

04

anexo | appendix

GUÍA ESTRATÉGICA STRATEGIC GUIDE

¿QUÉ FACTORES DE RELEVANCIA DEBEMOS TENER EN CONSIDERACIÓN DURANTE EL DISEÑO DE UN NUEVO PRODUCTO ESTRATÉGICO?

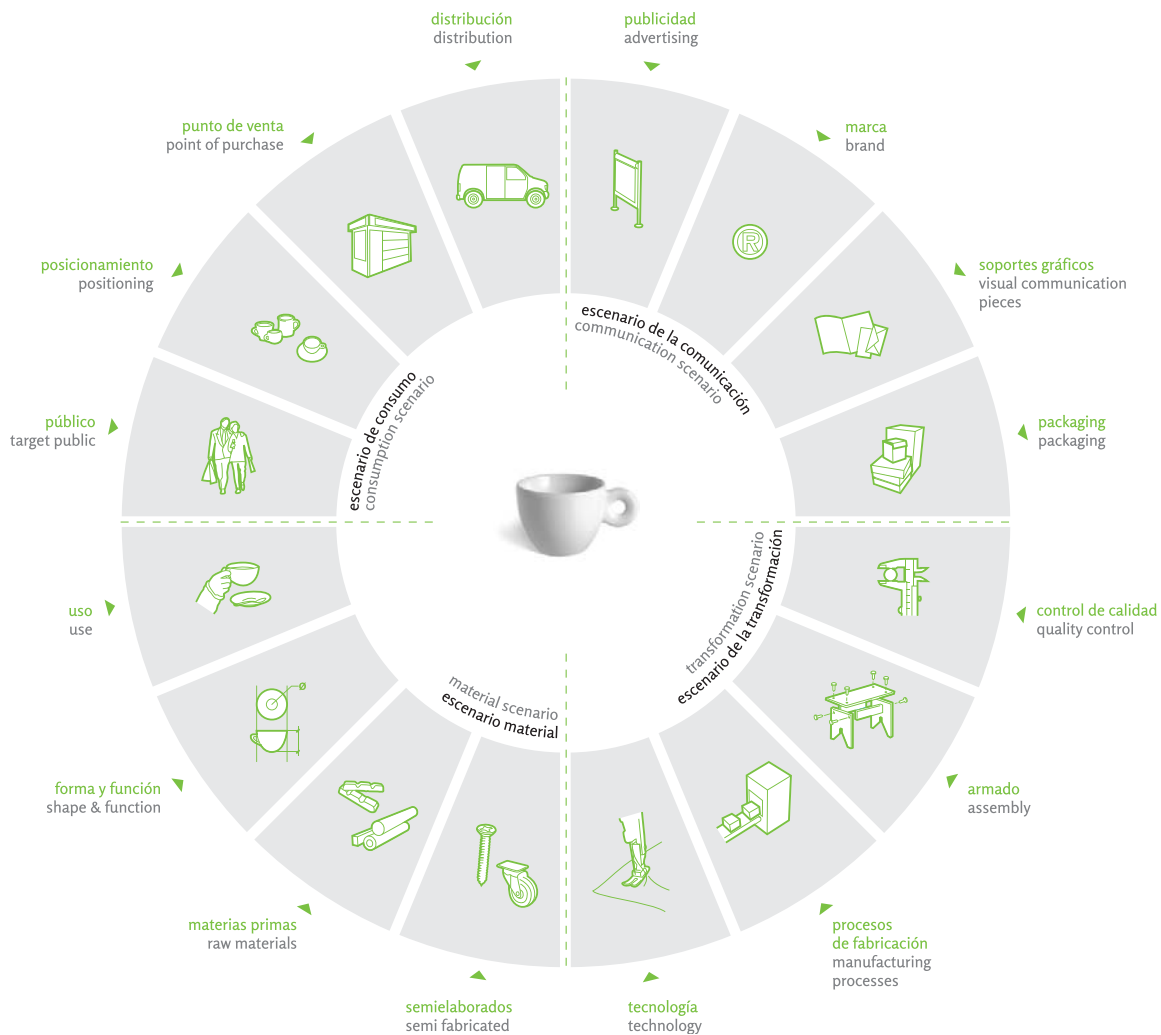
La siguiente guía tiene por objetivo poner a disposición de aquellos proyectistas y productores que persigan agudizar la estrategia de su oferta, una herramienta –a modo de cuestionario– útil para la consideración de aspectos de relevancia durante procesos de diseño de productos estratégicos.

