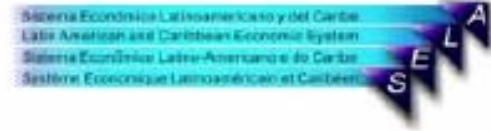


ESTRATEGIAS DE INNOVACION PARA MIPYMES

SAN JOSE DE COSTA RICA – JULIO 2007



INNOVACION EN MIPYMES DE COLOMBIA



OBJETIVOS

- ✓ Presentar un rápido panorama histórico de algunos de los programas, proyectos y eventos emprendidos en tema de Diseño e Innovación para MiPymes en Colombia
- ✓ Sensibilizar a los asistentes en la generación de una conciencia de Diseño - dentro de sus organizaciones - como un factor de supervivencia a la actual coyuntura de mercados globalizados
- ✓ Entender como aplicar una estrategia de Diseño e Innovación que impulse la diversificación de su oferta y la diferenciación de sus productos con respecto a la competencia

I. NUESTRO ENTORNO

- Entorno y conceptos
- La importancia del Diseño y la Innovación
- Histórico del Diseño (programas y proyectos)
- Situación actual del Diseño en Colombia

ENTORNO Y CONCEPTOS

¿Qué es una Pyme? (en Colombia)

De acuerdo con la encuesta anual manufacturera (Dane) los tamaños de las empresas según el **personal** ocupado son:

- Pequeña 11 y 49 (empleados)
- Mediana 50 y 199
- Grande más de 200

Con base en la información financiera de Supersociedades, según el valor de **activos** las empresas son:

- Pequeña de 500 SMLV a 5000 SMLV
- Mediana de 5001 SMLV a 15000 SMLV
- Grande más 15001 SMLV



ENTORNO Y CONCEPTOS

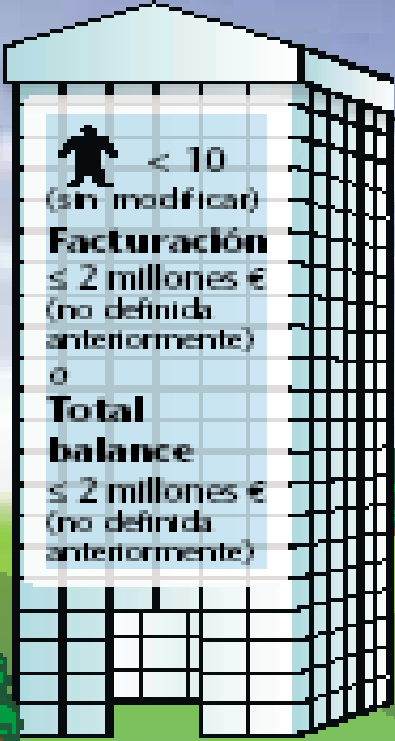
¿Qué es una pyme en la UE?


CRITERIOS PARA DEFINIR LAS PYME

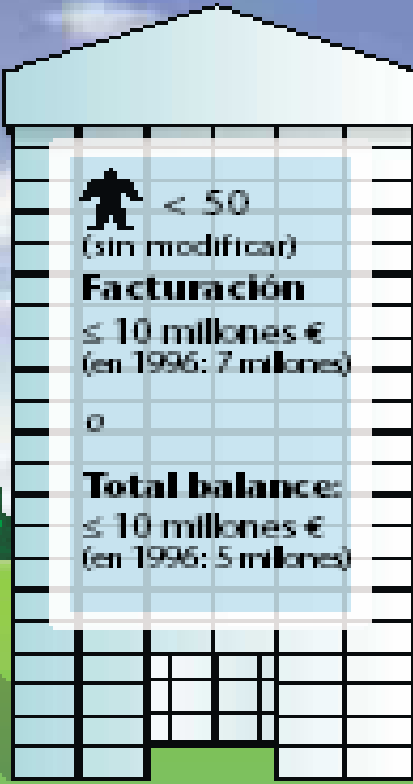
MICRO


PEQUEÑA

MEDIANA



 < 10
(sin modificar)
Facturación
≤ 2 millones €
(no definida anteriormente)
o
Total balance
≤ 2 millones €
(no definida anteriormente)



