

Consultoría como formato para la puesta en valor del diseño



Autores:

Constanza Olivari

Felipe Rabuco

Andrés Briceño

Paula Espinosa

Seminario de Gestión II
Universidad de Chile :: Carrera de Diseños Gráfico e Industrial
Email:

Cony.olivari@gmail.com

andresbricenof@gmail.com

feliperabuco.q@gmail.com

paulits.ei@gmail.com

RESUMEN

En Chile el valor del diseño no es importante, a diferencia de otros países donde es un factor relevante en el desarrollo económico y cultural del país, ya que es apoyado por políticas públicas y tiene focos de crecimiento entre universidad y el sector industrial. A pesar de esto en Chile algunas empresas han comenzado a cambiar su forma de trabajo a través de la consultoría de Diseño, que les exige enfocarse en un rubro y en un nicho de mercado de manera de establecer una estructura de trabajo o metodología, permitiéndoles abordar las distintas necesidades de sus clientes. Bajo este contexto, en el presente documento se establece un pequeño estudio comparativo de las metodologías utilizadas por consultoras Chilenas y además se propone método internacional que centra las distintas estrategias a utilizar en procesos de Diseño para enfocarlas en la opinión del cliente, sus expectativas y necesidades.

Palabras clave: Consultora, metodología, diseño, innovación, crecimiento económico

INTRODUCCIÓN

Actualmente en los países desarrollados utilizan el Diseño como una herramienta de gran relevancia para el crecimiento de su industria y también de la cultura, ofreciendo productos de alta calidad e innovación que se comercializan en todo el mundo y ayudan de manera importante al desarrollo económico del país. En estos países existen redes de diseño que unen directamente las universidades con los sectores productivos y comunicacionales, generando focos de crecimiento respaldados por políticas nacionales.

En el caso de Chile y a pesar de los objetivos que podemos encontrar en chilediseño.org: *“Acercar y relacionar a las empresas de diseño asociadas, con el objeto de dinamizar, elevar su calidad profesional y educar a nuestro público sobre la relevancia de diseño como herramienta de desarrollo económico y cultural.”* Y en el colegio de diseñadores de Chile: *“El objeto del Colegio de Diseñadores Profesionales del Chile Asociación Gremial, será promover el perfeccionamiento profesional, científico y tecnológico de sus miembros; Incentivar la inserción del Diseño en el desarrollo de políticas públicas de fomento tecnológico, productivo y cultural del país”* En Chile el diseño dista mucho de tener un papel relevante en la economía nacional a través del desarrollo industrial y cultural. Esto se debe a varios factores, primero podemos establecer que las necesidades de diseño por parte de las empresas en Chile son más bien básicas, reduciéndose soluciones técnicas desde el punto de vista comunicacional (Branding, web, etc.) y soluciones secundarias desde el punto de vista industrial. Esta forma de desarrollo de la profesión de diseño en Chile genera problemas profundos sobre su funcionamiento, tales como desvalorización, nivel técnico de trabajo (considerando que es una carrera profesional), malas remuneraciones, etc.

A pesar de las malas condiciones de trabajo derivadas del poco desarrollo del diseño en Chile y el nulo apoyo de políticas públicas en el rubro, ciertas empresas de diseño han intentado levantar el perfil de la profesión y comenzar a ofrecer un servicio más completo y esquematizado, a través de la consultoría en diseño e innovación. Las razones para formar una consultora en diseño son variadas. Por un lado, es una buena alternativa para manejar libremente los tiempos propios, permitiendo escoger qué proyectos realizar y cuánto tiempo se le asigna a cada uno según la disponibilidad de la empresa. Por otro lado, permite también desarrollar iniciativas propias de la empresa, y generar un servicio personalizado que ponga en valor la profesión de quienes componen el equipo. Otro aspecto importante al desarrollar el diseño desde el formato de la consultoría, es que este mismo formato exige una experiencia determinada, o niveles determinados de expertise, por la simple razón que se enfrentan a problemáticas mucho más complejas en las cuales están en juego muchos más factores que una simple solución técnica como la creación de un logotipo, un sitio web, o el stand para los productos. Bajo el alero de una consultora, se requiere más bien generar sistemas de solución que se puedan resolver a través una combinación de herramientas que son el branding, diseño web, muebles, diseño digital, etc. que en palabras simples son sólo el medio para el fin.