WHAT RELEVANT FACTORS COULD WE TAKE INTO CONSIDERATION DURING THE DESIGN OF A NEW STRATEGIC PRODUCT?

The aim of this guide is to provide a tool for project designers and producers wishing to improve the strategy of their offer, in the form of a questionnaire, which will be useful in considering relevant aspects during the design process for their strategic products.

SISTEMA DEL PRODUCTO

PRODUCT SYSTEM



ESCENARIO DE CONSUMO

CONSUMPTION SCENARIO

1



COMPRENDER AL PÚBLICO

UNDERSTANDING THE PUBLIC

¿Sobre qué deseos y motivaciones del público podríamos apoyar el proyecto?

¿Cuánto estarían dispuestos a pagar para este tipo de compra?

¿Cómo sería el contexto material que rodearía el producto?

¿Qué experiencia de compra podría proponer el producto?

What desires and motivations of the public could we base the project on?

How much would they be willing to pay for this type of purchase?

What would the material context surrounding the product be like?

What purchasing experience could the product propose?

2



ENTENDER EL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO

UNDERSTANDING THE POSITIONING OF THE PRODUCT

¿Con qué productos se competiría?

¿Qué ventajas competitivas se podría diseñar en el producto?

¿Cuál sería la posición del producto en el mercado?

¿Cuáles serían los factores por los cuales el producto sería reconocido y descrito?

What products will they be competing with?

What competitive advantages could be designed in the product?

What would be the position of the product in the market?

What would be the factors the product would be recognized and described with?

3 |

RECONOCER LA IDENTIDAD DEL PUNTO DE VENTA

RECOGNIZING THE IDENTITY
OF THE POINT OF PURCHASE

¿Cómo será el entorno comercial de los hipotéticos puntos de venta?

¿Cuáles serán las características del público que los frecuentarán?

¿Cuáles serán las tipologías de packaging aptas para estos puntos?

¿Cuál será el sistema de exhibición y reposición más acorde para dichos puntos?

What will the commercial surroundings of the hypothetical point of sales be like?

What will be the characteristics of the public that frequent them?

What will be suitable packaging typologies for these points?

What will be the most harmonious system of exhibition and replacement for these points?

4 |

ÉVALUAR LA DISTRIBUCIÓN EVALUATING DISTRIBUTION

¿Cuál será el alcance geográfico del producto?

¿Cuáles son los principales medios de transporte para ese alcance?

¿Cuáles son los condicionantes del producto con respecto a su embalaje?

¿Cuáles son los condicionantes del medio de transporte con respecto al embalaje?

What will the geographic scope of the product be?

What are the principal means of transport for this scope?

What will condition the product as regards its packaging?

What will condition the means of transport as regards packaging?

ESCENARIO DE LA COMUNICACIÓN

COMMUNICATION SCENARIO

1 |

IDENTIFICAR EL PRODUCTO

IDENTIFYING THE PRODUCT

¿Cómo podremos dar a conocer el producto al público específico?

¿Deberá ser a través de la publicidad, del punto de venta, de otro consumidor?

¿Cuál podrá ser el mensaje? ¿Qué ventaja respecto a la competencia podremos resaltar?

¿Qué valores reales del producto y de la empresa podemos comunicar?

How will the product be made known to the specific public?

Should it be through publicity, point of sales, another consumer?

What could the message be? ¿What advantages could we highlight with respect to competition?

What real product and company values can we communicate?

2 |

CONTROLAR LA MARCA

CONTROLLING THE BRAND

¿El producto tendrá marca propia o se utilizará la de la empresa?

¿Cómo deberá posicionarse la marca en relación con el diseño del producto?

¿Cómo deberá posicionarse la marca en relación con las marcas competidoras?

¿A qué tipo de aplicaciones deberá ser sometida la marca?

Will the product have its own brand or will the company's brand be used?

How should the brand be positioned in relation to product design?

How should the brand be positioned in relation to competing brands?