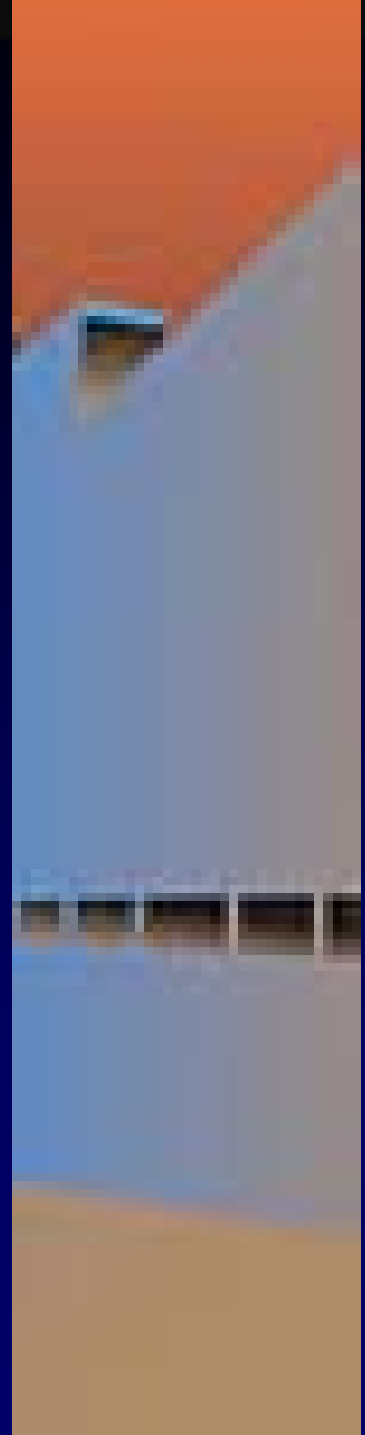
 < 50
(sin modificar)
Facturación
≤ 10 millones €
(en 1996: 7 millones)
o
Total balance:
≤ 10 millones €
(en 1996: 5 millones)



 < 250
(sin modificar)
Facturación
≤ 50 millones €
(en 1996: 40 millones)
o
Total balance:
≤ 43 millones €
(en 1996: 27 millones)

DIFICULTADES DE LAS MIPYMES

- Falta de mano de obra calificada
- Alta carga fiscal y parafiscal
- Falta de acceso al crédito y capital de riesgo
- Tienen déficit de competencias gerenciales
- Carecen de gestión en inteligencia de mercados
- Limitada cultura asociativa
- Necesidades de nuevas tecnologías
- Gran influencia de externalidades (costo país)
- Baja inversión en I + D
- No desarrollan productos con valor de agregado
- Baja utilización de la propiedad industrial



I. NUESTRO ENTORNO

- Entorno y conceptos
- La importancia del Diseño y la Innovación
- Histórico del Diseño (programas y proyectos)
- Situación actual del Diseño en Colombia

COMO INNOVAR?

- ⇒ Vigilar que está haciendo la COMPETENCIA
- ⇒ Preguntarse que es lo que necesitan o necesitarán mis CLIENTES
- ⇒ Saber que están haciendo de nuevo mis PROVEEDORES
- ⇒ Estar actualizado visitando FERIAS y leyendo REVISTAS especializadas
- ⇒ Identificar permanentemente que se puede MEJORAR en MI empresa
- ⇒ Crear equipos de trabajo que generen IDEAS
- ⇒ Trabajar por PROYECTOS con metas precisas

REFLEXIONES DE DIGARE SOBRE:

