



## Walker Diseño & Asociados

Diseño e innovación, elementos de gestión dentro de los negocios

En el año 2001 Rodrigo Walker se interesó por solucionar un problema que detectó al observar lo que le ocurre a las personas al momento de sentarse a la mesa a comer: no existe en el mercado un formato de salero listo para llevar del supermercado a la mesa, sólo se dispone del mismo usado en la cocina o simples utensilios que, a pesar de estar hechos para este propósito, no cumplen bien su objetivo debido a que su contenido se endurece, se tapan o la sal se derrama. Esto fue percibido por Rodrigo como una gran oportunidad para solucionar un problema concreto desde el punto de vista del diseño, pero tuvo que ingeniárselas para convencer a las empresas productoras de sal para que elaboren su nuevo concepto de salero.

*“Para lanzar este producto al mercado primero hubo que realizar múltiples tareas, por ejemplo, tomar las precauciones necesarias para que el directorio y el departamento de producción de la empresa acepten la idea, lo que implica que el salero debe tener un costo de producción determinado, para que no aumenten los costos del producto final”.*

### El diseño para mejorar la calidad de vida

Con más de 30 años vinculado al ámbito del diseño, Rodrigo Walker, diseñador industrial y director gerente de Walker Diseño & Asociados -una de las más importantes y innovadoras oficinas de diseño del país-, es un convencido de que esta actividad debe estar al servicio de los esfuerzos para mejorar la vida, creando objetos de uso cotidiano. Rodrigo aprendió a orientar el diseño hacia la observación y solución de los problemas

del día a día. Además, la experiencia le hizo comprender que el diseño es un trabajo interdisciplinario: interviene el diseñador, pero también lo hacen otros actores vinculados al producto que se busca crear, con el fin de alcanzar el objeto de diseño deseado.

### **El diseño en un contexto difícil**

Rodrigo cree que las posibilidades que tiene el diseño en un contexto social conservador como es el chileno son reducidas. Por eso considera importante identificar los espacios que se presentan como oportunidades para que los diseñadores puedan desempeñarse.

Entre sus experiencias se encuentra el trabajo realizado en la década de los '80 con CTI (Fensa, Somela, Mademsa). Rodrigo cuenta como anécdota que la empresa decidió lanzar una nueva gama de cocinas en colores llamativos. En su agencia de diseño, desde que comenzaron a trabajar el mercado de los electrodomésticos, se realizaron estudios etnológicos, donde los resultados arrojaron que los posibles colores para una cocina, según el gusto de los consumidores son blanco, beige y amarillo. Rodrigo advirtió esto a la empresa, pero no fue tomada en cuenta su apreciación.

La empresa lanzó seis modelos de cocinas de diversos colores, pero a los pocos meses tuvieron que sacar estos artefactos de todo el mercado debido a las bajas ventas y fue necesario lanzar la cocina que Walker Diseño & Asociados había desarrollado originalmente, que incluye una verdadera innovación en el uso, puesto que se cambió el clásico panel de control frontal, posicionándolo en la parte superior como una encimera, algo que no se había hecho hasta entonces. Lo que se buscaba era una mayor seguridad para que los niños no pudieran abrir la cocina, así como un nuevo orden en la disposición de los controles que facilitara su uso, y también un cortafuego que mejorara el sistema irradiador. Tras estas modificaciones las ventas de este producto generaron considerables utilidades a las marcas asociadas a la empresa CTI. Para Rodrigo este tipo de situaciones eran anomalías que no habían sido resueltas, donde el diseño debía actuar para lograr un mejor uso de los productos.

### **De la cocina a la mesa: la sal al alcance de la mano**

Hace algunos años, la agencia se encontraba trabajando con la compañía Sal Lobos. De manera personal, Rodrigo estaba interesado en solucionar el eterno problema que

se produce cuando nos sentamos a la mesa: no hay en qué llevar la sal, si no es en el salero de la cocina, que muchas veces se derrama en exceso sobre la comida, o bien en el clásico salero que suele estar tapado y su contenido endurecido por la humedad, aún cuando se mezcla la sal con unos granos de arroz. El diseñador Walker estaba empeñado en solucionar esta anomalía.

Es así como se plantea la utilidad de diseñar un producto que se pudiera llevar directamente del supermercado a la mesa, en un formato pequeño y cómodo. Rodrigo propuso la idea a la presidenta del directorio de Sal Lobos, pero su sugerencia no fue bien recibida. No obstante decidió diseñar un salero que fuera de plástico, termoretráctil, y que se pudiera llevar a la mesa. Rodrigo ha diseñado un dispositivo con todos los requerimientos y características del producto que quiere crear, pero aún debía sortear algunas dificultades.

Para poder lanzar este producto al mercado primero Rodrigo debe realizar múltiples tareas, por ejemplo, el tomar las precauciones necesarias para que el directorio y el departamento de producción de la empresa Sal Lobos acepten la idea, lo que implica que el salero debe tener un costo de producción determinado, para que no aumenten los costos del producto final.

### **¿Cómo ingresar en el mercado de la sal?**

Rodrigo está seguro sobre cuál es la solución para este problema, desde el punto de vista del diseño. Sin embargo, aún tiene complicaciones para convencer a los directivos de la empresa. Además existe incertidumbre sobre cómo los consumidores recibirán este nuevo producto. Entonces, ¿qué debería hacer para poder sacar al mercado este innovador producto?