What type of applications should the brand be submitted to?

3



RELATAR EL PRODUCTO

RELATING THE PRODUCT

¿Qué información deberemos transmitir acerca del producto (forma de uso, mantenimiento, etc.)?

¿Qué soportes gráficos podrían/deberían acompañarlo?

¿Cómo condicionará el punto de venta a la información y los soportes gráficos?

What information should be conveyed about the product (method of use, maintenance, etc.)?

What visual communication pieces could/should accompany it?

How will the point of sales be conditioned to the information and visual communication pieces?

4



DEFINIR EL PACKAGING

DEFINING THE PACKAGING

¿Cuál será la tipología de embalaje adecuada para la distribución, el estoqueado y la exhibición del producto?

¿Qué materiales, colores, texturas del packaging podrían enfatizar la identidad y el posicionamiento del producto?

¿Cómo podemos agregar innovación a través del packaging?

What will be the adequate packaging typology for product distribution, stocking and exhibition?

What packaging materials, colors, textures could emphasize the identity and positioning of the product?

How can innovation be added with packaging?

ESCENARIO DE LA TRANSFORMACIÓN

TRANSFORMATION SCENARIO



APROBAR UN PRODUCTO

APPROVING A PRODUCT

¿Qué controles y certificaciones son indispensables para la elaboración del producto?

¿Qué controles y certificaciones podrían agregar valor al producto?

¿Cómo condicionarán éstos al diseño del producto?

What controls and registration certificates are indispensable for manufacturing of the product?

What controls and certificates could add value to the product?

How will these be conditioned to product design?



COMPLEJIDAD DEL ARMADO

COMPLEXITY OF ASSEMBLY

¿Cuáles son las secuencias de armado, mecánicas o manuales, que implica el producto?

¿Cómo podrá el diseño reducir la complejidad del armado del producto?

Dicha complejidad, ¿aporta a la percepción de la calidad?

What assembly, mechanical or manual sequences does the product involve?

How can the design reduce the complexity of product assembly?

Does this complexity contribute to the perception of quality?

3 |

GESTIONAR EL PROCESO

PROCESS MANAGEMENT

¿Cuáles son las etapas necesarias para fabricar el producto? ¿Es posible producirlo de otra manera?

¿Qué tipo de innovaciones podría introducir en cada una de ellas?

¿Qué piezas partes del diseño podrían ser tercerizadas por costos, calidad y tiempos de producción?

Which are the stages required in manufacturing the product? Is it possible to produce it in any other way?

What type of innovations could each of them introduce?

What parts of the design could be outsourced to improve costs, quality and production time?

4 |

APROVECHAR LA CAPACIDAD TECNOLÓGICA

TAKING ADVANTAGE OF

TECHNOLOGICAL CAPABILITIES

¿Qué capacidades productivas de la empresa podrían aportar valor al producto?

¿Cuáles capacidades podrían ser ventajas competitivas en el mercado?

¿Cómo podría construir identidad de empresa y de producto la capacidad tecnológica?

Which of the company's productive capabilities could add value to the product?

Which capabilities could be competitive advantages in the marketplace?

How could technological capability construct company and product identity?

ESCENARIO MATERIAL

MATERIAL SCENARIO



EVALUAR EL SEMIELABORADO

EVALUATING SEMI-MANUFACTURED GOODS

¿Podría customizarse la oferta a través de la variación de los semielaborados?

¿Cómo podría la selección de los semielaborados elevar la calidad percibida del producto?

¿Podría la marca del semielaborado contribuir a la percepción general de marca de producto?

Could the offer be customized with

the variation of semi-manufactured goods?

How could the selection of semi-manufactured goods raise the perceived quality of the product?

Could the brands of semi-manufactured goods contribute to the general perception of the product brand?



LA MATERIA PRIMA COMO ALMA DEL PRODUCTO

THE RAW MATERIAL AS PRODUCT'S SOUL

¿Podríamos aprovechar las características de la materia prima como aporte a la identidad del producto y de la empresa?

¿El uso de estos materiales podría separarnos de la competencia?

¿Podría existir innovación a través del diseño de un tratamiento particular de la materia prima?

Could the raw material characteristics be used to contribute to the product and company identity?

Could the use of these materials put a distance between us and our competition?