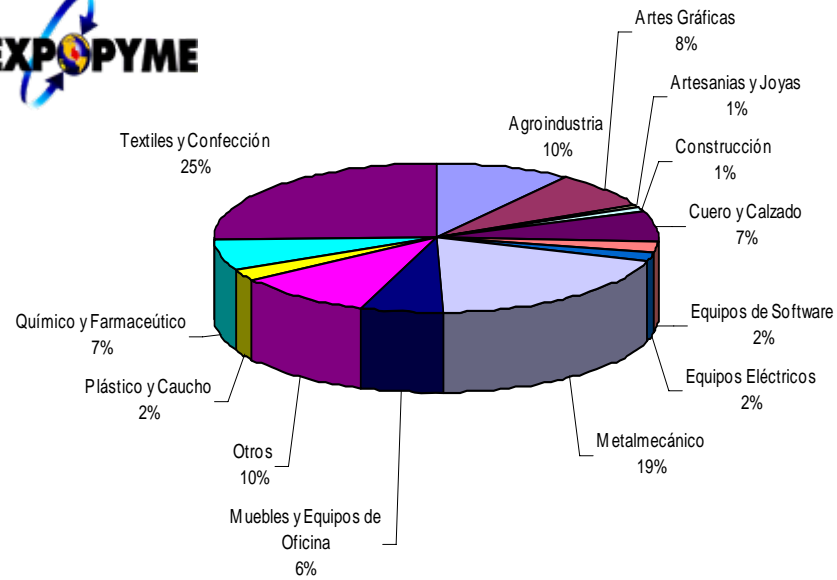
“La **creatividad** es pensar en nuevas cosas...
la innovación es hacerlas de verdad! ”

“La **innovación** es encontrar la forma de
explotar una idea técnica y comercialmente
de un producto, proceso o servicio.”

“El **diseño** es la herramienta más poderosa
con que cuentan las Mipymes para innovar.”

ESTRATEGIA ACTUAL

Gran parte de las **MiPymes** basan su estrategia de “innovación” en la **copia** o en trabajar para las **grandes corporaciones** como proveedores o maquiladores, olvidando utilizar el **diseño** para desarrollar y ofrecer nuevos productos al enorme mercado internacional



¿QUE ES DISEÑO?

DAVID PYE

El “arte” del **Diseño**, que decide que las cosas que usamos tengan la apariencia que tienen, posee un impacto mucho más amplio y más sustentado que cualquier otro arte. Todo el mundo está *expuesto* a él durante el día entero. En nuestras ciudades casi no existe nada de lo que vemos que no haya sido diseñado.

¿QUE ES DISEÑO?

DEFINICION ICSID

El Diseño es la actividad creativa cuyo fin es establecer las diversas cualidades de los objetos, procesos, servicios, y sus sistemas en todos sus ciclos de vida. Por lo tanto, el Diseño es el factor central de la humanización de las tecnologías y un factor crucial de *intercambio cultural y económico*.

EL DISEÑO EN LA HISTORIA

- Revolución Industrial (Inicio y Origen)
- Bauhaus (Teoría y Fundamentos)
- II Guerra Mundial (Escala y Eficiencia)
- Post Guerra (Variaciones y Seducción)
- Economía de mercados (Standarización y Calidad)
- Era de la informática (Justo a tiempo y Globalidad)
- Era del conocimiento (Sostenibilidad y ...)

AREAS DEL DISEÑO Y APLICACIONES

- Diseño Industrial - Producto
- Diseño Ingenieril - Herramientas
- Diseño Gráfico - Empaque
- Diseño de Interiores - Mobiliario
- Diseño Textil - Confecciones
- Diseño de Información - Interfases
- Diseño Arquitectónico - Vivienda
- Diseño Urbano - Amoblamiento
- Diseño de Alimentos - Consumo
- Bio Diseño - Reciclaje
- Eco Diseño - Cero emisiones

¿QUE ES DISEÑO?

ANDREA BRANZI

El Diseño no reside en los productos acabados, sino en el acto de realizarlos. No es el resultado, sino su *proceso*.

