

Diseño y Emprendimiento: Innovación Crítica para un Futuro Sostenible

Viviana Molina Osorio
Doctora en Diseño y Creación

El emprendimiento y el diseño han sido campos de investigación que han ganado terreno en las últimas dos décadas, inicialmente apoyados en disciplinas como la economía, psicología, administración y el arte. Shane y Venkataraman (2000) definieron el emprendimiento como el estudio de las fuentes de oportunidades, así como los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de estas, lo que permitió el surgimiento de diversas investigaciones sobre el pensamiento emprendedor (Saravathy, 2008), el "descubrimiento valioso" (Fiet et al., 2013) y la construcción del modelo de negocio (Osterwalder & Pigneur, 2010). Un giro interesante se dio en 2012, cuando Goldsby y Nelson hablaron de "diseño emprendedor", destacando la habilidad de los emprendedores de transformar ideas en productos innovadores, en sintonía con la popularidad del pensamiento de diseño en IDEO (Brown, 2008).

En esta evolución del emprendimiento, surge una nueva ola: el emprendimiento social y ambiental. Mair et al. (2006) y Gibbs (2006) introducen términos como "emprendimiento sostenible" y "emprendimiento ambiental", que reconocen la necesidad de que los emprendedores asuman un rol activo en la generación de valor social y ambiental, respondiendo a problemáticas como el cambio climático y la degradación ambiental. Estos enfoques sugieren que los emprendedores sostenibles, con innovaciones tecnológicas como los automóviles híbridos y la energía solar, están llamados a liderar el desarrollo de un sistema económico-social sostenible (Schaltegger & Wagner, 2011).

El diseño crítico, una categoría introducida por Anthony Dunne en los años 90, también responde a esta necesidad de transformación. El diseño crítico rechaza el ciclo consumista impulsado por el marketing, proponiendo una reflexión más profunda sobre el papel del diseño en la vida cotidiana. Jorge Frascara (2000) subraya que el diseño no debe ser una mera respuesta a las demandas del mercado, sino una herramienta para generar cambios sociales. Según él, los diseñadores deben asumir un rol proactivo, desarrollando nuevas herramientas y métodos que les permitan abordar problemas sociales importantes, como la sostenibilidad y la equidad.

En este contexto, el diseño interactivo también ha cobrado protagonismo. Premios como los IXDA Awards destacan la relevancia del diseño en áreas como la conexión, el empoderamiento y la disrupción, todos verbos que invitan al cambio. Hoy, gracias al acceso a la tecnología y la información, cualquier persona puede contribuir a la transformación de la sociedad. Movimientos como la "ciencia ciudadana" demuestran que, con las herramientas adecuadas, cualquiera puede participar en el proceso de diseño para mejorar la calidad de vida. El diseño ya no es exclusivo de los diseñadores, y su capacidad de generar valor a través de enfoques formales o informales es cada vez más reconocida (Becerra, 2011). Ya no son los "otros" los llamados a tomar cartas en el asunto, cada uno es un sujeto capaz de producir cambios importantes y aportar a la mejora de las condiciones de vida en este mundo. Nunca antes el aporte de un grano de arena había sido tan visible.



La convergencia entre diseño, emprendimiento y sostenibilidad es esencial para construir un futuro más equilibrado y habitable. Arturo Escobar (2013) destaca la importancia del diseño en la transformación social, señalando que este debe ir más allá de los límites estéticos y funcionales tradicionales para cuestionar profundamente nuestro estilo de vida y modelo económico. Históricamente, la palabra "entrepreneur" proviene del francés y hacía referencia a los pioneros, aquellos que exploraban nuevos territorios. En la actualidad, los emprendedores desempeñan un papel similar al reunir recursos, personas e ideas para crear valor. Los diseñadores, por su parte, han sido mediadores entre diferentes disciplinas, actuando como traductores y negociadores. Los emprendedores sostenibles, a diferencia de los convencionales, buscan una sinergia entre el progreso ambiental y el éxito económico, integrando valores sociales y ecológicos con una actitud emprendedora. Así como los pioneros de antaño, estos actores modernos están llamados a liderar una transformación profunda y necesaria.