Could innovation involve the design of a particular treatment for the raw material?

3 |

COMPRENDER QUÉ COMERCIALIZAMOS

UNDERSTANDING WHAT WE ARE MARKETING

¿Cuál será el concepto de producto?

¿Qué función específica cumplirá?

¿Planteará una nueva tipología o categoría de producto?

¿Cómo podrán su forma y su función contribuir a la identidad general de la empresa?

What will the product concept be?

What specific function will it comply with?

Will it produce a new typology or product category?

How will its form and function contribute to the general identity of the company?

4 |

FORMA DE USO DEL PRODUCTO

WAY THE PRODUCT IS USED

¿Cómo será la secuencia de uso propuesta?

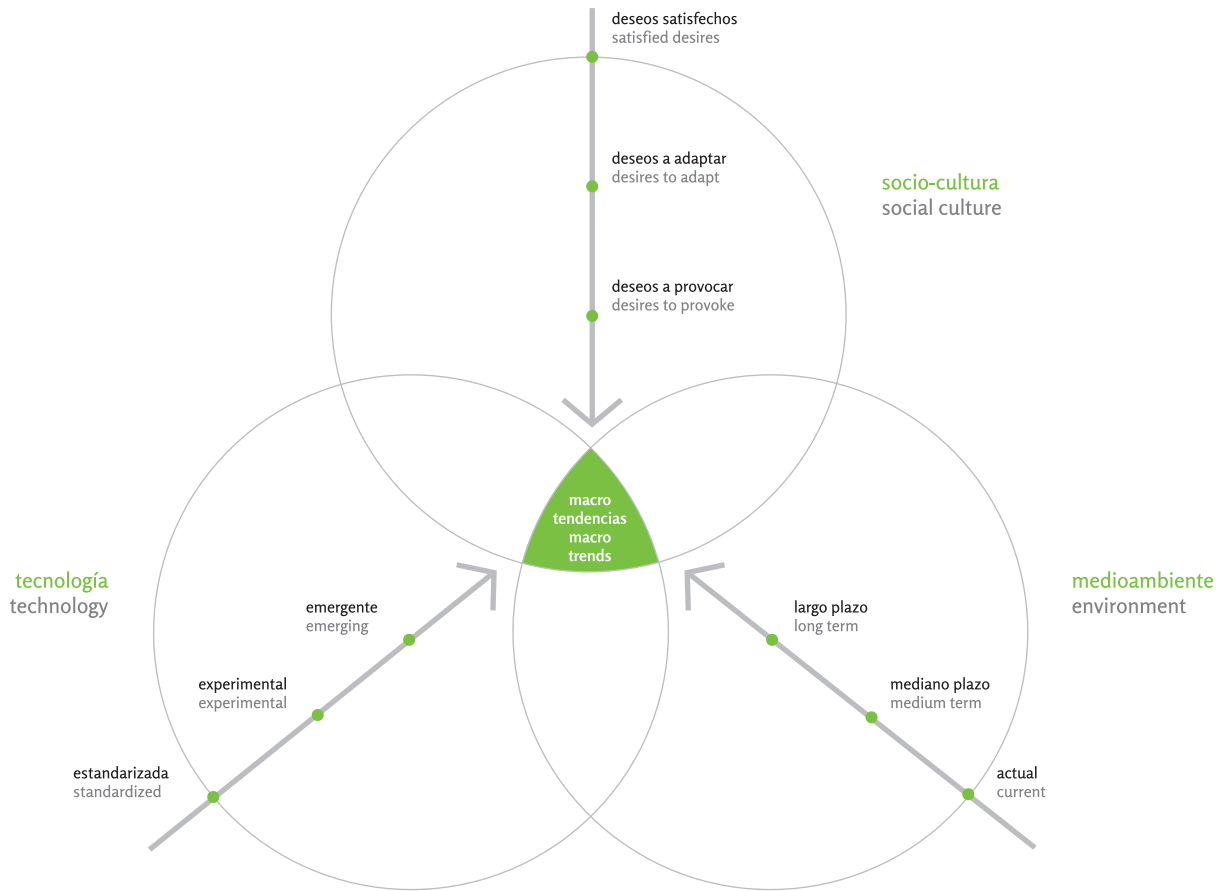
¿Presentará ésta ventajas competitivas por sobre la competencia?

