

El poder del diseño en el desarrollo global
Por Equipo de Redacción de Forum del Comercio
Forum de Comercio Internacional - No. 3/2009



©IDEO

IDEO es una empresa de diseño e innovación de primer plano que trabaja con clientes de los sectores público, privado y social en cuestiones de orden organizativo, social y global. Jocelyn Wyatt, jefa del dominio social de diseño e innovación, habla del poder del diseño para cambiar el mundo.

FC: IDEO creó diseños innovadores como el ratón inicial de Apple y el Palm V, pero ustedes se dicen más interesados en lo que puede hacer la profesión del diseño para resolver cuestiones mundiales. ¿Cuál es la ética de IDEO?

JW: IDEO comenzó hace 30 años diseñando productos como los que acaban de mencionar. Ahora bien, con el correr del tiempo fuimos aplicando el enfoque de servicios, espacios, empresas y sistemas de diseño centrados en el ser humano. Creemos en el poder conceptual del diseño para enriquecer, transformar y levantar los grandes retos que se plantean en el mundo, del cambio climático a la educación, pasando por la atención de salud y la inclusión financiera.

FC: ¿Qué hace IDEO concretamente?

JW: IDEO es una empresa de diseño e innovación. Trabajamos con nuestros clientes para encontrar soluciones innovadoras a problemas que afrontan sus organizaciones. Nuestra clientela abarca empresas de Fortune 500, como el Banco de América, Nokia y Kaiser Permanente; organizaciones del sector social, como la Fundación Bill y Melinda Gates, la Fundación Rockefeller y la Cruz Roja Estadounidense y Oxfam, e instituciones del sector público como el Banco Mundial, el Departamento de Energía de Estados Unidos y el Servicio Nacional de Salud del Reino Unido.

Conducimos a nuestros clientes a través de un proceso de diseño que comprende tres fases: inspiración, ideación e implementación. En la fase de inspiración, vamos por el mundo a hablar con clientes o usuarios y les observamos para entender sus necesidades. Después, mantenemos reuniones de intercambio de ideas en las que surgen varias soluciones; luego, seleccionamos unas cuantas y las afinamos, transformándolas en conceptos representados visualmente. Por último, trabajamos con nuestros clientes para elaborar un plan de implementación y poner a prueba el concepto, antes de determinar su escala.

FC: ¿Qué innovaciones ofreció IDEO a países en desarrollo?

JW: Actualmente, trabajamos con el Fondo Acumen en un proyecto de agua en la India y Kenya [véase el recuadro: Efecto Dominó]. Organizamos una campaña de marketing social para sensibilizar sobre la importancia de beber agua potable, creamos una empresa de distribución de agua y un carro para que microempresarias la distribuyan en comunidades marginales. También trabajamos con Vision Spring en la creación de una unidad móvil de examen ocular y un programa de atención oftalmológica para niños de la India rural. Este proyecto incluye el diseño de un sistema para ayudar a los maestros a sensibilizar sobre el cuidado de los ojos y hacer exámenes oculares preliminares con sus alumnos. En el Reino Unido, diseñamos aspectos de las nuevas tiendas de caridad de Oxfam que generan ingresos para la labor de la organización en el mundo entero.

FC: A su entender, ¿qué aporta el diseño a las industrias creativas de los países en desarrollo?

JW: Le puedo citar algunos ejemplos como la oportunidad que tuvimos de trabajar con empresas de diseño de la India, lo que nos permitió aprender sobre el diseño destinado al contexto local. En países como Camboya, Etiopía, Ghana, Kenya y Viet Nam trabajamos con muchas organizaciones locales para ampliar sus capacidades de diseño e innovación mediante talleres y proyectos.

FC: En la búsqueda de una solución de diseño para un determinado problema, ¿en qué medida conocer el contexto cultural incide en el resultado?

JW: Conocer el contexto cultural es un aspecto crítico del buen diseño. En todos nuestros proyectos incluimos un antropólogo, un psicólogo o un científico del conocimiento para que encabece el equipo en la fase de investigación cualitativa, basada en la observación. Siempre trabajamos con organizaciones, empresas de diseño u ONG locales que nos ayudan en las traducciones lingüísticas y culturales.

FC: ¿Detectaron alguna tendencia incipiente en su sector que repercutirá en el desarrollo?

