



# Emprendimiento

# ME SA2

---

## Presentación

---

Sedentarismo: Una solución desde el Diseño Social. Reflexiones por el estudio de diseño ATMOS

---

Fortalecimiento del sector artesanal con enfoque de género en Carcasí, Santander: Una experiencia de diseño social

---

Comunícate en casa: Una aproximación al diseño y la intervención social desde el núcleo familiar

---

Metodología para reducir las interrupciones durante la realización de las actividades académicas y laborales en casa

---

Turismo In-house: Nuevas formas de hacer turismo. Una perspectiva desde el diseño social



## Introducción

MESA 1

Emprendimiento y Diseño, son dos conceptos que en su definición comparten actitudes y prácticas en donde individuos y comunidades inician un nuevo proyecto a través de ideas, oportunidades o necesidades. En este sentido, su finalidad se orienta a dar respuestas productivas y sostenibles para el desarrollo, el bienestar y la vida. El emprendimiento y su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de estos, toma como base las nuevas relaciones que el diseño entabla con la tecnología consolidando nuevos lenguajes para el consumidor.

Es claro que en momentos de crisis lo que se podría catalogar como un buen diseño no necesariamente es un buen negocio y viceversa. El componente de proyección social en los emprendimientos y empresas de hoy deberán privilegiar sus cadenas productivas para hacerlas sustentable. Por ello, resulta imperativo incluir los procesos de trabajo colaborativo y de co-creación propios del diseño.

Emprendimiento

## Diseño, emprendimiento, desarrollo y sostenibilidad

El Emprendimiento y Diseño tienen mucho que compartir, por su conexión natural con la creatividad, desarrollo y productividad. De esta manera, el diseñador tiene la formación y la capacidad de ser un buen emprendedor, por su formación sobre ámbitos de la incertidumbre e iteración permanente en la búsqueda de oportunidades. Es por eso que durante los últimos años ha estado creciendo una nueva corriente del diseño enfocada en la generación de cambio y comportamiento de las personas, la cual debe incentivar aún más el conocimiento dentro de los sectores privado y público acerca de la importancia del diseño como herramienta de competitividad y estrategia.

En el ejercicio académico, se pueden promover prácticas del emprendimiento no solo desde la mirada de los negocios sino desde dos líneas de acción. La primera de ellas parte de la

intención de sensibilizar. Esto, conduce a inquietudes en torno a las realidades de los contextos que son intervenidos; a partir de ellas se define el diseño como un actor de cambio que contribuye a la mitigación de las problemáticas locales. En cuanto a la segunda línea, se encuentra la co-producción sostenible con la comunidad desde el intraemprendimiento. Esta línea tiene la intención de vincular a los estudiantes a través de los ejercicios de clase a dichas problemáticas de la realidad social. En últimas, esto genera que las comunidades se empoderen y los procesos colectivos sean sostenibles.

Por tanto, este enfoque, a partir de las dos líneas mencionadas, permite que los estudiantes y futuros profesionales del diseño entren en contacto con la realidad social del país y adquieran una serie de conocimientos acerca de la cultura y su relación con el proceso de creación del diseño. Así, el diseñador no es únicamente un creador y desarrollador de nuevas propuestas, sino también un generador de cambio social importante que abrirá las puertas a nuevas formas de comportamiento y estilos de vida para el futuro.

### **Diseño, emprendimiento y tecnología**

Sobre este punto, se abordó la importancia de la tecnología con relación a las estrategias de marca y el consumidor, pensando desde un enfoque del diseño social. La importancia de la indagación entre lo que la gente quiere y sus problemáticas por resolver acorde a sus realidades contextuales, es lo que garantiza que exista un consumidor real. Al respecto, la tecnología es un aliado que permite o, cuanto menos, facilita llegar a posibles soluciones; ya que esta puede ser empleada como un medio para humanizar procesos de comunicación e interacción ante nuevos productos y servicios. Idea que entra en completa sintonía con el objetivo general de las marcas, esto es, conectar con su mercado de una forma emocional, siendo capaces de acercarse al consumidor y hablarle en los términos que ellos necesitan.

Es importante tener en cuenta qué tipo de tecnología y para qué casos amerita ser empleada, ya que el acceso a ella es importante en temas de sostenibilidad. Así, el diseño se presenta como un vínculo fundamental para el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas y el acercamiento de las marcas a sus consumidores, incluyendo a ese grupo que antes, por accesibilidad tecnológica, no era accesible. Es por eso que muchos proyectos se resuelven a través de aplicaciones, como medios alternativos, emergentes y de transferencia del conocimiento, que facilitan las reactivaciones y la creación de nuevos negocios o emprendimientos. De igual forma, la incorporación de las tecnologías en los procesos sociales puede llevar al empoderamiento de nuevos conocimientos en comunidades que no tenían el acceso, este acercamiento puede abrir una puerta para que tengan otras alternativas de vida.