Considerando a la consultoría, como una nueva forma de hacer diseño, es importante determinar cuál es la mejor manera de entrar en el mercado chileno. Primero es preciso ir un paso atrás y evaluar cuales son las necesidades del mercado, para así comprender en donde es mejor enfocarse. Luego de conocer el mercado al cual se dirige el enfoque, se requiere tipificar los problemas de manera de establecer “recetas” que le permitan a la consultora distribuir de la mejor manera sus competencias y recursos. Se ve simple, pero parte del planteamiento que se propone en este documento tiene que ver con los aspectos claves al momento de diseñar un modelo de consultoría, de manera que sea exitoso y viable para el mercado chileno, así como la posible implementación de una metodología ya comprobada.

Cabe destacar, que este documento no tiene la finalidad de proponer un modelo de consultoría propiamente tal, sino que establecer un criterio que en una etapa posterior permitirá diseñarlo de acuerdo a los argumentos establecidos.

CAPÍTULO 1: LA CONSULTORÍA EN DISEÑO COMO FORMATO PARA LA PUESTA EN VALOR DEL DISEÑO.

Para nuestro país, hoy en día el concepto de consultoría no se encuentra asociado fuertemente al campo del diseño. Los profesionales del diseño emprenden en otro tipo de empresas, que si bien tienen relación con el servicio que entregan las consultoras, no se definen como tal. Es el caso de las oficinas o agencias de diseño, las cuales ofrecen diversos servicios relacionados con las necesidades de las empresas.

¿Por qué se da esto? Intuitivamente, se puede relacionar al valor que se le otorga a la profesión del Diseño en Chile, tanto desde el punto de vista del mercado, como del propio profesional. Lamentablemente, nuestro país se encuentra bastante atrasado en cuanto al rol que ocupa el diseño dentro de los factores de crecimiento del país. En el caso de la Comisión Europea, el año 2012, *The European Design Leadership Board* estableció políticas sobre el rol del diseño en el crecimiento y prosperidad de los países. Se descubrió que nunca antes había habido una oportunidad tan clara para generar un nuevo nivel de conciencia sobre la importancia del diseño centrado en el usuario como motor de la innovación. Por esto, se establecieron 21 recomendaciones que permiten impulsar un cambio radical en el comportamiento y la práctica de la innovación desde el diseño en toda Europa.

Como se puede apreciar, este tipo de iniciativas no se han generado en Chile, y lo que no se logra reconocer, es que la responsabilidad de posicionar el diseño como un factor de crecimiento, depende en su mayoría de los mismos profesionales. Por consiguiente, se requiere encontrar la mejor manera de transmitir las habilidades, capacidades y grandes competencias que puede llegar a tener una disciplina como el Diseño para fomentar el crecimiento y prosperidad del país.

Una de las alternativas es a través de las consultoras, las cuales se caracterizan por tener una estructura definida y por su capacidad de abarcar diversas problemáticas empresariales de manera integral. De esto se desprende una importante pregunta:

¿Cómo debe ser esta estructura de manera que el formato de consultora de diseño proporcione valor tanto a la profesión como al mercado y a su vez aporte al crecimiento del país?

A modo general, se puede decir que el éxito de cualquier empresa depende de muchos factores, entre ellos de su experiencia. Una de las definiciones de este concepto que proporciona la RAE es *“Práctica prolongada que proporciona conocimiento o habilidad para hacer algo”*. La primera parte de esta definición se refiere a “hacer algo” repetidas veces, mientras que la segunda alude a que, el hecho de hacerlo varias veces, supone la adquisición de conocimiento o habilidad sobre algo, por ende implica que han habido aciertos en cada una de estas ocasiones en que se ha aplicado esta práctica. De lo anterior, se desprende que para que surjan aciertos repetidas veces, es preciso tener una “forma de hacer” que permita generarlos. En otras palabras, un método o metodología.