REFLEXION: DISEÑO = DIFERENCIACION

Norio Ohga

“En Sony suponemos que todos los productos de nuestros competidores tendrán, básicamente, la misma tecnología, el mismo precio, el mismo desempeño, las mismas características. En el mercado, es el *Diseño* lo único que diferencia un producto del otro.”

I. NUESTRO ENTORNO

- Entorno y conceptos
- La importancia del Diseño y la Innovación
- Histórico del Diseño (Programas y proyectos)
- Situación actual del Diseño en Colombia

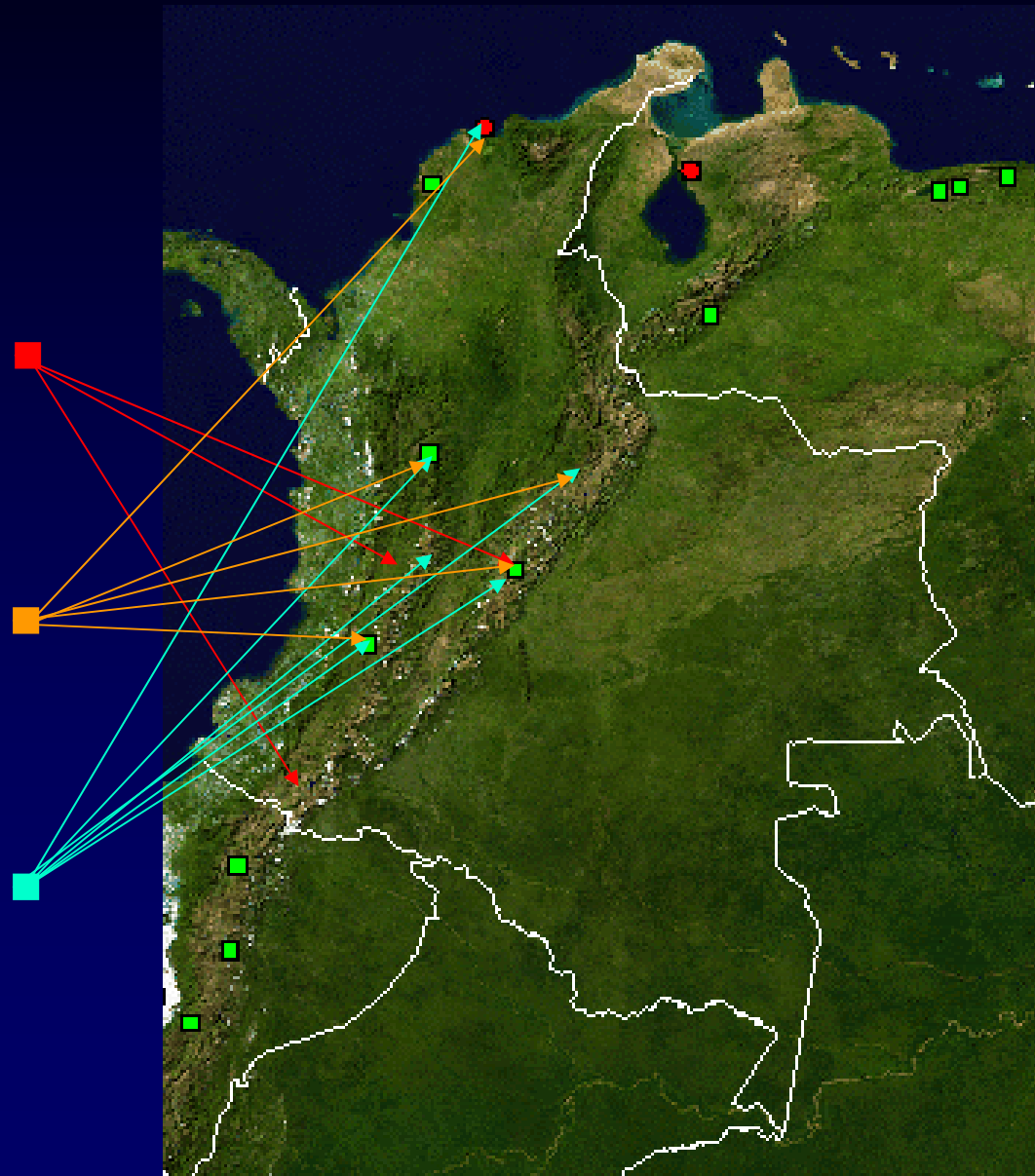
ESTRUCTURAS EXISTENTES

DISTRIBUCION GEOGRAFICA

**3 LABORATORIOS DE DISEÑO
PARA LA ARTESANIA Y LA
PEQUEÑA EMPRESA**
(ARMENIA, PASTO, BOGOTA)

**10 CDT Y CDP (POR SECTORES
O CADENAS PRODUCTIVAS)**
(BOGOTA, BUCARAMANGA,
MEDELLIN, BARRANQUILLA
Y CALI, ENTRE OTROS)

**6 CENTROS EMPRESARIALES
CAMARAS DE COMERCIO
PROGRAMA NACIONAL DE DISEÑO**
(BOGOTA, CALI, MEDELLIN,
MANIZALES, BUCARAMANGA Y
BARRANQUILLA)



I. ENTORNO

- Entorno y conceptos
- La importancia del Diseño y la Innovación
- Histórico del Diseño (programas y proyectos)
- Situación actual del Diseño en Colombia

SITUACION ACTUAL DEL DISEÑO

- ➡ La oferta de ESCUELAS de diseño ha crecido de manera importante en los últimos diez años (17 de D.I.)
- ➡ Hay alrededor de 18.000 ESTUDIANTES en todas las ramas del diseño en el país.
- ➡ Se estima que hay más de 10.000 diseñadores PROFESIONALES en el mercado de trabajo.
- ➡ El promedio de ANTIGÜEDAD de las empresas de diseño en Colombia es de 12.9 años. (Fuente: Revista Projectodiseño)
- ➡ Todavía hay muy POCAS empresas de diseño que estén fuertes y consolidadas.
- ➡ El diseño en Colombia es una profesión sin organización GREMIAL.

SITUACION ACTUAL DEL DISEÑO

- ⇒ El diseño como CONCEPTO se ha ido abriendo espacio entre el público, pero aún no se percibe ni se VALORA como factor estratégico y de competitividad.
