde se puede desarrollar una ventaja competitiva, ahora bien toda empresa debe decidir que tipo de ventaja competitiva desea tener. Para ello puede apostar a competir con el precio o competir mediante la diferenciación de sus productos. En toda actividad productiva existen circunstancias que pueden ser aprovechadas para ofrecer algo que los demás no tienen. A esto se le llama valor apreciable a los consumidores.

Teniendo en cuenta estas áreas, (empresa, producto y mercado) la empresa puede integrar el diseño a niveles muy distintos que determinarán modelos de gestión del diseño diferenciados.

Podemos distinguir cinco modelos de integración y, por tanto, cinco modelos de gestión del diseño en la empresa:

?Proyectos de diseño. De este tipo es el proyecto de desarrollo de un nuevo producto.

?Programa de diseño. Son planes sistemáticos, estructurados con fases y objetivos. Del programa se derivan o pueden derivarse un número más o menos grande de proyectos de diseño.

?Política de diseño. Comprende objetivos generales para la empresa que obligan a la toma de decisiones estructuradas y a la distribución de recursos para elaborar programas de gestión que permitan el desarrollo de diversos programas de diseño.

?Estrategias de diseño. Es el nivel más alto de integración del diseño en la empresa, se produce cuando la estrategia competitiva de la empresa se basa en la aplicación del diseño en sus tres posibles ámbitos de actuación: producto, comunicación del producto e imagen corporativa.

?Filosofía de diseño. Existe, cuando el diseño se integra plenamente en los valores de la empresa, la empresa se convierte en lo que se denomina una empresa basada en el diseño.

Todos estos modelos de gestión en la empresa se puede contratar por dentro de la empresa, mediante un departamento de diseño o por fuera de este, a través de consultorías o despachos de diseño. De la manera en que el diseño sea implementado en la empresa es necesario tener la visión estrategia de la innovación y que solo puede aportar la investigación. En este sentido podemos caracterizar la innovación como un proceso de tres fases consecutivas:

?Investigación básica, asistida pro las ciencias sociales,
?Investigación de mercado para detectar tendencias y formas de canalizarlas como variables estratégicas
?Diseño de producto , de su proceso productivo y de sus proceso de distribución.

En el CIDIN, Centro de Investigación del Diseño Industrial , de la Facultad de Arquitectura de la UANL. Se cuenta con la infraestructura necesaria tanto de instalaciones como de recursos humanos y técnicos para desarrollar productos competitivos a nivel global. Centrándose en una fase de investigación aplicada y posteriormente el diseño y desarrollo de productos innovadores.

El diseño centrado en la innovación puede ponerse al servicio de la empresa para añadir valor al producto, obtener la presencia del publico e incrementar los beneficios económicos de la empresas, tanto para el ahorro en costos de producción como en el aumento de las ganancias en las ventas de sus productos.

Por lo tanto cualquier gasto aparente de un intangible como la investigación y desarrollo de nuevos productos, es fácilmente justificable mediante un costo beneficio muy alto para la empresa mexicana.

BENEFICIOS DE INVERTIR EN DISEÑO DE PRODUCTOS EN LAS EMPRESAS

- ?Introduce calidad y estética en el producto contribuyendo a su diferenciación.
- ?Racionaliza los procesos productivos reduciendo los costos y colaborando en la búsqueda del liderazgo de costos.
- ?Optimiza la comunicación diferenciando al producto y a la empresa creando clientelas cautivas.
- ?Mejora las prestaciones del producto aumentando su valor de uso y, por tanto, diferenciándolo.
- ?Diversifica la oferta de productos a partir de la tecnología existente contribuyendo a la diferenciación y a la reducción de costos.
- ?Sustituye las líneas de productos en declive por nuevos productos.
- ?Mejora la comunicación e imagen de la empresa al actuar sobre sus comunicaciones externas e internas

1./Ibáñez Gimeno José María. La gestión del diseño en la empresa. McGraw Hill España 2000 McGraw Hill
2./Porter Michael. Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior CECSA, México DF: 1987
3./Carlos Carrillo Tovar, Reflexiones de diseño y cosas peores, CUADD , UDG
4./ Ibáñez Gimeno José María. La gestión del diseño en la empresa. McGraw Hill España 2000 McGraw Hill



CENTRO DE INVESTIGACIONES DE DISEÑO INDUSTRIAL

En estos tiempos, la tecnología se desarrolla para una estructura de hábitos intelectuales, la disciplina de diseño industrial se ubica como una de las más importantes dentro de los grupos interdisciplinarios que genera conocimiento intelectual y desarrollo creativo, aunque muchos lo desconocemos como tal. Es aquí en donde la lógica como ciencia nos ayuda a comprender el sentido del diseño para la formación de estructuras laborales para un mejoramiento continuo de esta disciplina.

