

Gestión del diseño: Transformación económica para las MIP y MES. (micro, pequeñas y medianas empresas).

Design management: economic transformation for IPM and mes. (micro, small and medium companies)

Alejandra Marín González¹
Luis Roberto Fortuna Martínez²

Resumen

Esta reflexión nos acerca a la posibilidad de valorar el sentido de posicionar la gestión del diseño en las micro, pequeñas y medianas empresas de la zona noreste de nuestro país, ya que hoy en día la ciudad de Monterrey vive un cambio vertiginoso en su desarrollo económico; cada vez son más las empresas que invierten en inmuebles para el posicionamiento de sus negocios. La interrogante que surgen de este surgimiento de microeconomías es: ¿Dónde quedan los procesos de diseño dentro de las nuevas empresas y el potencial de innovación que propicia la gestión del diseño?

El estudio va desde el análisis de una PyME, (Kevork Instruments), que desea enfocar su atención en el diseño como una pieza fundamental en su desarrollo y ofrecerse al mercado internacional y las MiPyMEs que existen en la zona centro de Monterrey y que surgen a partir del entendimiento que referenciaron la reactivación de la economía local.

Palabras claves:

Gestión; diseño; empresa; innovación; PyME; m MiPyME

Antecedentes

La gestión del Diseño como factor crucial de cambio para las PyMEs.

Los cambios económicos en México han hecho que muchas de las empresas maquiladoras o prestadoras de servicios cierren sus puertas o bien, se mantengan en un ciclo aletargado de productividad, por lo cual son muy renuentes a un cambio radical en sus productos o servicios, ya que operativamente, funcionan.

Son pocas las empresas que involucran un desarrollo de diseño más integral como estrategia, sin embargo, cuantas pueden llegar a tener ese desarrollo y aparte, un aporte social real, ya sea para formar redes cooperativas que utilicen estos productos - servicios de las MiPyMEs o PyMEs ya establecidas, para que con ello se logre una transformación social por parte de la correcta gestión del diseño a diferentes niveles.

El objetivo de esta reflexión nos permitirá determinar los factores que llevan a muchas empresas nuevas a optar por una fase operacional, dejando a un lado los procesos de diseño, que bien, pueden retribuir económicamente en mayor medida a su desarrollo local, y exponencial al máximo para su impacto Nacional e Internacional.

Teniendo como referencia el Panel Internacional de Evaluación de la Política I+D e innovación de México (2007)³, se mencionan aspectos

¹ Profesora de la | Universidad Autónoma de Nuevo León | Facultad de Arquitectura | Diseño Industrial, aleverdeja@hotmail.com

² Profesor de la Universidad Autónoma de Nuevo León | Facultad de Arquitectura | Diseño Industrial, rodrigo-fortuna@live.com.mx

³ Fuente: Panel Internacional de Evaluación de la Política I+D e innovación de México (2007), Sistema Mexicano de Ciencia, Tecnología e innovación CTI.

importantes referentes a Investigación + Desarrollo:

La inversión en I+D (GIDE) en México (2000) represento un 0.37% del PIB, y la participación empresarial del mismo en poco menos del 30%. En el sexenio 2001-2006 se lanzó un programa de actuaciones y reformas legales en el ámbito de la ciencia y Tecnología, cuyo objetivo era alcanzar en el 2006 un incremento del 1% del PIB del gasto de I+D.

Según el Manual Frascati (2002)⁴ menciona que: "*el termino Investigación + Desarrollo agrupa actividades muy diferentes bajo un mismo nombre, desde la investigación fundamental hasta el desarrollo experimental*", así mismo añade que: "*La empresa sitúa en un ecosistema técnico y económico; sus productos forman parte de una o varias cadenas en donde cada uno provee al otro*".

