

Medición del impacto del diseño en las empresas

Proyectos para determinar y cuantificar el impacto del diseño en los resultados empresariales



INTRODUCCIÓN **La Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana (ADCV) con el apoyo de la Agencia Valenciana de la Innovación (AVI) ha estado trabajando desde 2018 en el análisis del impacto económico del diseño en la sociedad. Ese año, la ADCV realizó una investigación de campo cuyos resultados se reflejaron en el informe ‘La economía del diseño en la Comunitat Valenciana’. Entre las principales conclusiones del estudio se evidenció la existencia de una clara correlación entre el uso del diseño en las empresas y su capacidad de innovación y resultados económicos.**

La herramienta que se utilizó en ese estudio para determinar los posibles tipos de relación entre la empresa y el diseño fue la Design Ladder, desarrollada por el Danish Design Center y centrada en fomentar el uso estratégico del diseño. Se trata, a nuestro entender, de una herramienta útil para un fácil diagnóstico, pero insuficiente por ser excesivamente jerárquica.

A partir de la investigación, la ADCV desarrolló otras herramientas de diagnóstico del uso del diseño que junto con la Design Ladder acabaron configurando la D-Tool, una caja digital de herramientas para la medición cualitativa del diseño. Sus principales objetivos son ayudar a las organizaciones a conocer en qué grado utilizan el diseño, ofrecer sugerencias sobre cómo afrontar retos o lograr objetivos y contribuir a la reflexión de estrategias basadas en diseño que puedan mejorar su productividad, competitividad y sostenibilidad.

Es destacable el carácter abierto y divulgativo de D-Tool, cuya implantación le ha valido ser incluida en el banco de buenas prácticas europeas dentro de la ‘Plataforma de Aprendizaje de Políticas’ del programa Interreg Europe.

Design Orientation Scale

La actividad de la ADCV para indagar sobre el impacto del diseño en las empresas y la consiguiente generación de propuestas que permiten mejorar los resultados de las organizaciones llevó a la asociación a interesarse por la investigación realizada por la Dra. Mónica Cantó, en su tesis doctoral, sobre la medición del diseño en la empresa.

Este trabajo, desarrollado originalmente para los sectores del mueble y la iluminación, establece la base de una nueva herramienta de medición del diseño en las empresas.

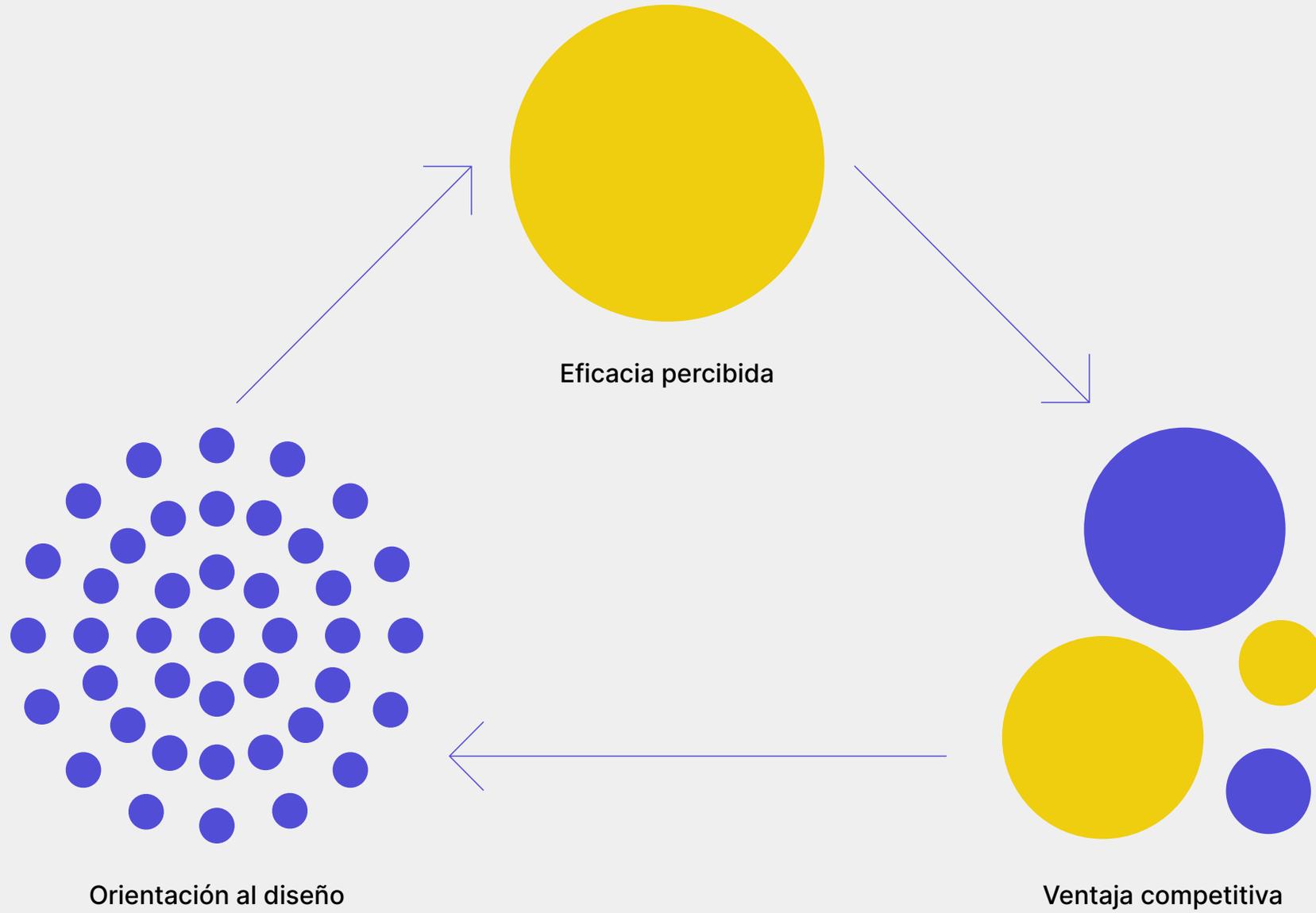
Se trata de una escala que posibilita a la empresa conocer su nivel de orientación al diseño e identificar las áreas que debe desarrollar para aumentar esta disposición y, por consiguiente, mejorar sus resultados y su eficacia en la diferenciación de producto.