- ⇒ La DEMANDA de diseñadores por parte de las empresas e industrias crece muy lentamente, ya que estas últimas prefieren COPIAR modelos externos, en lugar de invertir recursos en innovación y diseño.
- ⇒ Existe una desarticulación entre la OFERTA y la DEMANDA de todos los servicios de diseño.
- ⇒ El sector productivo y los diseñadores son más reactivos que proactivos, y existe un gran DESCONOCIMIENTO sobre el alcance del diseño, así como la existencia de programas y entidades que lo impulsan.

PROGRAMA NACIONAL DE DISEÑO

RAZON DE SER



P.N.D.I

Programa Nacional de Diseño
para la Industria

Por lo anterior, se desarrolló un Programa que se circunscribe dentro de las políticas de apoyo a la industria nacional, creando mecanismos e incentivos a la inversión en diseño de nuevos productos y servicios para el mercado internacional, logrando impulsar la cultura empresarial hacia la innovación.

Entidades de soporte: Ministerio de Industria Comercio y Turismo, cinco principales Cámaras de Comercio del país.

PROGRAMA NACIONAL DE DISEÑO

RESULTADOS

- Inclusión dentro de la política industrial del país del PNDI como herramienta de apoyo directo a las Pymes en temas innovación y desarrollo.
- Diseño y desarrollo de una herramienta de diagnóstico de diseño para Pymes, complementando una metodología del BID.
- Articulación y concertación con los 5 Cámaras de Comercio y sus Centros de Desarrollo Empresarial para aplicar la metodología.
- Sensibilización e inserción del diseño e innovación como factor de competitividad empresarial entre las Pymes.
- Beneficios directos: subsidios de más de 700 millones en asesorías en diseño corporativo (50%), producto (15%), procesos (10%) y empaques (25%) de 175 Pymes (CCB) y 15 (Nal)
- Beneficios indirectos: nueva oferta del sector empresarial, comunidad de diseñadores profesionales con opción de desarrollo profesional como consultores empresariales.