Se tiene una relación estrecha entre departamentos internos de la Empresa. De aquí se derivan interrogantes como: ¿De qué manera puede la Gestión del Diseño crear o reforzar estos vínculos que exigen un trabajo multidisciplinar? ¿Cómo el diseño puede involucrar más campos de acción para un crecimiento económico dentro de las MIPYME y PyMEs? El aporte socio económico que proyectan estas dos clasificaciones de empresa al país se puede volver una ventaja con las metodologías adecuadas para su desenvolvimiento en el mercado.

La innovación es un elemento primordial en todos los aspectos del diseño, ya que al involucrar nuevos procesos o materiales se pueden abrir mercados para los cuales antes no se diseñaba. Gabriela Dutrénit, coordinadora general del Foro Consultivo Científico y Tecnológico (FCCyT) hace referencia a la innovación⁵.

Cuando las empresas generan innovación es porque obtienen un beneficio, ya que lo que les interesa es la rentabilidad, y nuestra preocupación es que inviertan más en innovación porque

representa una gran derrama económica para la sociedad. Este tema debería ser de interés, ya que al innovar se genera una mayor rentabilidad. [...] las empresas no están innovando y es porque todavía tienen rentabilidad sin mucha innovación, pero aquellas que empiezan a confrontar problemas en ese sentido son las que se incorporan y empiezan a hacerlo.

Señala Géraldine Benoit-Cervantes (2011)⁶: "La innovación participativa, permite a cada uno, sea cual fuere su ocupación y nivel jerárquico, alimentar a la empresa con innovaciones potenciales".

Entonces la Gestión del Diseño va en función de la colaboración de todos los departamentos internos, ya sea multidisciplinar o Interdisciplinar, dependiendo de los proyectos.

Kathryn Best (2009)⁷ en su libro Management del diseño, cita a Powell (2004)⁸ el cual señalala importancia creciente de la gestión del diseño y lo proyecta de manera básica:

1. Cuanto mejor comprendan las empresas el papel que desempeña el diseño en el fomento de la innovación, más utilizaran la gestión del diseño como un recurso potente que les permita diferenciarse en el mercado y crear ventajas competitivas sostenibles.
2. La oferta de productos en el mercado es cada vez mayor, y los consumidores desean aumentar su calidad de vida con buenos productos que sólo pueden lograrse con una correcta gestión del diseño.
3. El cambio de actitud y el paso de una gestión del diseño a una gestión a favor del diseño favorece el desarrollo del pleno potencial del diseño.
4. El cambio cada vez más importante que el diseño desempeñara como puente entre el mundo y los aspectos económicos y culturales de los diferentes países le abrirá nuevas puertas y le permitirá contribuir en la construcción de

⁴ Recuperado del website el 12 de Noviembre de 2014: http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/ManuaFrascati-2002_sp.pdf

⁵ Recuperado del website 25 de Febrero de 2014 La innovación en las empresas es Rentable: <http://www.invdes.com.mx/innovacion-mobil/4152-la-innovacion-en-las-empresas-es-rentable?hitcount=0>

⁶ Innovación, Géraldine Benoit-Cervantes, 2011, Editorial Patria

⁷ Kathryn Best. (2009). Management del Diseño. España: Parramón.

⁸ Powel, E, "How to Win Friends", Review of DMI Conference/ ID Magazine Jan 1992 7 HULL, Galen Spencer (1998). Guía para la Pequeña Empresa. Ediciones Genika, México.

sociedades más sanas y equilibradas en todo el planeta.

Este último punto que menciona Powell, se vuelve trascendental para la inmersión en un marco local, insertando diseños que puedan trascender de manera social, reforzando así valores y actitudes que toman las personas con respecto a objetos de diseño en pro de generar vínculos entre comunidades.

Con esto se pretende poner en práctica la Gestión del Diseño de tal modo que se interactúe directamente con un núcleo social ahora fragmentado, y que tenga como ventaja la innovación en productos o servicios que impulsen la economía local.