La investigación aporta dos contribuciones de especial envergadura en el ámbito del diseño. La primera, al permitir medir la orientación al diseño a través de siete dimensiones que evalúan a la empresa y de las que se obtiene como resultado un valor numérico. La segunda es que existe causalidad entre la orientación al diseño y la ventaja competitiva tanto en capacidad de diferenciación del producto como en eficacia empresarial percibida (entendida como el alcance exitoso de los objetivos de una empresa). Es decir, la investigación de la Dra. Mónica Cantó confirma que la orientación al diseño en la empresa genera ventaja competitiva.

Estos hallazgos son realmente relevantes, pues van más allá de indicar que el uso del diseño y los resultados empresariales están relacionados y explican cómo se genera la ventaja competitiva en diferenciación a través del diseño.



Posibilita a la empresa conocer su nivel de orientación al diseño e identificar las áreas que debe desarrollar para aumentar esta disposición





La Design Orientation Scale hace posible la medición cuantitativa del uso del diseño en las empresas y de su efecto directo en la ventaja competitiva.

- **¿Cuáles son las buenas prácticas necesarias para que una empresa se oriente al diseño?**
- **¿Cuáles son las capacidades de las empresas orientadas al diseño?**

Todo ello motivó a la ADCV a proponer a la Dra. Mónica Cantó la ampliación de la investigación realizada en los sectores de mobiliario e iluminación al resto de sectores empresariales para averiguar si la Design Orientation Scale seguía siendo válida multisectorialmente.



Validación de la escala a nivel multisectorial

Así, en 2021 la Dra. Mónica Cantó dirige y desarrolla, con apoyo de la ADCV y la financiación de la AVI, una investigación donde contrasta la Design Orientation Scale en una muestra de 709 empresas españolas de diferentes sectores de industria y servicios. Los resultados avalan el buen funcionamiento de la escala en estos sectores y ratifica su validez como instrumento de medición y de gestión en el uso del diseño.

Los datos reflejan un valor medio del 81% en la orientación al diseño de las empresas, siendo las dimensiones que más contribuyen: la sensibilidad del diseño, las habilidades específicas del diseño y las habilidades básicas de diseño.

Además, se ha podido corroborar el efecto directo de la orientación al diseño sobre la ventaja competitiva y el éxito del nuevo producto. Es decir, un mayor nivel de orientación al diseño en la empresa conduce a una mayor ventaja competitiva en diferenciación de producto.

709

81%

Funcionamiento de la Design Orientation Scale

La Design Orientation Scale identifica siete dimensiones que definen las capacidades de diseño necesarias para alcanzar un determinado nivel de orientación al diseño en la empresa. La relación de la empresa u organización con esas dimensiones determinará su grado de orientación al diseño.

Estas siete dimensiones concretan tanto cuestiones culturales como comportamentales de las empresas con respecto al diseño y se desglosan en una serie de indicadores. Un total de 19 indicadores que permiten identificar las cualidades necesarias para implementar e incrementar la orientación al diseño en la organización.

Las siete dimensiones valoradas en la escala son:

01

Adoptar una actitud consciente de los beneficios del diseño y difundirla en toda la organización partiendo desde el nivel de responsabilidad más alto de la organización.

02

Cultivar la sensibilidad del diseño en la organización creando valor a través de una cultura de diseño propia que busca la conexión emocional con los clientes.

03

Fomentar las habilidades necesarias para generar un proyecto de diseño robusto y duradero que comunique el valor con un lenguaje diferenciador propio.

04

Desarrollar la capacidad de gestión adecuada para las actividades especializadas requeridas en el proceso de diseño del producto o servicio.

