

$$E + d + i = C$$

EMPRENDIMIENTO + DISEÑO + INNOVACIÓN = COMPETITIVIDAD

Omar Arturo Vera Jaimes, Profesional en Diseño Industrial

omar.vera@hotmail.com, @omarveraj

RESUMEN

Las naciones desarrolladas y emergentes han comenzado a volcar su mirada sobre el beneficio de integraciones y estrategias regionales ⁽¹⁾⁽²⁾, para mejorar las condiciones de competitividad que permiten un crecimiento económico en sus países, en este sentido para Latinoamérica surge en 2007 el Foro de Competitividad de las Américas FCA dando nacimiento 2 años después a la Red Interamericana de Competitividad RIAC, quien dentro de sus 10 Principios Generales de Competitividad de Las Américas ⁽³⁾, resalta el posicionamiento de la innovación y el emprendimiento de alto impacto como factor determinante para la competitividad de la región. Lo que sugiere a las naciones que integran la RIAC, fomentar en la población el desarrollo de actividades creativas y de negocios básicamente en 3 niveles: 1. Formación en las áreas creativas y de negocios, 2. Promoción de la cultura de emprendimiento e innovación, 3. Facilitación de un ecosistema emprendedor para aprovechar esa formación ⁽⁴⁾. Ante este panorama bajo mi experiencia como diseñador y emprendedor, realizo un análisis sobre la necesidad de comenzar a desarrollar formación en habilidades de negocios al interior de las escuelas de diseño latinoamericanas, que promuevan el emprendimiento y permitan poner la innovación en beneficio de la competitividad regional, abriéndole un papel protagónico a la profesión del diseño como eje fundamental dentro del desarrollo económico de las naciones de las Américas.

PALABRAS CLAVE

Emprendimiento, Diseño, Innovación, productividad, Las Américas

INTRODUCCIÓN

En las economías desarrolladas la integración y coordinación para generar innovación de la academia, gobiernos, negocios y sociedad civil, han demostrado ser una manera eficiente para el crecimiento prolongado, el desarrollo y la competitividad, como pasa con la estrategia de Innovación Nacional en Estados Unidos ⁽⁵⁾; algo que se ve reflejado en los resultados del Índice Global de Innovación (GII), que analiza los elementos de la economía nacional que favorecen las actividades de innovación y las pruebas reales de los resultados de la innovación. Este gran impulso a la competitividad se da gracias a que la “cuadrup élice” ⁽²⁾ gira en torno a favorecer avances en dos direcciones: el emprendimiento y la innovación.

La región de las Américas, busca hacer un trabajo de cooperación para elevar los índices de competitividad de los países de la zona, creando escenarios como el Foro de Competitividad de las Américas y organismos como la Red Interamericana de Competitividad para transferir conocimientos y experiencias entre naciones. Esto ha dejado como resultado que se llegue a acuerdos regionales, como los 10 Principios Generales de Competitividad ⁽³⁾, y dentro de los cuales se resalta el posicionamiento de la innovación y el emprendimiento de alto impacto, como factor determinante para la competitividad de la región ⁽³⁾.

En esta relación entre el emprendimiento y la innovación el diseñador debe tomar un papel protagónico, en la construcción de una nueva economía de desarrollo en nuestras economías emergentes, por su naturaleza empática y su habilidad creativa.

En el presente informe, hago un análisis del emprendimiento, el diseño y la innovación como suma de fuerzas para lograr la competitividad en la región y su relación con el diseñador.

EMPRENDIMIENTO

En su documento de debate del BID presentado en el V Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbean en Santo Domingo, República Dominicana en octubre de 2011 ⁽⁴⁾; Lorenzo Vicens y Sergio Grullon hablan de “Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor” . “Este artículo plantea un modelo para el desarrollo del emprendimiento enfocado en la persona más que en una idea o un plan de negocios. Analiza las características de los programas de desarrollo de emprendedores a nivel global, y presenta una muestra representativa de las mejores prácticas”.

Los autores proponen el desarrollo del nuevo modelo y su implementación en América Latina y el Caribe en tres partes:

- Formación del emprendedor.
- Promoción del valor del emprendimiento e innovación
- Desarrollo de un ecosistema de apoyo.

“Para maximizar la eficiencia de este modelo, este proceso debe llevarse a cabo de manera integrada y acelerada para lograr ejemplos exitosos que autoalimenten el movimiento.”