Este documento, tiene la intención de proporcionar un argumento que respalde la propuesta de que para el diseño de un buen modelo de consultoría, el factor clave consiste en el diseño inteligente de una metodología de trabajo, la cual permita abarcar las distintas problemáticas que surjan dentro nicho de mercado a la cual esté dirigida.

Para comenzar, se propone el describir la situación actual de las empresas en torno a la metodología con la que trabajan y a través de la cual prestan servicios de consultoría en el ámbito del diseño. A continuación, se estudian 3 consultoras/agencias de diseño con importante presencia en el mercado chileno. Las dos primeras enfocan su trabajo principalmente en el planeamiento, desarrollo y asesoría en diseño y comunicación estratégica, y la tercera de mucho menor envergadura, se enfoca en la producción de material de difusión. Este breve estudio tiene como objetivo el comparar y analizar si existe un esquema de funcionamiento que sea común entre ellas, y a su vez determinar aspectos positivos y negativos de cada una.

CAPÍTULO 2

CASOS DE ESTUDIO: CONSULTORAS/AGENCIAS DE DISEÑO EN CHILE. GRUPO OXIGENO, SIENTECINCO Y ELEVO

Éste capítulo está dedicado a describir a grandes rasgos las metodologías de trabajo de 3 empresas de diseño. Grupo oxígeno y SienteCinco corresponden a dos consultoras con un importante prestigio en nuestro país, dentro de las cuales se encuentra un esquema metodológico muy similar a nivel general que se basa principalmente en 4 fases o etapas de trabajo las que, a partir de un brief del cliente o de reuniones presenciales con éste, llevarán a la elaboración de un producto final. Estas fases son:



Fig 1. Esquema metodológico SienteCinco

El esquema anterior es el utilizado por la agencia SienteCinco, el cual podemos comparar con el proceso definido por Grupo Oxígeno:



Fig2. Esquema metodológico Grupo Oxígeno

Es importante aclarar que la agencia SienteCinco además agrega una fase final de evaluación y que, dependiendo del área en el cual desarrolle su plan estratégico, el Grupo Oxígeno varía algunas de sus fases o las separa en sub-fases específicas. Pero al llevar ambos modelos a una tabla, podemos ver que las distintas estrategias utilizadas en cada fase coinciden e incluso se complementan entre ambas consultoras:

Grupo Oxígeno	Definición Estratégica	Conceptualización Creativa	Desarrollo	Implementación	
SienteCinco	Analizar	Planificar	Crear	Implementar	<i>Evaluar</i>
	<ul style="list-style-type: none">● Levantamiento de la Información● Visitas a terreno● Análisis de requerimientos● Escuchar al cliente● Diagnóstico <p>2.</p>	<ul style="list-style-type: none">● Diagnóstico● Propuesta estratégica● Propuesta de acciones● Definir tiempos● Definir Recursos● Definir Ruta● Definir Objetivos	<ul style="list-style-type: none">● Ajustes y correcciones● Definición de áreas involucradas● Concepto creativo● Innovación: probar y desechar● Diseño concreto● Solución	<ul style="list-style-type: none">● Cotizaciones de producción● Producción de elementos● Programación de tareas● Tiempos establecidos● Definición y coordinación del equipo● Supervisión● Verificación producto final	<ul style="list-style-type: none">● Análisis crítico de los resultados● Evaluación de procesos internos● Mejora en eficiencia y calidad.

Fig 3. Tabla comparativa metodologías SienteCinco y Grupo Oxígeno

Una importante diferencia a nivel estratégico entre ambas consultoras es la elección de la metodología para cada disciplina que desarrolla. En Oxígeno presentan una adaptación del esquema metodológico principal a varios esquemas particulares destinados a cada una de las ramas de trabajo que realizan (arquitectura y diseño de elementos, branding, memorias, diseño de señalética). SienteCinco, por su parte afirma que “sin importar el área, aplicamos nuestra metodología en cada uno de los trabajos que realizamos. Creemos que el buen diseño parte del análisis y la planificación estratégica”. La decisión de diferenciarse según área, podría deberse a un mayor tamaño de equipo de trabajo y al nivel multidisciplinario de este o a la cantidad o tipos de clientes.