What will the proposed sequence of use be?

Will this have competitive advantages over that of our competition?

INNOVACIÓN

INNOVATION



FACTORES
SOCIOCULTURALES
SOCIO CULTURAL
FACTORS

1

PRODUCTOS
PRODUCTS

¿Existen productos que podrían competir con el nuestro en el mercado? ¿Comparten tipología, forma y función, o al menos una de estas dos variables?

Are there products that could compete with ours in the market? Do they share typology, form and function, or at least one of these two variables?

2

DESEOS

DESIRES

¿Qué deseo/necesidad intentará satisfacer el producto en el mercado?

¿Qué hábitos de uso/consumo podrían instalarse a partir de este nuevo producto?

¿Qué otros productos lo satisfacían o satisfacen de igual o distinto modo?

What desires/needs will the product try to satisfy in the market?

What usage/consumer habits could be established in connection with this new product?

What other products have satisfied or satisfy them in the same or a different way?

3

INFORMACIÓN

INFORMATION

¿Cómo podríamos detectar un nuevo objeto a producir?

¿Podríamos elegir con quiénes competir?

¿Con qué nicho de mercado podríamos identificarnos?

How could a new object be detected for production?

Could we choose who to compete with?

What market niche could we be identified with?

1

MATERIALES

MATERIALS

¿Podríamos desarrollar un material específico para este producto?

¿Podríamos utilizar materiales nuevos/diferentes, existentes en el mercado, para la fabricación del producto?

¿Podríamos adaptar un material no convencional para esta tipología de producto?

Could we develop a specific material for this product?

Could we use new/different materials, which exist in the market, to manufacture the product?

Could we adapt a non-conventional material for this typology of product?

2

MAQUINARIA

MACHINERY

¿Cómo podemos aprovechar la maquinaria existente?

¿Podríamos realizar alguna adaptación de una máquina existente?

¿Podríamos desarrollar maquinaria especial para este nuevo producto?

How can we take advantage of existing machinery?

Could we adapt some existing machinery?

Could we develop special machinery for this new product?

3

PROCESOS

PROCESSES

¿Es necesario realizar alguna modificación dentro de la planta para fabricar el producto?

¿Se podrían diseñar procesos especiales para la fabricación del producto?

Is it necessary to carry out any changes in the plant to manufacture the product?

Can special processes be designed for manufacturing the product?

4

INFORMACIÓN

INFORMATION

¿Cómo podríamos obtener información sobre nuevas tecnologías?

¿Podríamos relacionarnos con centros de investigación especializados?

¿Podríamos adaptar información relacionada con productos competidores?

How could we obtain information about new technologies?

Could we enter a relationship with specialized research centers?

Could we adapt information related to competitive products?

FACTORES DEL
CONTEXTO
CONTEXTUAL
FACTORS

1

Políticos

POLITICAL

¿Qué normativas o reglamentaciones podrían intervenir en la definición de producto?

¿Se podría normalizar algún parámetro del producto?

¿Se podrían generar asociaciones empresarias/sectoriales a través del producto?

¿Se podría generar algún tipo de asociación para lograr un objetivo relacionado con el producto?

What standards or regulations could be involved in the definition of the product?

Could some parameters of the product be standardized?

Could business/sector associations be generated through the product?

Could some type of association be generated to achieve an objective related to the product?

2

ECONÓMICOS

ECONOMIC

¿Se podría hacer uso de financiación de fuentes públicas o privadas para la producción?

En relación con el nuevo producto ¿se deberá modificar el convenio preexistente con la red de proveedores/clientes?

Could use be made of public or private sources to finance production?

In relation to the new product, should the preexistent agreement with the suppliers/clients network be modified?

3

MEDIOAMBIENTALES

ENVIRONMENTAL

¿Existen normativas medioambientales que regulan la fabricación del producto?

¿Es posible diseñar el producto para que contribuya a un medioambiente sostenible?

¿Se podrían controlar los efectos no deseados en el ambiente, tanto durante la producción como en el producto final?