Dentro de la formación del emprendedor, se recomienda impulsar el pensamiento de diseño, que “desarrolla la capacidad de ver los procesos existentes desde otra perspectiva, identificando oportunidades de innovación.”

Nadie tiene mejor pensamiento de diseño que el diseñador, esto le permite descubrir con facilidad problemas y necesidades, pero carece de las competencias para entender el ambiente externo de negocios, evaluar las capacidades y recursos, así como determinar la potencialidad comercial de la solución al problema encontrado; algo que si brinda la formación emprendedora. Por esta razón vemos constantemente soluciones de diseñadores en las escuelas, poco o nada viables. Enfocarse en el problema correcto de la manera correcta es clave para diseñar una solución exitosa.

En este sentido tras el trabajo Doctoral sobre el Lienzo Canvas de Alex Osterwalder, en los ecosistemas de emprendimiento de países desarrollados, escuelas de negocio y empresas establecidas, se han desarrollado herramientas que ayudan a identificar oportunidades y a sintetizar la información del trabajo de campo investigativo, derivado en observaciones y entrevistas, entre otras prácticas. Como por ejemplo el Canvas de observación (Figura 1) y el Perfil de Usuario (Figura 2), utilizados en mi proyecto de grado y emprendimiento personal.

	Hechos/descripciones/detalles: ■ Contexto ■ Objetos	Análisis de comportamiento: ■ Obvio ■ Oculto ■ Evidencia contradictoria	Ideas:
<p>Usuario(s)</p> <p>Lugar</p> <p>Fecha</p>	<p>★</p> <p>RESPONSABLES DE PACIENTES</p> <p>Generalmente son parientes cercanos o enfermeros pagados.</p> <p>CONSULTORIO DE FONOAUDIOLÓGIA</p>	<p>La mayoría de ellos no permanece en el lugar durante la terapia.</p> <p>La mayoría de ellos no participa durante la terapia.</p>	<p>Material terapéutico desechable</p> <p>Material terapéutico especializado</p> <p>Estimuladores <u>orofaciales</u> personales</p> <p>Protectores de sialorrea para pacientes</p>
<p>¿Qué debemos investigar?:</p> <p>Como es el proceso de rehabilitación del paciente en casa</p>		<p>Nuevas observaciones:</p> <p>Domicilios de los pacientes</p>	

¿CÓMO DESARROLLAR ESTE CANVAS?

- 1. Hechos/descripciones/detalles**
 - Las personas observadas en el contexto.
 - ¿Con qué objetos interactúan las personas? Ej. Celular, bolso, billete, etc.
 - ¿Dónde se llevó a cabo la observación? Describa el lugar. Ej. Sitio público, exteriores, punto de encuentro, etc.
 - ¿Cuándo se llevó a cabo la observación? Ej. Día, hora, clima, etc.
- 2. Análisis de comportamiento**
 - ¿Qué hacen las personas?
 - ¿Por qué se encuentran en el lugar?
 - ¿Qué podemos concluir de las entrevistas con las personas?
 - ¿Qué nos dice el comportamiento de las personas? Ej. ¿Tienen afán por que caminen rápido?
 - ¿Qué descubrimos sobre el comportamiento de las personas, que no sabíamos?
 - ¿Qué piensan o sienten acerca de nuestro tema de estudio?
- 3. Ideas**
 - ¿Qué ideas preliminares surgen como solución al desafío inicial?
 - ¿Cómo podemos solucionar los problemas de las personas observadas?, (productos o servicios que mejoren la experiencia del
- 4. ¿Qué debemos investigar?**
 - ¿Qué aprendimos de la observación de la interacción «usuario-producto-contexto» que no sabíamos?
 - ¿Qué debemos investigar a fondo para entender la situación? Ej. Cifras de población.
- 5. Nuevas observaciones**
 - ¿Qué otra observación podríamos realizar para entender mejor la situación?