El carácter adaptable de estos modelos metodológicos, junto con su profundización en las etapas de análisis, planificación e implementación es la principal diferencia entre estas consultoras de diseño y la tercera empresa en estudio, Elevo diseño. Ésta última ofrece un sistema no presencial online, para escoger alguno de los paquetes de productos de diseño que ofrecen. Según los requerimientos del cliente, que deben ser especificados a través de un formulario electrónico, la agencia desarrollará las propuestas de la solución de diseño, las cuales pueden ser revisadas y corregidas un número determinado de veces. Finalmente el producto final le será entregado en formato de archivos computacionales, enviados también a través de la red.

The screenshot displays the Elevo Diseño website interface. At the top, there is a navigation bar with the following links: PORTAFOLIO DISEÑO, SERVICIOS ELEVO, COMO FUNCIONA, TERMINOS Y CONDICIONES, QUIENES SOMOS, and FORMULARIO DE CONTACTO. Below the navigation bar, there is a table of service packages. Each package includes a description of services, the number of days, and the price. At the bottom of the table, there is a button labeled 'LLENAR SOLICITUD' for each package. Below the table, there is a section titled 'SERVICIOS ELEVO' which lists various services under three categories: IMAGEN CORPORATIVA, WEB, and PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN.

PAQUETE DE LOGOS 1	PAQUETE DE LOGOS 2	PAPELERÍA 1	PAPELERÍA 2	LOGOS + PAPELERÍA	IMPRESIONES
3 propuestas de logos 5 días hábiles 2 rediseños/correcciones Múltiples formatos	4 propuestas de logos 7 días hábiles 3 rediseños/correcciones Múltiples formatos	2 propuestas de tarjeta de presentación, hoja y sobre 4 días hábiles 2 rediseños/correcciones	3 propuestas de tarjeta de presentación, hoja y sobre 5 días hábiles 3 rediseños/correcciones	Combinación de Paquetes de Logos + Papelería	- Tarjetas - Pastelerías - Carpetas - Folletos - Otros
\$ 65.000 iva incl.	\$ 75.000 iva incl.	\$ 35.000 iva incl.	\$ 45.000 iva incl.	10% de descuento	
LLENAR SOLICITUD	LLENAR SOLICITUD	LLENAR SOLICITUD	LLENAR SOLICITUD	LLENAR SOLICITUD	LLENAR SOLICITUD

SERVICIOS ELEVO

- IMAGEN CORPORATIVA**
 - Diseño de logotipos
 - Diseño de tarjeta presentación
 - Diseño de papelería (hoja+sobre)
 - Diseño de carpeta
 - Diseño de flyers o volantes
 - Diseño de folletos, dípticos, trípticos
 - Diseño de etiquetas
 - Diseño de manual de marca
 - Diseño de catálogos
 - Diseño de pendones y carteles
 - Diseño de memorias
 - Diseño de brochures
 - Diseño de newsletters
 - Diseño de gráfica vehicular
- WEB**
 - Diseño web
 - Diseño de banner estáticos/dinámicos
 - Diseño de mailing
 - Diseño de newsletter digital
 - Creación de planillas Excel en línea
 - Contratación de Hosting
 - Registro de dominio
 - Implementación de casillas e-mail
- PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN**
 - Avisos publicitarios
 - Presentaciones para Empresas (PDF o Powerpoint)
 - Creación de cuentas corporativas Twitter
 - Creación de cuentas corporativas Facebook
 - Creación de campañas online (Google Adwords)

Fig 4. <http://www.elevo.cl/ComoFunciona.php>

Este sistema presenta claras falencias al compararlo con el de las consultoras más grandes, como el nulo análisis de la problemática real a través de la recolección de información y las visitas en terreno, un trabajo de planificación reducido a la definición de fechas y números de entrega de propuestas y correcciones y un nulo trabajo de implementación del producto final. Sin embargo este tipo de agencia puede resultar útil para clientes de empresas pequeñas, con presupuestos reducidos y que no buscan un trabajo estratégico tan profundo a la hora de generar una estrategia de comunicación.

