

prospecta

Metodología del Diseño en México

-Segunda Parte-



En el reporte semanal de Prospecta continuamos analizando el libro "Sistema Moda, el ABC de una Industria" y nos enfocamos en las -Estrategias para la construcción de un modelo de negocio a favor del Diseño- así como las -Condiciones Actuales que favorecen la creación de un modelo de negocio a favor del Diseño-.

Además abordamos la metodología de 4 pasos que garantiza la generación de productos anticipados y acordes al mercado global.

Estrategias para la construcción de un modelo de negocio a favor del Diseño.

La metodología de diseño es aplicable a todas las empresas, sin embargo, el grado de intervención del proceso de diseño está en función de los objetivos y las estrategias que sean planteadas para lograrlos. Lo anterior determina la complejidad del proceso de diseño y la velocidad de los ciclos de producción.

Las empresas pueden seguir diversas estrategias, planteadas en base a sus capacidades internas, la orientación de la marca, el mercado objetivo y su visión estratégica, sin embargo, se plantean como base ocho estrategias -no excluyentes ni limitativas- que deben ser consideradas para determinar el grado de complejidad del proceso de diseño.

Estrategias para la construcción de un modelo de negocio a favor del Diseño.



Enfoque en la producción

Empresas con gran capacidad productiva, control de procesos y calidad estandarizada.



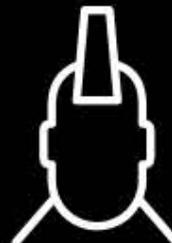
Enfoque en la comercialización

Empresas con capacidad de posicionar marca y/o canales de comercialización sólidos.



Especialización

Empresas con capacidades orientadas a cubrir nichos de mercados específicos.



Personalización

Productos diferenciados adecuados a necesidades particulares.



Internacionalización

Empresas con capacidad para responder de manera sistematizada a exigencias internacionales en calidad, estandarización y tiempo de respuesta



Enfoque en el diseño

Empresas que promueven el diseño como su elemento distintivo de competitividad.

Estrategias para la construcción de un modelo de negocio a favor del Diseño.



7

Procesos Artesanales

Empresas que aprovechan el arraigo de la tradición manufacturera enfocado al rescate de la producción artesanal de calzado.



8

Diversificación

Empresas con capacidad de explotar estrategias horizontales y verticales.

Condiciones actuales que favorecen la creación de un modelo de negocio a favor del diseño.

Mayor protección de propiedad intelectual

La adecuada protección de la propiedad intelectual comienza a ser un requisito clave para lograr un elevado desarrollo creativo y tecnológico, ya que se crea valor y se incrementa la reputación de la marca en el mercado.



Condiciones actuales que favorecen la creación de un modelo de negocio a favor del diseño.

Personalización del Producto

Una nueva dimensión de productos orientados a un mercado cada vez más exigente y sofisticado. La tradición, la moda y la calidad estética se complementan con aspectos relacionados con el tiempo libre y la salud para crear soluciones totalmente orientadas al consumidor.



Reducción del ciclo de vida de los productos

Productos con ciclos de vida más cortos, y por tanto una mayor rotación en el ciclo industrial (diseño, fabricación y comercialización). Esta tendencia viene impulsada por la creciente competitividad de los mercados, los cambios en las preferencias de consumo y la creación de innovaciones tecnológicas.



Transformación de los canales de distribución

Consolidación de Internet como un importante canal para la realización de transacciones comerciales. Hoy gran parte de las empresas orientadas a la venta de productos y servicios considera el uso de Internet como un canal clave para llegar al consumidor.



Investigación permanente del mercado orientada al consumidor

Se analizan de manera continua las preferencias y percepciones de los consumidores respecto a los productos. Estos estudios orientan nuevos enfoques para configurar soluciones específicas para el consumidor.



Condiciones actuales que favorecen la creación de un modelo de negocio a favor del diseño.

Innovación en los sistemas de logística y distribución

El énfasis en la personalización del producto, el valor de marca y la orientación al consumidor conllevan a soluciones innovadoras. Destacan el desarrollo de nuevas tecnologías en la gestión de datos, fuertes inversiones en TICs y optimización de la cadena de valor del sector.



Análisis continuo de factores que configuran la moda

Actualmente se evalúan con detenimiento factores que intervienen en la toma de decisiones de compra de los consumidores finales y de los minoristas.



Mayor sofisticación de los consumidores

Se avanza especialmente con el apoyo de Internet, los smartphones y las redes sociales virtuales, con el objetivo de satisfacer a consumidores más críticos y con más poder gracias a la información que poseen.



Moda: Proceso Controlado y Redituable

La moda es un fenómeno controlado, por lo que las empresas que la consideren como un valor agregado requieren mantener el equilibrio entre originalidad y valor comercial.

Para que la moda sea redituable, las áreas de diseño deberán sustentar sus propuestas en tres elementos fundamentales:

- Proceso
- Investigación
- Detección de necesidades de mercado

Metodología



Las empresas que deciden transformar su modelo de producción y adoptar esta metodología se caracterizan por tener presentes dos preceptos indispensables para la generación de resultados:

Saber para quién se diseña

Considerar las necesidades de los consumidores actuales y potenciales tomando en cuenta estilos de vida, consumo de moda, capacidad adquisitiva, entre otros, permitiendo el desarrollo de de propuestas acertadas.