Canvas [Uso/Observación] | Red Tecnoparque Colombia | SENNOVA

Figura 1. Canvas de Observación

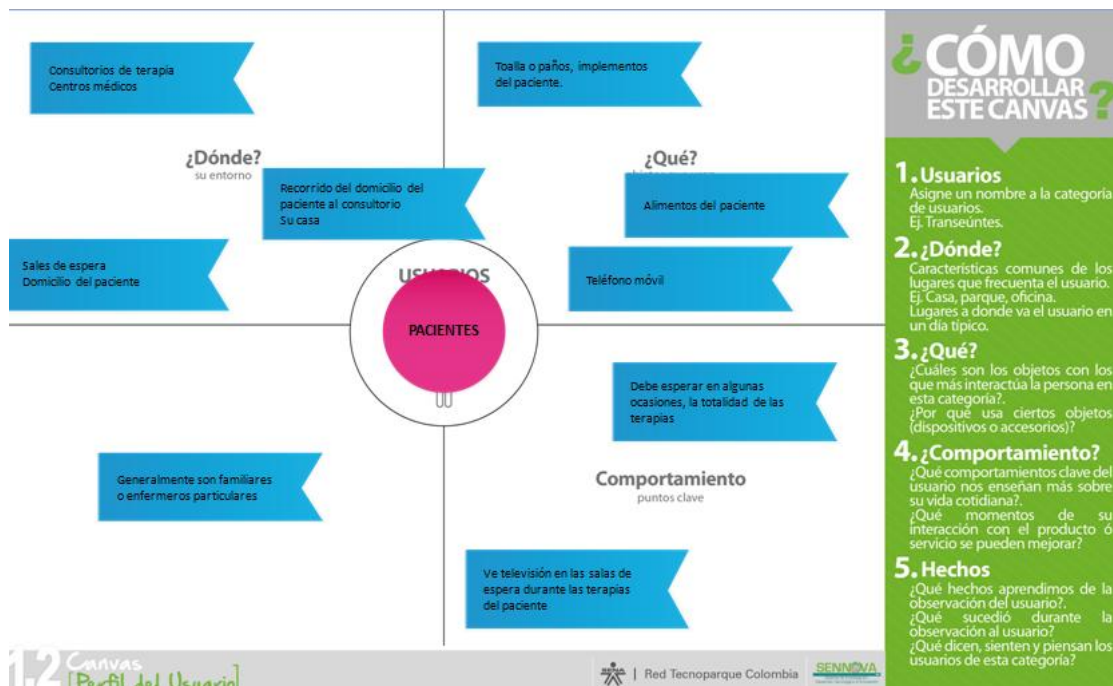


Figura 2. Perfil de Usuario

DISEÑO

Acá está el fuerte del diseñador, donde se desarrolla una solución al problema o necesidad que se ha encontrado; en el Customer Development propuesto por el profesor de la Universidad de Stanford Steve Blank, el diseño estaría presente dentro de la fase que se denomina encaje de la solución al problema. El Customer Development utiliza el ciclo de aprendizaje validado ACV ⁽⁶⁾, para hacer un ejercicio de validación o invalidación de hipótesis propuestas sobre la solución a un problema en cuestión. El aprendizaje validado consiste en establecer métricas de validación e invalidación de hipótesis de soluciones y luego mediante experimentos en entornos preferiblemente reales, realizar comprobaciones.

El ciclo de aprendizaje validado requiere en el emprendedor tres cosas:

1. Establecer hipótesis.
2. Diseñar una manera de comprobar si esta hipótesis es cierta.
3. Aprender de los resultados obtenidos, descartar las hipótesis equivocadas y desarrollar otras

Para realizar dichos experimentos y conseguir la información recolectada para evaluar la hipótesis, se recomienda la utilización del concepto de Mínimo Producto Viable. Según Borja Prieto en ELS 2013 ⁽⁶⁾ lo define como “la versión de un nuevo producto que permite a un equipo recoger el máximo de aprendizaje validado acerca de sus clientes con el mínimo esfuerzo. Aunque esa versión ni siquiera tiene que ser un producto tal como lo entendemos habitualmente para conseguir el objetivo de aprender”.

El trabajo del diseñador en esta etapa se vería potencializado con la inclusión además de enfoques de Agile Product Development ⁽⁷⁾, para aumentar la velocidad en las iteraciones y su respuesta a los resultados de las mismas.

En la figura 3 se muestra una interacción de los clientes/usuarios de mi proyecto, con un MPV que me permitió obtener conocimiento validado sobre ambos.