CAPÍTULO 3:

MÉTODOS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE PRODUCTOS

Como se desarrolló anteriormente con el análisis de 3 consultoras, la elección de una método o modelo para una consultoría es clave en futuro fructífero de ésta. Si bien algunas logran permanecer años en funcionamiento, no es sino con una base metodológica consistente que logre potenciar tanto la calidad, la rapidez, y la agilidad de producción de un producto, lo que la hace crecer y perdurar en el tiempo. Otro punto importante, es que se logra una diferenciación del resto de consultoras centradas en el área de Diseño, no sólo en el estilo final al cual llega un trabajo, que es generalmente la característica más redundante de diferenciación instaurada en las consultorías chilenas, sino que se logra esta diferenciación ya que cualquier producto o encargo se guiará por la misma consistencia de procesos productivos, logrando, en comparación con otras resultados fiables y positivos, por medio de un sistema controlado y ya comprobado.

En este caso, al desear resultados consistentes, resulta imposible ignorar que el método elegido es el gran centro de un buen funcionamiento y resultado final. Ahora nos cabe preguntar:

¿Existe un método o métodos ágiles y eficientes para el proceso de desarrollo de productos?

Al responder esta pregunta existirá una tendencia a contestar que depende de los objetivos de la empresa: ya sea enfocada en el precio, la rapidez, la calidad y del producto en sí. Desde este punto de vista no sería un método, sino, más bien una estrategia, que se define como un conjunto de acciones para llegar a un mismo fin, y ésta enfocada a un área específica como lo es el marketing, tácticas empresariales, etc. En cambio el método se define a partir de 2 palabras de origen griego: *metà* (“más allá”), *odòs* (“camino”) y es el conjunto de estrategias que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal. Este concepto hace referencia al plan de investigación que permite cumplir ciertos objetivos, y nace a partir del método científico. Ahora bien trasladando este concepto al plano de las consultorías de diseño, entenderíamos que método reúne todas las estrategias necesarias para la producción de un producto.

Uno de estos métodos elegidos a desarrollar en el apartado siguiente es el QFD, que respondería la pregunta previa formulada, mejorando la agilidad y eficiencia en el desarrollo de productos, uniendo cualidades del marketing con la calidad y centrado en la satisfacción del cliente e involucrando a todos los miembros de la producción.

Método QFD

QFD, que significa: *Quality Function Deployment*, es un método de diseño de productos o servicios que busca focalizar el diseño de éstos en dar respuesta a las **necesidades de los clientes**. La definición que otorga Francisco Tamayo y Verónica González Bosch (2004, México), para la Asociación Latinoamericana de QFD, la cual intenta fusionar las distintas definiciones desarrolladas, es la siguiente:

Sistema que busca focalizar el diseño de los productos y servicios en dar respuesta a las necesidades de los clientes. Esto significa alinear lo que el cliente requiere con lo que la organización produce. QFD permite a una organización entender la prioridad de las necesidades de sus clientes y encontrar respuestas innovadoras a esas necesidades, a través de la mejora continua de los productos y servicios en búsqueda de maximizar la oferta de valor. QFD significa Despliegue de

la Función de Calidad. Esto es, "transmitir" a través de los procesos organizacionales los atributos de calidad que el cliente demanda, para que cada proceso pueda contribuir al aseguramiento de estas características. A través del QFD, todo el personal de una organización puede entender lo que es realmente importante para los clientes y trabajar para cumplirlo.

En palabras simples, traduce los requerimientos del cliente en requerimientos para el proceso de producción aplicados en la consultoría. Se debe destacar que es un método integrador de las distintas áreas, como marketing, ingeniería y operaciones, y de distintas actividades o etapas, como diseño, producción, manufactura, distribución. Por ende, reúne las estrategias necesarias para un único fin constante durante todo el proceso que es **la satisfacción del cliente**.

Historia

Sus inicios se centran con Shigeru Mizuno y Yoji Akao que crearon QFD en Japón en los años 60. Fue aplicada por primera vez en los astilleros Kobe de Mitsubishi en 1972. Primero fue presentado a una audiencia americana en 1983 en que *Quality Progress* publicó el artículo "Quality Function Deployment y CWQC en Japon" por Masao Kogure y Akao. Después de eso, el instituto de Kaizen (entonces Investigación de Cambridge) invitó a Akao a Chicago que diera una conferencia en QFD. Más tarde fue desarrollada con mayor cabalidad por la industria automotriz japonesa Toyota para reducir el tiempo de desarrollo.