Los casos de estudio se tomarán en extremos opuestos, una micro empresa, en vías de desarrollo a nivel local (comunidad, colonia), y una pequeña empresa en transformación ya operativa a nivel Estatal, bajo el contexto de desarrollo del diseño en el norte del País.

Contexto social de Nuevo León

Hoy en día la ciudad de Monterrey vive un cambio vertiginoso en su desarrollo económico; cada vez son más las empresas que invierten en inmuebles para el posicionamiento de sus negocios. Las interrogantes que surgen de este surgimiento de microeconomías es: ¿Dónde quedan los procesos de diseño dentro de las nuevas empresas?

Como se mencionaba anteriormente, las brechas de estudio van desde una PyME: Kevork Instruments, que desea enfocar su atención en el diseño como una pieza fundamental en su desarrollo y salto hacia el mercado internacional y las MicroPyMEs que existen en la zona centro de Monterrey.

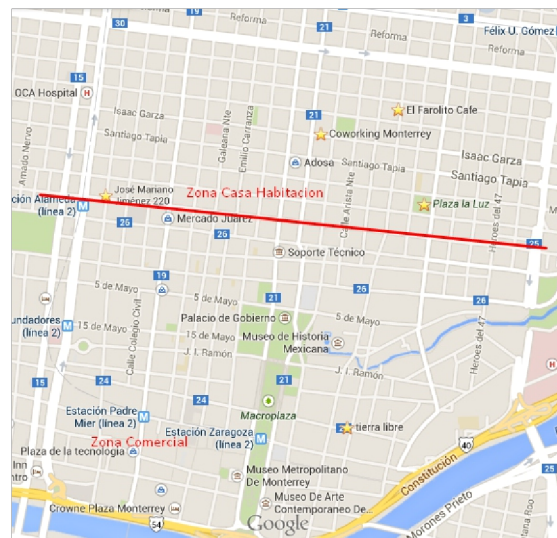
El interés por tener ambos extremos surge a partir del entendimiento que se desarrolló por parte de este tipo de empresas después de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) en las cuales Hull (1998)⁹, hace referencia del rescate que tuvo este tipo de negocios para reactivar la economía local.

El término de la Segunda Guerra Mundial, fue el detonante en la creación de este tipo de empresas, ya que no se tenían, al final de la guerra, los recursos financieros, ni la materia prima, además que muchos de los países aliados tenían bajo sitio a las naciones derrocadas.

Por lo cual se trabajó alrededor de iniciativas locales para poder impulsar la economía que iba en picada.

Esta reflexión acerca de la importancia de las labores locales se puede desarrollar aún más por medio de Diseño.

El estudio de estos negocios se sitúa en el primer cuadro de la Ciudad de Monterrey en el Estado de Nuevo León con el objetivo de reactivar las economías locales.



KEVORK Instruments¹⁰, es una empresa dedicada a la distribución de equipos estéticos de alta tecnología, teniendo como principal componente el láser para su operación. En su website se puede encontrar información específica de los enfoques que tiene.

Desde 1980, ha tomado el compromiso de introducir la más alta y avanzada tecnología al mercado. Representamos a fabricantes prestigiados e internacionalmente reconocidos. Muchos de los equipos que ofrecemos son de tecnología láser. Por su sencillez y su ilimitado

⁹ HULL, Galen Spencer (1998). Guía para la Pequeña Empresa. Ediciones Genika, México.

¹⁰ Recuperado el 10 de Mayo de 2014, <http://www.kevork-instruments.com/perfil-empresarial.html>

número de aplicaciones, el láser se ha convertido en un instrumento eficaz y muy preciso. Nuestros equipos abarcan muchas disciplinas médicas, tanto en diagnóstico como en cirugía. Son confiables, de fácil uso y "amigables" con el médico y paciente. Para Kevork, lo más importante es la satisfacción de sus clientes. Para lograrlo, existe un programa de capacitación continua por las empresas que representamos, lo que garantiza el servicio post-venta.