Identificar la necesidad que va a satisfacer el producto que diseñan

Los productos proyectan a un usuario con necesidades específicas. El nivel de satisfacción a estas necesidades determina si un producto es comercialmente viable para la empresa y funcional para el usuario.

Metodología

Sensibilizar



Ser consciente de los cambios del mercado, tanto en sus dinámicas de compra como en sus preferencias. Es imperativo estar al pendiente de un público masivo y global porque su comportamiento brinda información valiosa para el planteamiento de estrategias futuras.



Investigar

Avances tecnológicos y estilísticos que la proveeduría desarrolla, con el objetivo de orientar la producción hacia las tendencias de moda y consumo.



Proponer



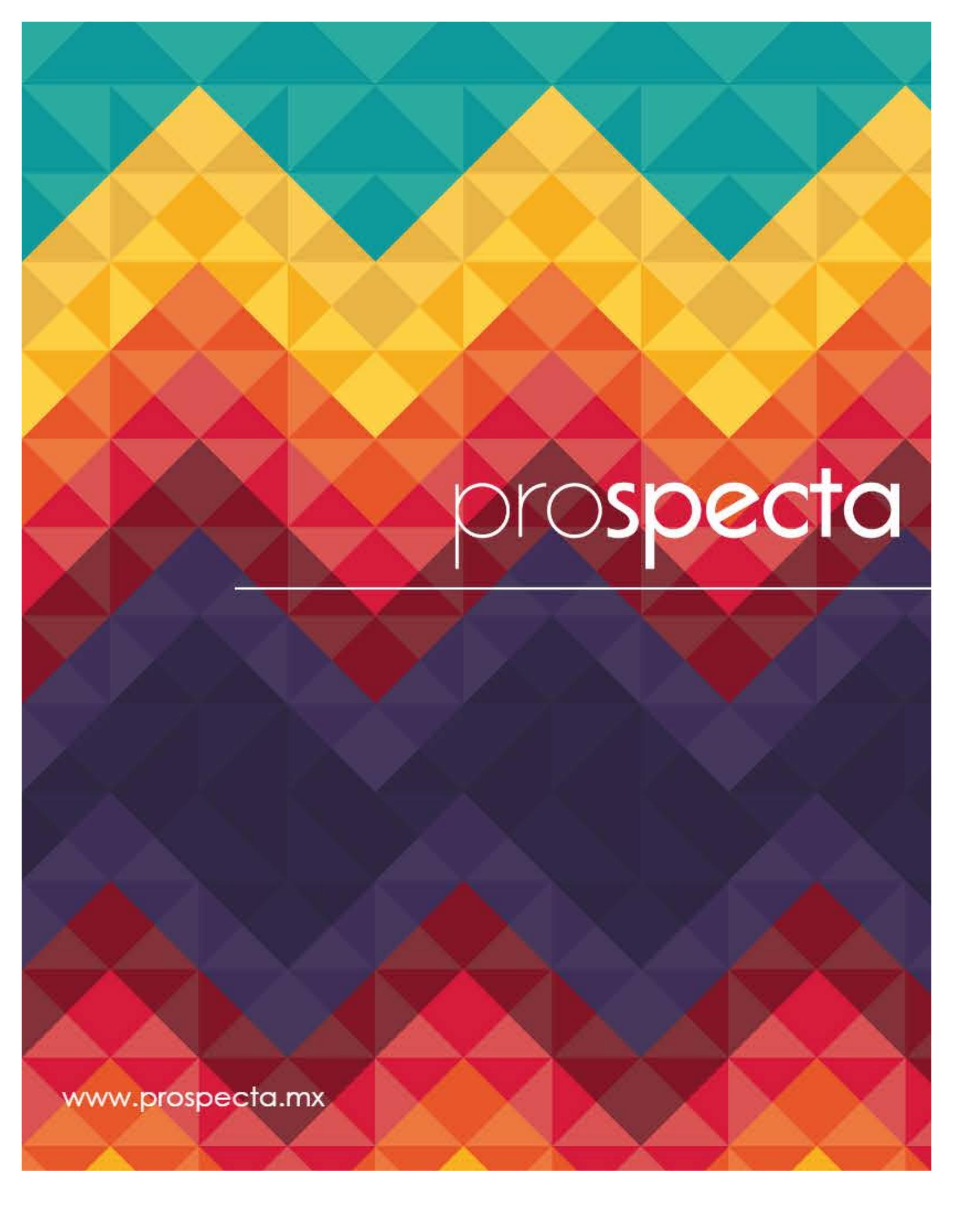
La propuesta de productos sustentables, redituables y con la identidad del consumidor al que se dirigen, es una consecuencia de los tres pasos anteriores.



Analizar

Analizar información de tendencias al interior de las empresas y proyectarla hacia los consumidores garantiza que las decisiones del área de diseño estén alineadas a las cuestiones comerciales.





prospecta

www.prospecta.mx