Beneficios

Hay varias ventajas a usar QFD. Además de requerir menos recursos que otras herramientas de la calidad, puede:

- Mejorar los procesos, productos o servicios de una consultora
- Producir un resultado más rápido que otros métodos.
- Dar definición al proceso de diseño.
- Ayudar al equipo a permanecer enfocado.
- Permitir revisión fácil de la gerencia y de repaso de compañeros a las actividades de diseño.
- Ayudar a presentar la información gráficamente (**matriz, figura 5**)
- Procesos detallados en caso de querer mejorar los resultados para procesos, productos, o servicios futuros.

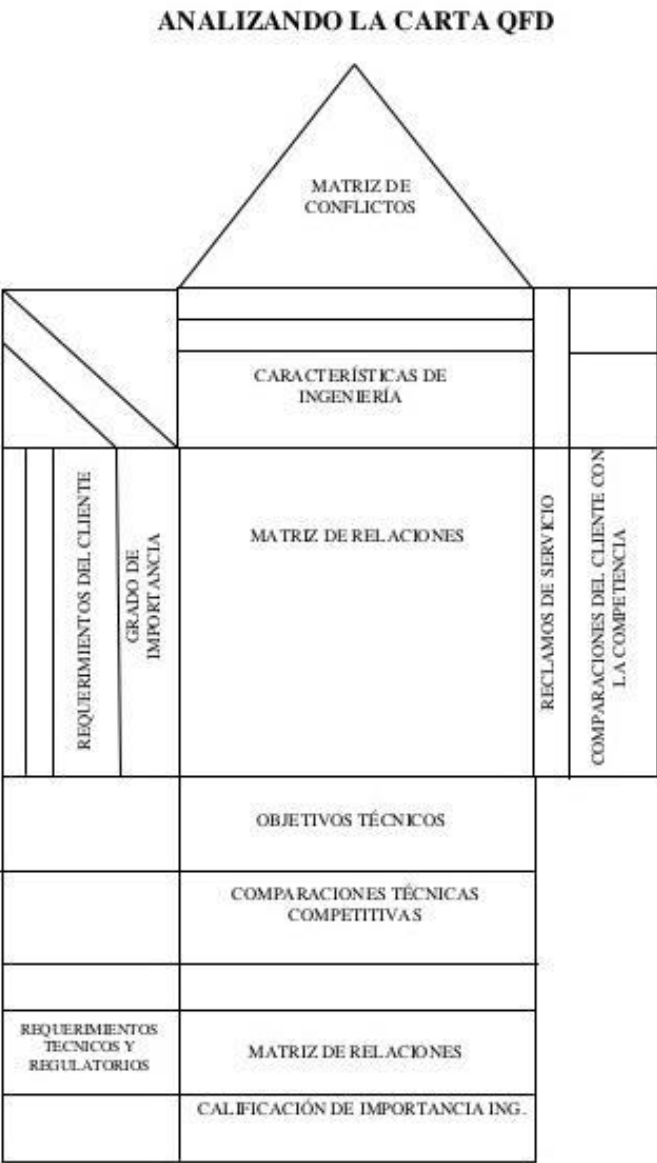


Figura 5, Matriz QFD

ESQUEMA QFD

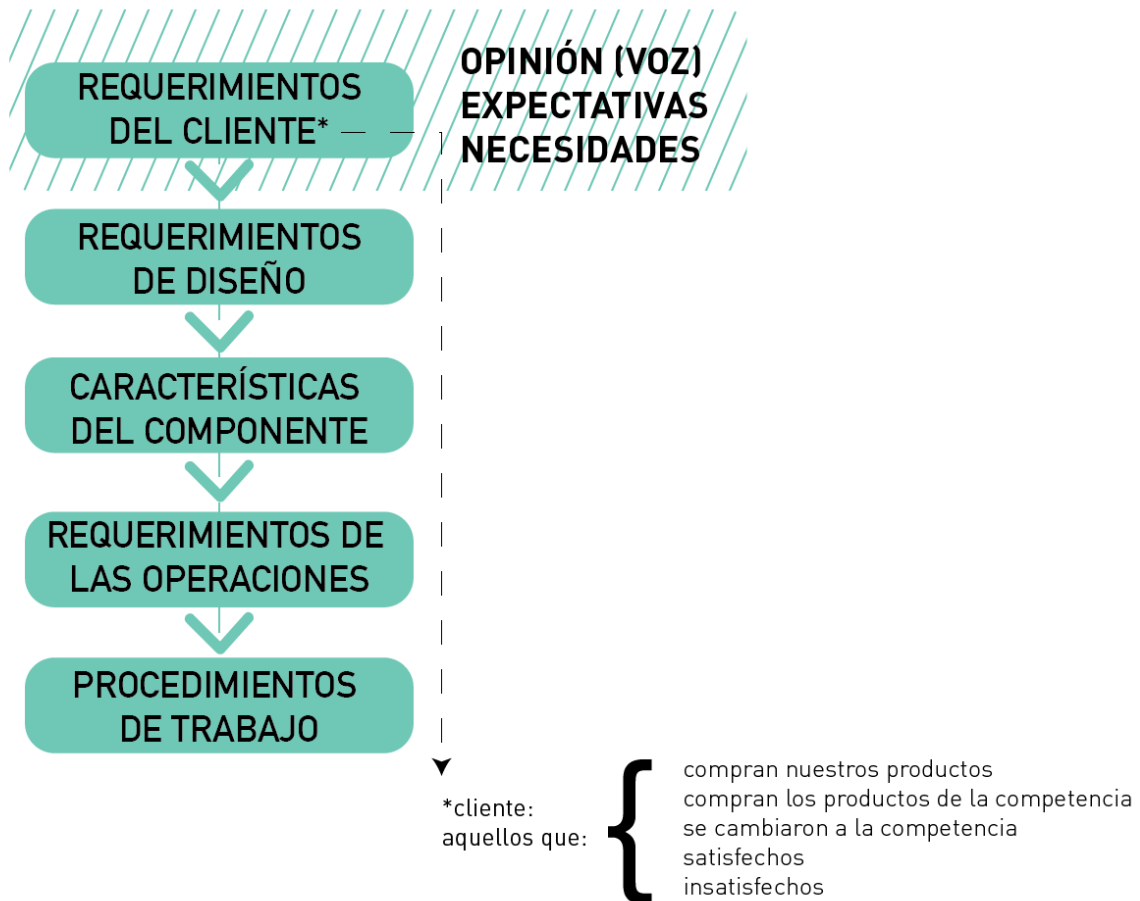


Fig 6. Esquema QFD

El esquema anterior resume los pasos del QFD, poniendo a la cabeza los requerimientos del cliente. No se profundizará en los pasos en cuestión ni en la matriz (figura 1), sólo se recalcará en el hecho de que el objetivo primordial del QFD es resolver los 3 tópicos principales que se presentan en los métodos tradicionales de diseño de procesos: la opinión del cliente(voz), las expectativas y las necesidades, por lo que a partir de estos puntos QFD genera respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la "calidad" que los clientes desean?
- ¿Qué, criterios técnicos debe cumplir el producto o servicio?
- ¿Qué actividades debemos realizar para proveer ese servicio?
- ¿Cómo podemos proveer a nuestro cliente de lo que él espera en base a los recursos disponibles?

Éstas son las primeras preguntas y fundamentales para cualquier proyecto innovativo que quiera considerarse a largo plazo.

CONCLUSIÓN

Dado el contexto actual bajo el cual se desenvuelve la disciplina del diseño, en donde no se valora su potencial como factor de crecimiento del país y en donde no se le asigna un rol o un situs que lo posicione en un buen lugar con respecto a otras profesiones como sucede en los países desarrollados, es necesario y de carácter urgente proponer una manera de “estandarizar” el ejercicio de la profesión.

Un interesante formato para esta finalidad es el de la consultoría. Una consultoría le permite a un profesional, proporcionar un consejo experto dentro de un dominio particular o área de experiencia. Este formato consiste en un estructurado sistema que consiste en un enfoque, un fin, una metodología y un escenario. De esta manera, se entiende que corresponde un servicio completo en donde el servicio es más que una simple solución de diseño, son sistemas de solución que le proporcionan grandes beneficios a las empresas o clientes a quienes asesoran.