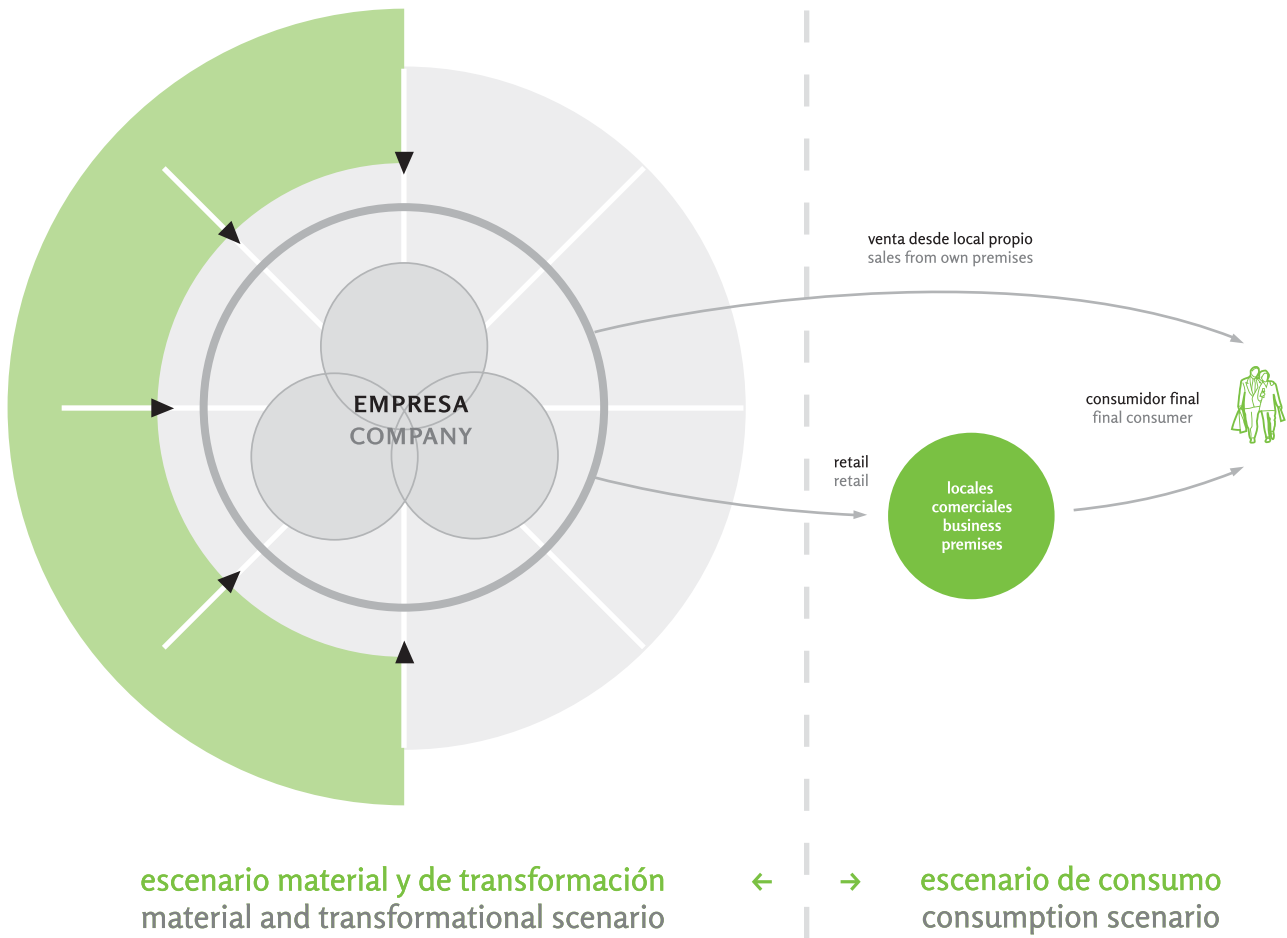
Are there environmental standards that regulate the manufacture of the product?

Is it possible to design the product so that it contributes to sustainable environment?

Could the undesirable effects to the environment be controlled, both during production and in the final product?