Sumado a esto, el momento histórico que se establece a través de la crisis pandémica ha obligado al establecimiento de nuevas dinámicas sociales centradas en una vida mediada por lo digital y las implicaciones tanto desde las necesidades y oportunidades. Factor que genera beneficios no solo para el consumidor final, sino también para las personas y comunidades productivas que hacen parte del proceso de producción; como los casos de artesanía, turismo, alimentos, entre otros.

Esta hibridación conforma una sociedad hiperconectada. El hogar pasa de ser un espacio centrado en el descanso, el ocio y la habitabilidad a transformarse en un lugar de consumo, o de ciberconsumo. De esta manera, las marcas comienzan a tomar el cambio como una oportunidad de crecimiento y acercamiento a los clientes. La evolución tecnológica, la informática, la digitalización de servicios, uso de TIC's y los instrumentos que han surgido gracias a ella, permiten entonces gestionar, agilizar y entregar adecuadamente el valor requerido no solo para el usuario o consumidor, sino también facilitar procesos para quienes contribuyen en la cadena.

## **Diseño, emprendimiento y proyección social**

En este punto de la discusión se abordó la importancia de la co-creación en la consolidación de espacios de oportunidad y emprendimiento en momentos de crisis. A grandes rasgos, se planteó que la función de proyección social desde la disciplina del diseño, debe buscar la generación de efectos e impactos positivos en las personas, organizaciones y en la sociedad en general. En términos de la formación académica las universidades deben apostarle al reconocimiento de la función activa del diseño. Hecho que implica entender y practicar el diseño como una profesión con responsabilidad social. En las circunstancias actuales se debe entender que se constituye en un factor imprescindible como motor de solidaridad comunitaria.

Es claro que existe una conexión del diseñador en términos de su saber hacer natural y de su formación, pues trae consigo conocimientos y procesos de construcción colectiva, de colaboración y de co-creación con los diversos actores de los ecosistemas productivos y sociales que interviene. Frente a ellos, se deben considerar como mínimo dos variables. La primera de ellas, busca hacer a las comunidades verdaderamente partícipes de los procesos. En cuanto a la segunda, se trata de conocer en profundidad el requerimiento para seleccionar y aplicar soluciones que se materialicen en oportunidades de emprendimiento para las comunidades. Esto se puede traducir en una suerte de procesos de transformación social, crecimiento económico y empresarial, que en el corto plazo puedan ser monitoreados y sistematizados. Las problemáticas sociales del país exigen, por lo tanto, nuevos lenguajes, formas y acciones que fomenten el desarrollo de proyectos retroalimentados por la comunidad.

## **Conclusiones**

Con las propuestas de los estudiantes se demuestra claramente cómo a través del ejercicio del diseño, se contribuye a la mitigación

de problemáticas sociales locales y la generación de prácticas y emprendimientos en proceso como una extensión al desarrollo profesional y al desarrollo comunitario. Es clara la importancia del diseño como herramienta de competitividad y como base y estrategia para fomentar la integración de la metodología de diseño en actividades de emprendimiento. Esta contribuye a identificar propósitos superiores en escenarios de la sostenibilidad; genera nuevas oportunidades en los sectores privado y público; fortalece el trabajo colaborativo para el bienestar y desarrollo de comunidades; incentiva el diseño de políticas locales y nacionales de emprendimiento e innovación social; impulsa la competitividad y la proyección en los mercados.

Los procesos académicos y orientados al emprendimiento deben permitir al estudiante el reconocimiento de las necesidades del usuario o consumidor y su cultura, así como los requerimientos de los actores que intervienen en la cadena de valor en la que participa para la creación de valor. La gestión de la incertidumbre se convierte en un común denominador en tiempos de crisis, condición particular tanto de los modelos de emprendimiento y del emprendedor, como también característica y condición de trabajo en la que se forma un diseñador. La tecnología para la sostenibilidad es un medio que fundamenta emprendimientos y cuyo valor radica en la resolución de problemas complejos y oportunidades de experiencias innovadoras para el desarrollo de grupos y comunidades.

El diseñador es, en últimas, más que un creador y desarrollador de propuestas, es un generador de cambios sociales. Así lo muestran los estudiantes desde una visión emprendedora traducida en la construcción de escenarios competitivos futuros de innovación y cambio a través de sus resultados de diseño. La sociedad hiperconectada en la que se vive actualmente, el ocio y la nueva habitabilidad en tiempos de crisis, enmarca miradas de emprendimiento hacia una sociedad de consumo, o ciberconsumo y creación de marcas orientadas al cuidado de la vida, la bioética entra a ser parte de la conciencia de los diseñadores del futuro.