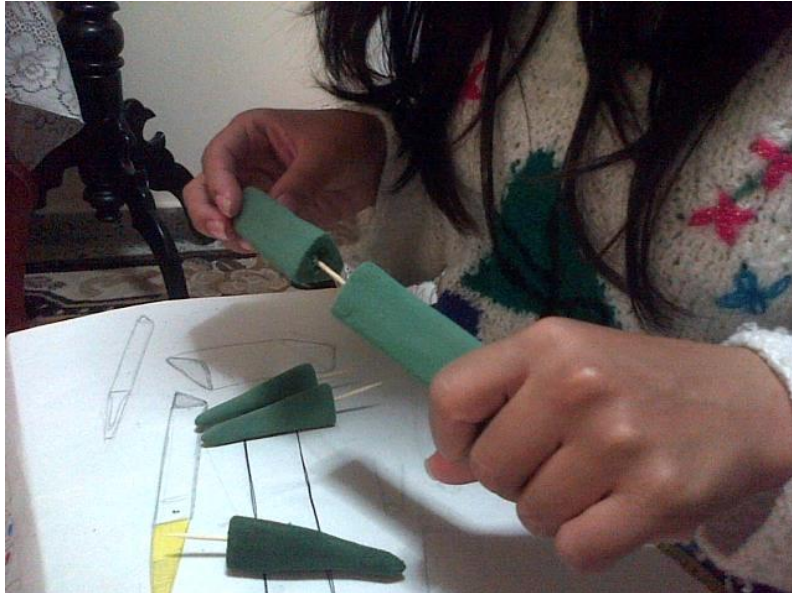


Figura 3. Experimento de Validación de Hipótesis

INNOVACIÓN

Existen diversas definiciones sobre el concepto de innovación, un concepto ambiguo, pero hay 2 puntos en los cuales todos coinciden:

- “Si los nuevos productos, procesos o servicios no son aceptados por el mercado, no existe innovación”.
- “La innovación es el elemento clave de la competitividad”.

Sobre el resultado de la innovación, Michael Porter en su libro "La ventaja competitiva de las naciones" afirma que “La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas consiguen ventajas competitivas si consiguen innovar”

La tarea de innovar requiere conocimientos y habilidades en modelos de negocio, para entender la manera en que esa nueva creación va ser producida, distribuida y comercializada.

Para facilitar esta tarea de comprensión o conocimiento del modelo de negocio, se han creado herramientas que lo representan de una manera gráfica, como el Business Model Canvas de Alex Osterwalder, o la versión de Ash Maurya ⁽⁸⁾, más enfocado a la identificación de los problemas a resolver.

Otra opción importante es utilizar una estrategia de innovación como la de océanos azules, propuesta por Chan Kim en su libro " La estrategia del océano azul", para hallar una oportunidad libre de competencia en el mercado. Es importante facilitar el objetivo de la estrategia aplicando una matriz ERIC, tal como se muestra en el resultado de la aplicación de la estrategia en mi proyecto en la figura 4.