AGENTES INVOLUCRADOS

PLAYERS INVOLVED



AGENTES INTERNOS
INTERNAL PLAYERS



¿Quiénes detectarán y analizarán el mercado al que irán dirigidos los nuevos productos?
¿Cómo se comunicarán esos conceptos a los agentes pertinentes?
¿Cómo podríamos aprovechar la calificación de los empleados existente en la complejidad/particularidad del diseño del producto?
¿Qué acciones se podrían realizar para capacitar a los empleados en función del nuevo diseño de producto?
¿Cómo podríamos hacer conocer al personal los objetivos de la complejidad del nuevo producto?
¿Cómo podríamos hacer participar a todo el personal en la selección y proyección de los nuevos productos o servicios?
¿Cómo se puede compartir la información respecto del criterio de selección de los materiales y semielaborados que se van a utilizar en el nuevo producto?
¿Quiénes realizarán los controles de calidad?
¿Quiénes serán los agentes clave dentro de la estructura interna de la empresa para el desarrollo de este nuevo producto?
¿Quiénes determinarán las necesidades tecnológicas para cada producto?
¿Quiénes programarán y controlarán los procesos de fabricación?

Who will detect and analyze the market to which the new products are directed?
How will these concepts be communicated to the appropriate players?
How could we take advantage of the qualification of existing employees in the complexity/particularity of the product design?
What actions could be carried out to train the employees based on the new product design?
How could we inform staff of the new objectives for the product as regards complexity?
How could we involve our staff in the selection and projection of the new products or services?
How can the information be shared regarding the selection criteria for materials and semi-manufactured materials to be used in the new product?
Who will carry out quality control?
Who will be the key players within the internal structure of the company for the development of this new product?
Who will determine the technological requirements for each product?
Who will program and control the manufacturing processes?



AGENTES EXTERNOS

EXTERNAL PLAYERS

¿Cuáles serán los parámetros para decidir la contratación de terceros?

¿A quiénes podremos consultar para la obtención de información sobre nuevos materiales?

¿Quiénes serán los agentes clave dentro de la estructura externa de la empresa?

What are the parameters to decide on outsourcing contracting?

Who can we consult to obtain information on new materials?

Who will be the key players within the external structure of the company?

MERCADO

MARKET

¿Quién definirá los canales de venta y las políticas de distribución y logística?

¿Quiénes participarán en el proceso de determinación del precio del producto?

¿A qué consumidores apuntará el producto?
¿Cuáles serán sus características particulares?

Who will define the sales channels and distribution and logistics policies?

Who will participate in the process of determining product price?

To what consumers will the product be aimed? What will their particular characteristics be?

MEDIOAMBIENTE

ENVIRONMENT

¿Podría surgir el nuevo producto de alguna modificación de tipo ambiental (climática, geográfica)?

¿Podría existir alguna modificación ambiental que influya en la producción o los insumos del producto?

¿Cómo podríamos adaptarlo?

Could the new product emerge from some type of environmental modification (weather, geographic)?

Could there be some environmental modification which would influence product production or raw materials?

How could we adapt it?

www.cmd.org.ar
instituto@cmd.org.ar

Villarino 2498
C1273AEB
Ciudad Autónoma
de Buenos Aires
(54 11) 4126 2950

EDITADO POR | EDITED BY
IMDI
Instituto Metropolitano de Diseño e Innovación

AUTORES | AUTHORS
Paulina Becerra
Analía Cervini

COLABORADORA | ASSISTANT
Sylvía Zapico

DISEÑO | DESIGN
Nomi Galanternik

TRADUCCIÓN | TRANSLATION
María Cecilia Mac Dermott

PUBLICADO POR | PUBLISHED BY
Centro Metropolitano de Diseño
Dirección General de Industrias Culturales y Diseño
Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales
Secretaría de Cultura
Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

© 2005
Dirección General de Industrias Culturales y Diseño

Este cuadernillo pertenece al libro *En torno al producto*.
Queda prohibida su venta; ninguna parte de esta obra
puede ser reproducida o transmitida mediante sistema
electrónico o mecánico sin consentimiento del IMDI
(Instituto Metropolitano de Diseño e Innovación).

This booklet belongs to *Through and about the product*.
Not for sale; this work cannot be reproduced or trans-
mitted, either fully or in part, through any electronic or
mechanic means without the Metropolitan Design and
Innovation Institute's consent.

ISBN 987-21670-1-X