

La Consultoría y la diferenciación: La Metodología su mejor arma

Paper Primera síntesis de Investigación
Seminario Gestión II

Macarena Couble - Natalia Leyton - Valeska Dockendorff

Preguntas y análisis

1. “¿La oferta de consultoras de diseño en el mercado serán pocas, por lo cual se desconoce este tipo de servicio o bien no se ha masificado?”
2. “¿De qué manera las Consultoras en Diseño, pueden transmitir a sus nuevos clientes, de qué forma aportaría una consultoría en diseño en sus empresas?”
3. “¿Qué son y cómo se manifiestan los ciclos cambiantes del mercado?”

-
- * Las preguntas 1 y 2 están relacionadas. Podemos ver que hay un mercado en crecimiento de consultorías de diseño, y que el problema principal o el porqué del desconocimiento del servicio, se debe a que existe una comunicación deficiente ya sea con el cliente o con el mismo diseñador, y de qué manera pueden transmitir a sus nuevos clientes la forma en que aporta una consultoría en diseño en sus empresas.
 - * Es completamente necesaria la buena comunicación, y el poder exteriorizar el profesionalismo del servicio.
 - * La tercera pregunta nos mostró una visión del comportamiento del mercado como fenómeno económico, para luego entender, que no es ahí donde queríamos apuntar nuestros esfuerzos, y nació la pregunta “¿Cómo funciona el mercado de las consultorías?”.

Comparación papers

Interdisciplina / Transdisciplina

“Diseño como Transdisciplina” de Barbara Ibarra / *“Disciplina transversal: El diseño como vínculo intelectual para potenciar el emprendimiento”* de Carla Ponzano / *“El Diseño en equipos interdisciplinarios: la importancia de la disciplina en proyectos de innovación”* de Constanza Ramirez

Se involucran los conocimientos de diseñadores y clientes para llegar a un fin común, en donde no hay una disciplina con mayor autoridad por sobre la otra.

El diseño no es muy valorado en los equipos interdisciplinarios, en ese caso específicamente de innovación. Y es lo que nos hace preguntarnos ¿Por qué no está siendo valorado el diseño dentro de los equipos interdisciplinarios? ¿cómo puede una consultora de diseño combatir esa desvalorización?

Gestión / Autogestión

“Diseño, una disciplina transversal” de Dai-Liv Fuentes / *“Imagen del diseñador para el mercado- marketing persona”* de Carolina Toro / *“El Diseño como herramienta de gestión empresarial”* de Susana Sanhueza.

Otro tema importante que encontramos dentro de la consultoría, es el del desarrollo del Design Thinking como aplicación dentro de la gestión empresarial, donde además de aplicar esa metodología como parte del proceso de una empresa, se concluye que el modelo propicio para la gestión empresarial es el de la consultoría. Lo importante es aprender a posicionarse dentro del mercado de las consultoras.

Síntesis

Nueva pregunta: “¿Cómo posicionarse/diferenciarse en el mercado de las consultorías?”

Conceptos

“gestión”, “transdisciplina”, “interdisciplina”, “multidisciplina”, “diferenciación”, “design thinking”, “posicionamiento”

Posicionamiento

Lo que puede hacer una consultora hoy en día para enfrentarse al mercado las consultorías, según las conclusiones de las preguntas otorgadas, está en crecimiento por ser el negocio en diseño que más se acerca a entregar un servicio completo vendiendo un valor intangible como principal eje.

Diferenciación

Es necesario que vaya más allá de la especialización o su nicho de mercado, más allá de desarrollarse como “consultoras expertas en web” o “consultoras especialistas en Branding” por ejemplo. Creemos que hoy la diferenciación necesita ir por la *Metodología*, una que incluya la transdisciplinariedad para un mejor proceso de creación que permita la llegada a un mejor puerto en común.

Metodología de Transdisciplinariedad

La metodología se debería enfocar principalmente en el carácter interdisciplinario de nuestro oficio, la forma de lograr esto, es hacer que el cliente se sienta partícipe de la consultoría, integrando al cliente en el proceso de diseño, para que entre ambos sumemos conocimientos, y así entender a otras disciplinas trabajando como equipo, lo que no quita que el diseñador debe y necesite educarse sobre el área que va a tratar en el proyecto, sino que además debe incorporar esta relación enriquecedora para ambas partes, en la cual quizás se debería incluir el proceso de "Design Thinking" en conjunto con el cliente para desarrollar una buena base antes de avanzar en el proyecto individualmente. Es este el modo donde vemos las luces para sacar adelante el negocio de la consultoría en un mercado en crecimiento.

De esta forma, al crear un plan de trabajo en equipo con los clientes, se está produciendo un feedback y el cliente ya no se siente un espectador del proyecto, todo lo contrario, se hace parte de él y eso ayudará a que se sienta aún más conforme con el resultado de éste y también no vernos en la obligación de obedecer lo que ellos proponen sin acuerdo alguno. Un buen recibimiento de parte del cliente y su posterior satisfacción por el servicio entregado posiciona a la consultora entre sus competencias.