II. POR DONDE EMPEZAR

- El Diseño y la Innovación y su relación con la planificación estratégica
- Análisis y diagnóstico de la situación actual

DISEÑO Y PLANEACION ESTRATEGIA

- El **Diseño**, como cualquier otro aspecto de la empresa, depende de las *decisiones estratégicas*, lo que limita su margen de maniobra ya que debe contar con: objetivos financieros, producción, cultura empresarial, etc.
- El impacto *estratégico* del **Diseño** será más importante, siempre que exista un compromiso directivo (gerente general y/o propietario)
- Si las decisiones estratégicas son incoherentes y no son precisas, el trabajo y las propuestas del Diseñador de forma consecuente serán erradas.

LA ESTRATEGIA DE DISEÑO

La 1era etapa de inserción del **Diseño** en una empresa, es plantear una *Estrategia* a corto y mediano plazo, para encontrar soluciones puntuales a sus necesidades.

En una 2da etapa, es indispensable aconsejar a los gerentes y propietarios de las empresas pensar paralelamente en gestión (estratégica, cultural, organizacional), para poder articular **Gestión + Diseño**, con el objetivo de dirigir a la organización a la definición de una *Política de Diseño* de largo plazo.

CASOS

Ejemplos de empresas que han llegado a la definición de *Políticas de Diseño e Innovación*, con gran recordación entre sus consumidores :



- LG - monitores
- Renault - automóviles
- Philips - electrodomésticos
- Nestlé - alimentos
- Canon - fotografía
- Bose - sonido
- Alpina - alimentos
- Corona - cerámicas



II. POR DONDE EMPEZAR

- El Diseño y la Innovación y su relación con la planificación estratégica
- Análisis y diagnóstico de la situación actual

¿POR QUÉ EL DISEÑO ES IMPORTANTE PARA UNA EMPRESA?

Al asesorar una empresa en el concepto de **Diseño Integral** que abarca las cuatro áreas *corporativa, producto, procesos y empaque*, la impulsa hacia el camino de la diversificación de su producción y diferenciación de producto con respecto a la competencia

POR QUÉ HACER UN DIAGNOSTICO?

Para poder asesorar seriamente una empresa en la implementación de una **Estrategia de Diseño**, se debe realizar una fase de diagnóstico y análisis desde la óptica del Diseño, que abarque toda la organización en sus áreas:

- ✓ Comercial
- ✓ Promoción publicidad y puntos de venta
- ✓ Productos, subproductos y tema ambiental
- ✓ Producción: procesos, puestos de trabajo, maquinaria y herramientas
- ✓ Empaques y embalajes

RESULTADO DEL DIAGNOSTICO

Según las necesidades, las fortalezas y las debilidades encontradas al aplicar la herramienta de diagnóstico transversal en la empresa, permite priorizar para luego determinar la **Estrategia de Diseño** a seguir, como por ejemplo:

- Diseño de procesos (corto plazo)
- Diseño corporativo (corto plazo)
- Diseño de empaques (corto y mediano plazo)
- Diseño de producto (a mediano plazo)

III. EL DISEÑO COMO HERRAMIENTA

- Estrategias integrales de Diseño en:
 - Imagen corporativa
 - Productos
 - Procesos productivos
 - Empaques y embalajes.
- Argumentos de inversión en Diseño e Innovación
- Conclusiones

CONTENIDO DE UNA CONSULTORIA

FASES

PROYECTO DE DISEÑO

(MODELO IDEAL)

- Análisis de los mercados objetivos y potenciales de la empresa
- Aplicación de un diagnóstico en Diseño
- Elaboración de la propuesta de consultoría
- Implementación (corporativa, producto, procesos o empaque)
- Seguimiento