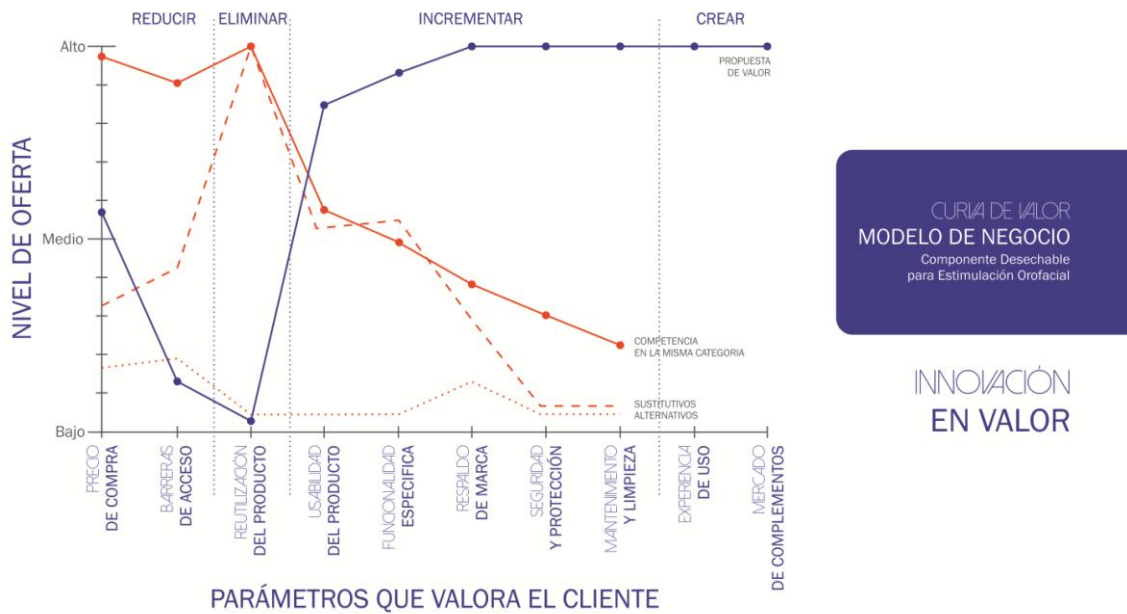


Figura 4. Estrategia de Océanos Azules y Matriz ERIC

La capacidad de llevar sus propias creaciones a la sociedad de consumo, es decir dar ese paso de crear a innovar es uno de los aspectos que más nos cuesta a los diseñadores, básicamente desde mi punto de vista por dos razones fundamentales:

1. Porque carecemos de habilidades en gestión de empresas y negocios.
2. Porque enfocamos nuestra gestión de riesgo del desarrollo de proyecto en el producto, ignorando la gestión de riesgo en el cliente y la posibilidad de innovar en el modelo de negocio, y no solo en el producto.

CONCLUSIONES

1. Es necesario que los diseñadores desarrollen además de empatía para identificar problemas y necesidades, conocimientos en economías de escala con el fin de poder detectar las oportunidades de mayor crecimiento, y emprender soluciones en ese camino, con mas certeza de tener éxito.
2. El ciclo de Aprendizaje Validado que se centra en iteraciones constantes mediante un MPV para validar e invalidar hipótesis, es un aporte importante del Customer Development y el Lean Startup al proceso de diseño, pues permite ir co-creando sobre la base de las necesidades reales de quienes usaran y pagaran por el resultado de esa co-creación.
3. Usar herramientas y estrategias como océanos azules y la matriz ERIC, permite innovar también en el modelo de negocio, donde hay una gran oportunidad para el diseño, pues surge la demanda de nuevos productos y servicios para estas nuevas condiciones de mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ARANGUREN, M.; Franco, S.; Wilson, J.; (2014). *Conectando estrategias de Especialización Inteligente y Clústers: ¿Un reto clave para América Latina?*, Señales de Competitividad de las Américas 2014, p. 38
2. RABELLOTÍ, R. (2014) *Clúster en el Caribe: comprendiendo sus características, definiendo políticas para su desarrollo*, Señales de Competitividad de las Américas 2014, p. 42
3. RIAC, (2011). 10 Principios Generales de Competitividad de Las Américas. Recuperado el 16 de abril de 2015 de http://riacnet.org/archivos/nuevo/10_Principios.pdf
4. VICENS, L. (2011) *Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor*, p. 12
5. WINCE, D. (2014) *Entrevista*, Señales de Competitividad de las Américas 2014, p. 22
6. PRIETO, B. (2013). *Producto Mínimo Viable*, ELS 2013, p. 24
7. BEAS, J. (2013). *Desarrollo Ágil de Producto para Emprendedores*, ELS 2013, p. 106
8. MAURYA, A. (2015) *Practice Trumps Theory*, Recuperado el 16 de abril de 2015 de <http://practicetrumpstheory.com/no-problems-in-your-business-model-is-a-problem/>

BIBLIOGRAFÍA

1. ANDERSON, C. (2008), *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*.
2. ANDERSON, C. (2009), *Free “el futuro de los negocios”*, Tendencias.
3. BLANK, S.; DORF, B.; (2012) *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*.
4. BLANK, S.; (2013) *The Four Steps to the Epiphany*,
5. IDEO; (2011) *Human-Centered Design Toolkit*.
6. KIM, W. CHAN; MAUBORGN, R.; (2005) *Blue Ocean Strategy “How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant”*.
7. LOPEZ, M.; (2013) *España Lean Startup*.
8. LOPEZ, M.; (2014) *España Lean Startup*.
9. MARTIN, R.; (2009) *The Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage*.
10. OSTERWALDER, A.; (2010) *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*,
11. RIAC, (2014) *Señales de Competitividad de las Américas*.
12. RIES, E.; (2011) *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation*.
13. VILADÀS, X.; (2011) *El Diseño A Su Servicio “Cómo Mejorar Una Idea De Negocio Con La Ayuda De Un Diseñador”*.