Adoptar el emprendimiento sostenible como un modelo de negocio implica alejarse del enfoque meramente mercantil para convertirse, como lo propone el diseño crítico, en agentes de cambio sistémico. Las empresas ya no serían simplemente productoras de bienes en masa, sino plataformas generadoras de bienestar, donde las transacciones no solo se realizan en términos monetarios, sino también en calidad de vida, impacto social y beneficios ambientales. En este contexto, las organizaciones se convierten en espacios de innovación social. Como plantea Ezio Manzini, el "diseño para la innovación social" es un conjunto de iniciativas orientadas a construir soluciones sociales más efectivas, duraderas y replicables. Manzini (2014) sugiere que los diseñadores pueden adoptar roles diversos: desde facilitadores que apoyan proyectos en curso, hasta iniciadores de nuevas conversaciones sociales. Pueden trabajar en equipos de co-diseño con usuarios específicos o actuar como activistas, proponiendo de manera proactiva iniciativas que generen un impacto significativo en la sociedad. Esta visión subraya el potencial del diseño y el emprendimiento como fuerzas motrices de un cambio sostenible, donde ambos se complementan para enfrentar los retos contemporáneos de manera creativa y responsable.

El diseño y el emprendimiento están profundamente interconectados, y juntos pueden ser los motores del cambio hacia un futuro más sostenible. El emprendimiento social ofrece un campo fértil donde los diseñadores pueden asumir un rol verdaderamente transformador, abordando problemas sociales y ambientales con creatividad y responsabilidad. En un momento en que el modelo consumista tradicional se está agotando, es crucial que diseñadores y emprendedores colaboren para promover un enfoque de desarrollo que priorice el bienestar de las personas y del planeta. Esto implicará que las empresas dejen de centrarse exclusivamente en el valor económico y se conviertan en generadoras de bienestar, con un enfoque claro en el impacto social y ambiental.

El llamado es claro: diseñadores y emprendedores deben asumir el desafío de ser los transformadores del mundo, catalizadores de un cambio profundo en cómo vivimos y nos relacionamos con nuestro entorno. El diseño nos ofrece las herramientas para cuestionar el status quo y proponer soluciones innovadoras y sostenibles. El futuro depende de nuestra capacidad para demandar productos responsables, generar innovaciones con propósito y



vivir en armonía con las necesidades del planeta y sus habitantes. Es momento de que diseño y emprendimiento lideren la transformación hacia un modelo de negocios y sociedad verdaderamente sostenible.

Referencias Bibliográficas

- Becerra, P. (2011). Diseño para la economía social y solidaria. Diseñar la inclusión, incluir el diseño. FADU UBA Ediciones, Buenos Aires
- Brown, T. (2008). Design thinking. Harvard Business Review, 86(6).
- DUNNE, A., & RABY, F. (2008). What is “Critical Design”? AXIS, 72–75.
- Escobar, A. (2013). Notes on the ontology of design - draft. Work in progress. Retrieved from http://sawyerseminar.ucdavis.edu/files/2012/12/ESCOBAR_Notes-on-the-Ontology-of-Design-Parts-I-II-_-III.pdf
- Fiet, J. O., Norton, W. I., & Clouse, V. G. H. (2013). Search and discovery by repeatedly successful entrepreneurs. International Small Business Journal, 31(November 2012), 890–913.
- Frascara, J. (2000). Diseño gráfico para la gente-Comunicación de masas y cambio social. (E. Infinito, Ed.)Bs. As. Ediciones infinito. Buenos Aires. Gibbs, D. C. (2006). Sustainability Entrepreneurs, Ecopreneurs and the Development of a Sustainable Economy. Greener Management International, 2006(55), 63–79.
- Goldsby, M. G., & Nelson, T. E. (2012). ENTREPRENEURIAL DESIGN: A DESIGN BASED THEORY OF ENTREPRENEURSHIP - ProQuest. Journal of Business and Entrepreneurship, Vol. 23(No. 2).
- Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). Social Entrepreneurship. Across the Board, 32, 2012.
- Manzini, E. (2014). Making Things Happen: Social Innovation and Design. Design Issues, 30(1), 57–66.
- Meek, W. R., Pacheco, D. F., & York, J. G. (2010). The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context. Journal of Business Venturing, 25(5), 493–509.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley.
- Sarasvathy, S. D. (2008). Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise. SciencesNew York, 2010, 1–23. Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. Business Strategy and the Environment, 20(4), 222–237.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 25(1), 217–226.
- Triana, N., López, M., & Vásquez, J. (2012). Diseño y bienestar humano: puntos de encuentro a partir de metodologías de diseño. Iconofacto.