05

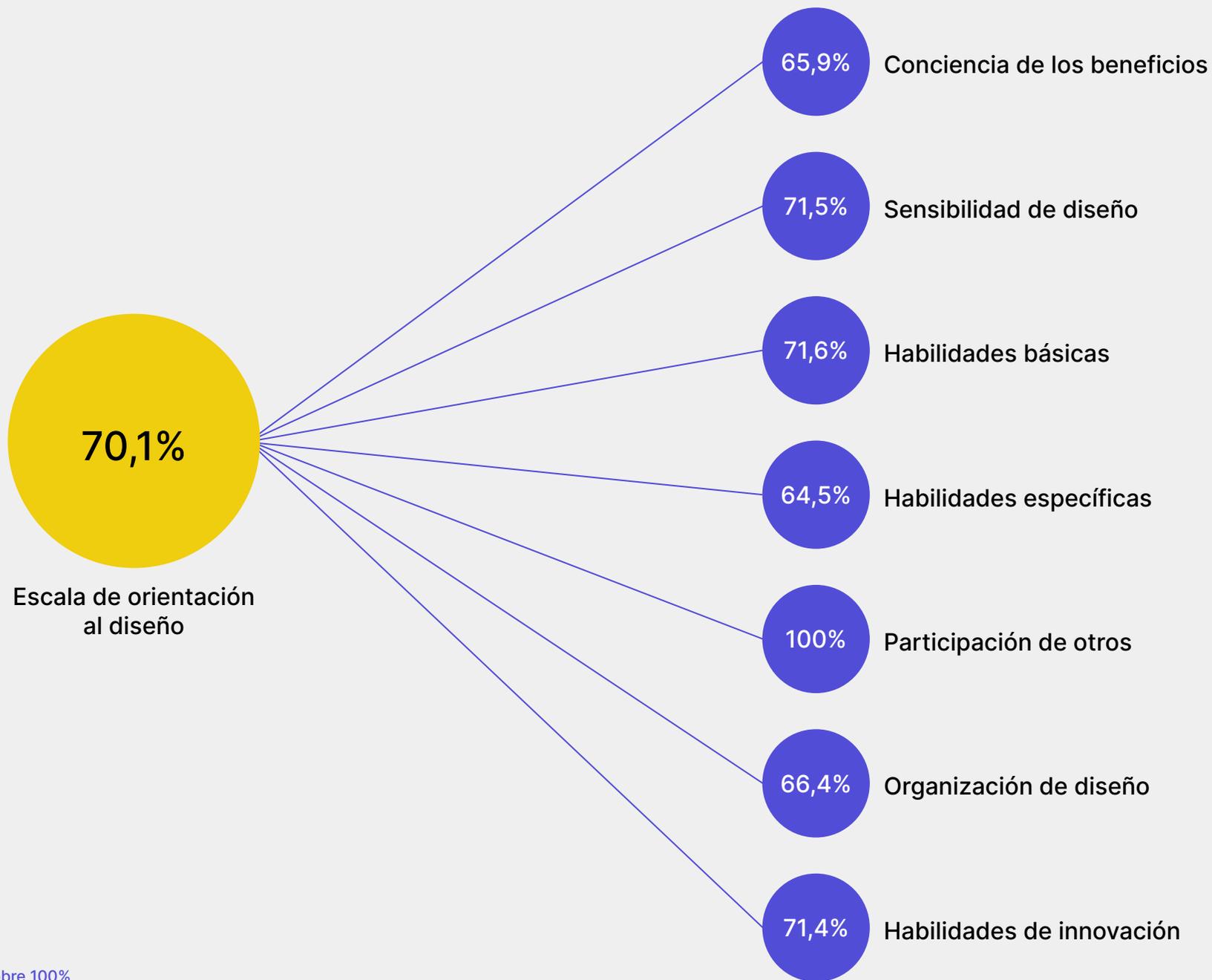
Involucrar a clientes y proveedores en el proceso de diseño para descubrir nuevas ideas de productos, servicios o experiencias.

06

Promover la capacidad de gestión del cambio.

07

Dotar de recursos a la innovación.



*Valor porcentual sobre 100%

Cómo implementar esta escala de orientación al diseño

La Design Orientation Scale tiene el potencial para convertirse en una herramienta de autodiagnóstico que pueda dirigir y facilitar la orientación al diseño en las organizaciones.

Las empresas que logren abordar la mejora de aquellas cualidades con valoraciones inferiores conseguirán de manera directa una mayor ventaja competitiva y en los beneficios de sus resultados.

La ADCV, una vez validada la eficacia de esta escala a nivel multisectorial, trabajará en la incorporación de esta escala en la **D-Toolbox**, convirtiéndola en un instrumento de autodiagnóstico digital abierto y gratuito para todo tipo de organizaciones interesadas en integrar el diseño en su estrategia empresarial para mejorar su productividad.

Oid!

Un proyecto de la ADCV



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu



AVI AGÈNCIA VALENCIANA
DE LA INNOVACIÓ