El quehacer científico durante la segunda mitad del siglo anterior le ha dado a la Lógica un espacio muy importante en donde se ha manifestado un desarrollo en su avance como ciencia auténtica, sin embargo para comprender su desarrollo debemos de hacer diferencia entre los conceptos filosóficos y conceptos lógicos; entenderlos, aplicarlos y no separarlos de su sentido.

El Centro de Investigaciones de Diseño Industrial, de la UANL, corresponde a una etapa del proyecto de desarrollo de excelencia de nuestra Universidad organizado para investigadores competentes para tratar de resolver los problemas y necesidades de diseño, y también, para complementar la enseñanza teórica que reciben los alumnos en sus estudios curriculares

MISIÓN:

El desarrollo y la formación de los estudiantes y del personal, que genere proyectos y nuevos productos, brinde servicios de consultoría y peritaje a los sectores productivos y gubernamentales y defina estrategias para generar nuevos conocimientos que impulsen con su potencial innovador a la industria regional, mediante el diseño y desarrollo de nuevos productos y procesos de fabricación.

VISION:

Ser parte fundamental de la estructura de los proyectos de la Ciudad del Conocimiento y de los procesos productivos de la industria regional y nacional, para consagrar al Diseño Industrial como un valor de desarrollo.

OBJETIVOS:

- +Complementar la enseñanza que se imparte en las aulas.
- +Formar investigadores en su área profesional
- +Generar nuevos conocimientos.
- + Ser líder en el servicio integral para el desarrollo de nuevos productos.
- +Crear alianza con asociaciones nacionales e internacionales de diseño.
- +Ser un modelo para el desarrollo de nuevos centros de investigación.





Informes:
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE DISEÑO INDUSTRIAL
 Fac. de Arquitectura - UANL
 Pedro de Alba s/n Cd. Universitaria C.P. 66451,
 San Nicolás de los Garza, N.L. Mexico
 Tel.(81)83294160 Ext.6755 Fax.(81)83764582
 e-mai: mnpdi@far.uanl.mx. www.arquitectura.uanl.mx



El Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la UANL, cuenta con un edificio de 1336.59 metros cuadrados, donde se ubican sus talleres y laboratorios, para le desarrollo y pruebas físicas, para los diferentes productos que se manufacturan, principalmente en las empresas de Nuevo León y el noreste mexicano. Para el CIDIN-UANL, se imparte la alta calidad de sus servicios, por esta razón a integrado un equipo de especialistas y una infraestructura de tecnología de punta.

El CIDIN propone tendencias para su desarrollo interno y su desarrollo externo, áreas de:

Diseño + Academia + Productiva+

La Estructura Operativa se determina de la siguiente manera:
 + Desarrollo de proyectos con tendencia
 + Trabajo integral como base
 + Globalidad, normas y sensibilidad ecológica
 + Formación de proyectos e investigación de calidad.

Los servicios generales del CIDIN operan mediante dos vertientes de desarrollo, estos son:

- + Consultoria y gestión en Diseño
- + Diseño y desarrollo de nuevos productos
- + Investigación

La forma de planificar las actividades de cada área de trabajo parte de su estructura interna que se define de la siguiente manera:

- + Investigación Integral
- + Desarrollo de nuevos productos
- + Vinculación

El trabajo proviene de tres sectores de desarrollo, proveedores directos de los proyectos, de los cuales surgen los servicios que proporciona el CIDIN a la industria.

- 1.-Proyectos del Sector Gobierno
- 2.-Proyectos de Diseño Industrial de la UANL.
- 3.-Proyectos del Sector Empresarial.