CONTENIDO DE LA CONSULTORIA

Consultoría en **Diseño corporativo**

ALCANCES

Manual corporativo básico, logos, catálogos, papelería, afiches, cd-roms, instructivos, gráfica de empaques, páginas web

RESULTADO

Desarrollo o actualización de la identidad corporativa de la empresa

CONTENIDO DE LA CONSULTORIA

Consultoría en **Diseño de producto**

ALCANCES
Briefing o sumario, planos técnicos y de producción, visualización 3D, modelos, prototipos, moldes, pruebas, lanzamiento al mercado
RESULTADO
Desarrollo de nuevos productos, partes o componentes, para diversificar producción y diferenciar producto

CONTENIDO DE LA CONSULTORIA

Consultoría en **Diseño de procesos**

ALCANCES
Distribución de planta, ciclos productivos, bodegaje, mejora puestos de trabajo en planta y oficina, señalización, etc
RESULTADO
Mejorar la productividad, flexibilidad y eficiencia de la oficina o planta de producción

CONTENIDO DE LA CONSULTORIA

Consultoría en **Diseño de empaques**

ALCANCES
Definición de tamaños, materiales, contenido, pruebas de resistencia, cubicación, códigos, símbolos y signos
RESULTADO
Desarrollo de empaques individuales y embalajes para el mercado de exportación

VENTAJAS SUBCONTRATACION

La **subcontratación de servicios de Diseño** tiene como ventajas:

- Costos más bajos para intervenciones puntuales y de complejidad media
- Objetividad e imparcialidad del Diseñador con respecto a la cultura y las presiones internas de la organización
- Mayor credibilidad en las proposiciones por ser externas
- Preservar la creatividad por la independencia
- Mayor experticia por trabajar con otros sectores



III. EL DISEÑO COMO HERRAMIENTA

- Estrategias integrales de Diseño en:
 - Imagen corporativa
 - Productos
 - Procesos productivos
 - Empaques y embalajes.
- Argumentos de inversión en Diseño e Innovación
- Conclusiones

ARGUMENTOS DE INVERSIÓN EN DISEÑO

- Cambio de visión empresarial: ver el **Diseño** y la **Innovación** como inversión y no como gasto
- Buscar satisfacer las necesidades de los clientes
- Contrarestar la disminución de ventas y pérdida de cuota de mercado de la empresa como consecuencia de la *madurez de sus productos*
- Evitar caer en un estado de “quiebra creativa”
- Diferenciar y agregar valor a los productos de la empresa con miras al mercado de exportación

PRODUCTO RENTABLE

La decisión de invertir recursos en el **Diseño e Innovación** está directamente relacionada y ligada a dos factores: el *tiempo* y el *riesgo*.

Diseño



Es la herramienta para
minimizar el riesgo

III. EL DISEÑO COMO HERRAMIENTA

- Estrategias integrales de Diseño en:
 - Imagen corporativa
 - Productos
 - Procesos productivos
 - Empaques y embalajes.
- Argumentos de inversión en Diseño e Innovación
- Conclusiones

CONCLUSION 1: DISEÑO = COMPETITIVIDAD

La prosperidad de una empresa depende en gran medida de su capacidad de innovar y de su habilidad para introducir nuevos productos o rediseños al mercado. El éxito comercial de sus productos, y por lo tanto el crecimiento de la empresa, dependerá de su funcionalidad, calidad, costo y apariencia, en otras palabras, de su *competitividad en Diseño*.



CONCLUSION 2: DISEÑO = SOLUCION

“En Colombia el problema de competitividad de las empresas está en gran medida en la voluntad de cambio (*cultura empresarial*) y en la falta de inversión, aplicación y conocimiento de una herramienta como el **Diseño**. En estos dos aspectos se encuentra parte de la solución para lograr sobrevivir en los actuales mercados globalizados.” DIGARE

Gracias

