



MODELO DESIGN THINKING DIRIGIDO A LA POBLACIÓN CAMPESINA COLOMBIANA. CADENAS PRODUCTIVAS AGRO SOSTENIBLES*

DESIGN THINKING MODEL DIRECTED TO COLOMBIAN FARMERS. AGRO SOSTENIBLE PRODUCTIVE CHAINS

Recibido: 26 de noviembre de 2019

Evaluado: 5 de febrero de 2020

Aprobado: 18 de mayo de 2020

María Paula Leal Guerrero*

Universidad de los Andes

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1083-8910>

Cómo citar este artículo: Leal Guerrero. M. P. (2020). Modelo Design Thinking dirigido a la población campesina colombiana. Cadenas productivas agro sostenibles. *Revista Estrategia Organizacional*, 9(2). doi: <https://doi.org/10.22490/25392786.4046>

* Artículo de investigación producto de la maestría en administración.

** Administradora de Empresas de la Universidad de los Andes. Magister en Administración de Organizaciones. Correo electrónico: mp.leal125@uniandes.edu.co

RESUMEN

Introducción: el presente artículo propone una estrategia de enseñanza a la población campesina basada en el modelo de Design Thinking, el cual enseña a pensar diferente, mediante el uso del aprendizaje práctico como catalizador del conocimiento. *Metodología:* se analiza la creación de cadenas productivas asociadas a un emprendimiento agroindustrial, que servirán de apoyo en negociaciones, contacto con empresas, y gestión del conocimiento para la población campesina, la cual históricamente y a nivel general no ha recibido condiciones justas de comercio y mercado (Salcedo, 2013), además de los preocupantes bajos niveles educativos y económicos. *Resultados:* se intentó resolver la anterior situación usando una herramienta que permita pensar diferente, dada la asociación con los conceptos de innovación, creación de productos y empresas. *Conclusiones:* se espera que sirva como apoyo a la población cultivadora de aromáticas en el bajo Sumapaz, y se diseñen productos más llamativos que satisfagan una propuesta de valor determinada.

Palabras clave: economía rural, educación de adultos, administración de cultivo, planificación agrícola, precio agrícola.

ABSTRACT

Introduction: This paper proposes a teaching strategy to the rural population based on the Design Thinking model, which teaches different thinking, through the use of practical learning as a catalyst for knowledge. *Methodology:* The above considers the creation of productive chains associated with an enterprise, which will serve as support in negotiations, contact with companies, and knowledge manager for the rural population, which historically and generally has not received fair trade and market conditions (Salcedo, 2013) in addition to the worrying low educational and economic levels. *Results:* That is why we intend to solve the previous situation using a tool that allows us to think differently, given the association with the concepts of innovation, creation of products and companies. *Conclusions:* that it will serve as support for the aromatic cultivation population in the lower Sumapaz, and more striking products are designed that satisfy a specific value proposition.

Keywords: Rural Economy, Adult Education, Agricultural Management, Agricultural Price.

INTRODUCCIÓN

Colombia se ha caracterizado por tener bajas tasas a nivel educativo,¹ lo que puede indicar un déficit de preparación a la hora de realizar negociaciones con empresas, o proponer ideas diferentes sobre cómo vender sus productos. Es por ello que este artículo pretende presentar un modelo que permita aumentar la creatividad de la población rural del bajo Sumapaz que cultiva plantas aromáticas, con el fin de enseñar a indagar más allá, pensando en diferentes tipos de consumidores, además de las tendencias del mercado actual, mediante el concepto de pensamiento de diseño o *design thinking*, con actividades prácticas desarrolladas en una empresa productora de plantas aromáticas y condimentos.

La investigación surge de la experiencia vivida bajo el concepto de emprender en el agro, el cual ha sido un reto comercial, debido a las bajas condiciones de negociación que otorgan los compradores en cuanto a días de pago, seriedad en cantidades y pedidos, fluctuación en los precios llegando incluso a ofrecer menos del costo de producción, y, percepción de calidad subjetiva y no estandarizada. El modelo de design thinking, "busca explicar la solución creativa de problemas bajo las condiciones de una racionalidad circunscrita que es característica del diseño. Aquí, racionalidad circunscrita se refiere al concepto de que los seres humanos que resuelven problemas, en raras ocasiones están en la posibilidad de identificar todas las soluciones posibles al problema que enfrentan, y por lo tanto se limitan a opciones que parecen satisfacer las propiedades requeridas para la solución de un problema" (Rowe, 1987). En el concepto de esta investigación, más allá de los paros y movilizaciones, no ha habido otro tipo de confrontación masiva para cambiar la situación del mercado campesino y pareciera que el único consuelo es seguir vendiendo sus productos como otros digan, sin ningún tipo de concepto detrás desde la etapa de selección de la semilla, hasta la venta del producto. Se espera que la enseñanza de este