Actualmente la empresa está en una fase de desarrollo, la cual, de ser distribuidor, quiere por parte del diseño, emprender el desarrollo de sus propios equipos con la tecnología que ya conoce por sus proveedores, para con ello, poder ser aún más competitiva a nivel nacional. Esto marca una brecha muy notoria en el desarrollo de nuevos productos dentro de la empresa, ya que desde su creación solo ha estado distribuyendo material, que bien, entiende a su perfección, pero no tiene dominio sobre la fabricación.

El estudio enfoca su atención en el análisis del panorama actual de las MIPyMEs y PyMEs, de los factores por los cuales se crean o modifican, los tipos más frecuentes de mercado aplicables para un negocio y como invierten en recursos para poder destacar entre el mercado estatal y entre usuarios cada vez más exigentes.

Por lo tanto, se espera que el diseño sea parte fundamental de la estrategia al momento de crear un negocio. Del mismo modo, que las empresas tengan en el desarrollo integral de sus productos o servicios un verdadero aporte social, el cual puede cambiar drásticamente las relaciones sociales que existen en diversas colonias en el centro de Monterrey.

Objetivo: Incentivar la innovación dentro de la MiPYME y PyME por medio de la gestión del diseño, con la aplicación de herramientas para la transformación económica.

Por medio de plantear el incremento de la innovación por parte del trabajo multidisciplinar en cada caso de estudio para evolucionar los productos-servicios que ofrecen.

Desarrollando herramientas que sirvan de base para la creación de nuevos negocios, enfatizando el uso del Diseño y su correcta gestión para la

solidificación económica y la evolución de la PyME.

Y la generación de redes económicas por parte de objetos de diseño aplicados en MiPyMe para un cambio social.

Al poner esta práctica la Gestión del Diseño, dentro de la empresa se espera tener mejor respuesta por parte del trabajo multidisciplinar, para así lograr un cambio económico e incentivar la innovación.

Preguntas de la investigación

¿Cuál es el motivo principal por el cual las empresas no utilizan la Gestión del diseño en sus procesos de diseño?

¿Al implementar la Gestión del diseño y la vinculación efectiva de los diferentes departamentos, entonces se podría generar más innovación dentro de la PYME?

¿Por medio de estrategias de innovación ligadas a la gestión del diseño, se logrará formar redes comerciales entre diversas MiPyME para la reactivación de economías locales?

Conclusión


Esta investigación se está gestando con la finalidad de poder crear herramientas que puedan servir para diversos casos, ya sea una PyME ya consolidada o una MiPyME, el impacto social en ambas puede diferenciarse por el entorno en el cual se manejan ambas, sin embargo, se espera que por medio de la Gestión del diseño ambos casos puedan resultar fructíferos en su aplicación para poder así lograr innovación en cada empresa.

Referencias bibliográficas

Fuente: Panel Internacional de Evaluación de la Política I+D e innovación de México (2007), Sistema Mexicano de Ciencia, Tecnología e innovación CTI.

HULL, Galen Spencer (1998). Guía para la Pequeña Empresa. Ediciones Genika, México.

Innovación, Géraldine Benoit-Cervantes, 2011, Editorial Patria. Kathryn Best. (2009). Management del Diseño. España: Parramón.



Powel, E, "How to Win Friends", Review of DMI Conference/
ID Magazine Jan 1992

Recuperado del website el 12 de Noviembre de 2014:
http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/Manua_Frascati-2002_sp.pdf

Recuperado del website 25 de Febrero de 2014 La innovación en
las empresas es Rentable:
<http://www.invdes.com.mx/innovacion-mobil/4152-la-innovacion-en-lasempresas-es-rentable?hitcount=0>

Recuperado el 10 de Mayo de 2014, <http://www.kevork-instruments.com/perfilempresarial.html>