JW: En estos últimos años, el sector del diseño se fue empeñando cada vez más en abordar los grandes retos mundiales. Empresas como IDEO tomaron la iniciativa de levantar esos retos y trabajar más con organizaciones de los sectores público y social. Paralelamente, nacieron organizaciones como Catapult Design y Project H que se dedican a levantar retos de diseño que se plantean en comunidades subservidas.

FC: ¿Cuáles son las enseñanzas extraídas para los empresarios de industrias creativas de países en desarrollo?

JW: A medida que empresas y organizaciones de todo el mundo vayan comprendiendo mejor la función que cumple el diseño en la innovación, la demanda de empresas de diseño irá aumentando. Esa es una verdadera oportunidad de incorporar el diseño y la innovación en sectores que tradicionalmente no los incluían en su labor.

FC: ¿Qué función le cumple a la comunidad del diseño para fomentar la educación y contribuir al progreso de los países en desarrollo?

JW: Creo que a los diseñadores les entusiasma trabajar para superar las complejas dificultades que se plantean en el mundo en desarrollo y están ansiosos de hacer ese trabajo. Por ejemplo, nosotros creamos el manual de diseño centrado en el ser humano para ayudar a ONG y empresas a lo largo de todo el proceso de diseño.

Jocelyn Wyatt está al frente de la División de diseño de innovación social de IDEO. Prestó servicios en calidad de invitada del Fondo Acumen en Kenya, dirigió el programa de atención oftalmológica de Vision Spring en la India y gestionó el proyecto de un contrato de USAID en Washington D.C. La Sra. Wyatt tiene un máster en administración de empresas de la Escuela Thunderbird de Gestión Global (Arizona, Estados Unidos) y una licenciatura de antropología del Colegio Grinnell (Iowa, Estados Unidos).



Kenya – Kibera © Acumen/IDEO

sector del agua

Efecto dominó: Siembra de innovación en el

En el mundo entero, unos 1.200 millones de personas beben agua contaminada. El Fondo Acumen e IDEO, con respaldo de la Fundación Bill y Melinda Gates, mancomunaron fuerzas para abordar cuestiones relacionadas con el almacenaje y el transporte del agua. El proyecto Efecto Dominó tiene por objetivo mejorar el acceso al agua potable de más de 500.000 personas de la India y África oriental. La primera fase tuvo lugar en la India, de noviembre de 2008 a junio de 2009, y la segunda en África oriental, comenzó en julio de 2009 y terminará en marzo de 2010. En cada lugar, la labor de IDEO se inició con investigaciones de campo para conocer las necesidades y aspiraciones de las partes interesadas en el transporte del agua, de proveedores a consumidores. Luego, se mantuvieron reuniones con organizaciones para compartir pareceres y encontrar soluciones en términos de productos, servicios y sistemas para mejorar el almacenaje y la distribución del agua. Hasta la fecha, el proyecto de la India contribuyó con nuevos modelos de distribución, máquinas expendedoras y mejores envases para las empresas existentes. Estos proyectos piloto a pequeña escala ofrecen a las organizaciones la posibilidad de aprender, experimentar y desarrollar innovaciones empresariales antes de ampliar la escala. IDEO y el Fondo Acumen tienen previsto aplicar un modelo similar en el resto de África.

Más información sobre este proyecto en inglés en:

<http://www.ideo.com/work/item/ripple-effect-access-to-safe-drinking-water/>



Manual de diseño

Manual de diseño centrado en el ser humano

Centrado en el ser humano Guía gratuita de innovación para ONG y empresas sociales

Por años, las organizaciones utilizaron el diseño centrado en el ser humano para encontrar innovadoras soluciones empresariales. En colaboración con la Fundación Bill y Melinda Gates y grupos sin ánimo de lucro como Internacional Development Enterprises, el Centro Internacional de Investigaciones sobre la Mujer y Heifer International, IDEO adaptó este proceso especialmente para ONG y empresas sociales que trabajan con comunidades pobres de todas partes del mundo. El manual resultante ayuda a las organizaciones a entender de nuevas maneras las necesidades de la gente, encontrar soluciones innovadoras para suplirlas y ofrecerlas teniendo presente la sostenibilidad financiera. Dicho manual ya fue descargado por 14.000 personas de 141 países y utilizado en varias actividades, entre ellas, el diseño de una clínica de salud materna en Nepal y materiales de marketing del riego por goteo en Pakistán.

Manual en inglés para descargar en: www.hcdtoolkit.com

(c) Copyright 1999-2009 Centro de Comercio Internacional
[Información de contactos](#)
[Webmaster](#)