Pero debido a que corresponde a un sistema complejo, que requiere de un modelo diseñado de manera inteligente, es necesario considerar ciertos aspectos previos, como es el de las necesidades de los clientes, qué están demandando, cuáles son sus problemas, quienes están demandando y por qué. Bajo estos criterios se puede comenzar a determinar el cómo se procederá a diseñar dicho modelo. Teniendo en claro los tipos de problemas a cubrir, se puede dilucidar cómo se van a abarcar. En palabras más concretas, conociendo las necesidades de las empresas se puede comenzar a diseñar el método más propicio para cada problema o grupo de problemas. Por consiguiente, el éxito de una empresa de consultoría en diseño, estará fuertemente ligada a su método.

En Chile, el formato de consultoría en el diseño no está siendo explotado, debido a que el situs que tiene esta disciplina, tanto desde el punto de vista de la sociedad como de los mismos profesionales no está claro o bien posicionado. De manera que el servicio que se entrega como diseñadores, está más ligado a la solución básica o secundaria, más que como un verdadero aporte al posicionamiento o crecimiento de una empresa. Sin embargo, existen algunos ejemplos de empresas de diseño que han intentado surgir a través de este concepto, planteando un servicio más completo y mucho mejor definido. Es el caso de SienteCinco y Grupo Oxígeno. Si bien estas empresas consideran la importancia de establecer una metodología concreta para enfrentarse eficientemente a las distintas necesidades de sus clientes, aún tienen falencias. Estas metodologías aún están más ligadas al proceso de diseño que a un fin determinado, como por ejemplo: incrementar las ventas de un producto, posicionar a la empresa en el mercado, fidelización con los clientes, etc. Una metodología debe hablar de un fin definido, el cual se debe reflejar en cada una de sus etapas.

Respecto a la aplicación en Chile de un método ya comprobado internacionalmente, como es el QFD con más de 3 décadas de vigencia, no ha logrado ser una práctica común el implementarlo, sobretodo en el área de las pymes, ya que éstos se consideran lamentablemente, “sistemas para grandes empresas” o peor aún sólo un sistema teórico que no se puede instaurar en la realidad para los procesos de producción. Esta idea errónea surge por una falta de visión de los emprendedores o de una reticencia en la implementación de nuevas prácticas, se centran en la producción del producto sin otorgarle las características que el cliente necesita por medio de un sistema controlado y con las cuáles ellos pueden diferenciar y escoger una consultora del resto.

En la actualidad la consolidación de una empresa pasa por una serie de organizaciones internas que no sólo se basan en un esquema lineal de producción, es una red compleja que interconecta los distintos requerimientos del cliente con los requerimientos necesarios que deben ejecutar internamente en una empresa para mantener la competitividad en el mercado. Ya no basta con poseer un producto innovador si no se puede mantener su producción en el tiempo y adaptarse a los nuevos cambios que desea y sugiere el usuario. La consultoría de diseño para este fin, es un eje primordial como guía hacia una estructuración desde las bases de una idea innovadora y su planificación en los procesos de producción, instaura la metodología necesaria siendo esta la herramienta más poderosa entregada a un emprendedor ya que establece los cimientos sólidos para la productividad, crecimiento, competitividad e innovación de un producto para su comercialización y vigencia a largo plazo.

WEBGRAFÍA

- <http://www.elevo.cl/ComoFunciona.php>
- <http://www.mg-consulting.cl/comunicacion-estrategica/>
- <http://www.redodigital.com/nosotros/>
- <http://www.180grados.cl/asesoria-estrategica/>
- <http://www.sientecinco.cl/metodologia>
- <http://www.grupoxigeno.cl/metodologia/index.html>
- <http://continuuminnovation.com/whatwedo/clientervices/>
- http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design/design-for-growth-and-prosperity-report_en.pdf
- <http://www.designweek.co.uk/creative-survey/>
- “Beneficios del uso de QFD” <http://asq.org/quality-progress/2003/03/problem-solving/qfd-explicado.html#5>
- www.qfdlat.com
- http://www.emeraldinsight.com/content_images/fig/1200160103002.png