1 Las cifras de educación en la población rural colombiana son alarmantes en cuanto a cobertura y pertinencia. Según cifras del DANE divulgadas en el censo poblacional del año 2005, se observa que el 25% de los colombianos vive en zonas rurales (MinCultura, 2010), a su vez para el año 2014, el 11,5 % de la población rural mayor de 15 años no sabía leer ni escribir. En otros resultados el DANE afirma que en estas áreas el 15.7% de las mujeres y el 16.1% de los hombres cursaron primaria completa; el 2.9% de las mujeres y el 2.4% de los hombres tienen secundaria completa y el 0.9% de las mujeres y el 0.8% de los hombres alcanzaron un nivel profesional. Las carreras tecnológicas y de técnicos profesionales cuentan con muy bajos porcentajes en toda Colombia. En la zona rural de los municipios, el 0.3% de las mujeres y el 0.2% de los hombres cursaron carreras tecnológicas y el 0.5% de las mujeres y el 0.3% de los hombres son técnicos profesionales.

modelo cambie la situación y beneficie a los que por años han estado sometidos a transacciones injustas, en la medida en la que el concepto pueda darles una mejor de mercado, o estableciendo cadenas productivas en donde el emprendimiento sea el ente negociador que se encargará de hacer llegar a los productores un ingreso justo.

CONTENIDO

Se resalta que la misión de este emprendimiento agroindustrial es producir y transformar productos naturales asociados a plantas aromáticas y condimentos, pensando siempre en cuidar la naturaleza y el cuerpo humano, con políticas medioambientales de cero químicos y cero plásticos en toda su cadena de producción; pero también debe contemplar un sentido social, el cual brinda un espacio de construcción de ideas y consolidación del conocimiento agrícola en los negocios, acogiendo a diferentes actores que lo necesiten.

El pensamiento de diseño puede proporcionar a las personas una idea de las nuevas formas de hacer las cosas y de las diferentes perspectivas e interpretaciones acerca de la realidad que están viviendo. De esta manera, el diseño puede ser una forma de enfrentar la complejidad y responder a la voluntad de la gente de cambiar deliberadamente el mundo (Nelson y Stolterman, 2003), todo ello enseñado en las instalaciones del emprendimiento a partir de talleres y seminarios dictados por los fundadores de la empresa, en pro de enseñar y posteriormente establecer la creación de cadenas productivas que logren beneficiar económicamente a ambas partes, generando espacios de aprendizaje colaborativo en temas de administración y negocios, y técnicas agrícolas sostenibles. Allí se trabajará el modelo de design thinking o pensamiento de diseño, el cual se define como un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios (IDEO, 2019). Se explicarán teóricamente cada una de las etapas del modelo, basando el aprendizaje en la práctica con cada uno de los productos agrícolas que maneje la persona. Según IDEO, el movimiento creador del pensamiento de diseño, existen cinco etapas clave para este modelo:

- **Empatizar:** Se debe comprender la necesidad del usuario final, además de su entorno con el fin de generar soluciones consecuentes con su realidad.

- Definir: Segmentar la información encontrada en el paso anterior, con el fin de identificar problemas de manera más sencilla y darles una solución puntual e innovadora.
- Idear: En esta etapa se deben generar millones de opciones que solucionen los problemas encontrados, por más locas que parezcan.
- Prototipar: De acuerdo con las ideas elegidas en el punto anterior, el prototipo permite hacerlas tangibles y visualizar las posibles soluciones, mejorando, eliminando o modificando algunas características.
- Testear: Es la fase final del modelo, en donde se prueban los prototipos con los usuarios finales, quienes ayudarán en la construcción de una mejor solución con mejoras, fallas y características faltantes, hasta convertir la idea en la mejor solución.

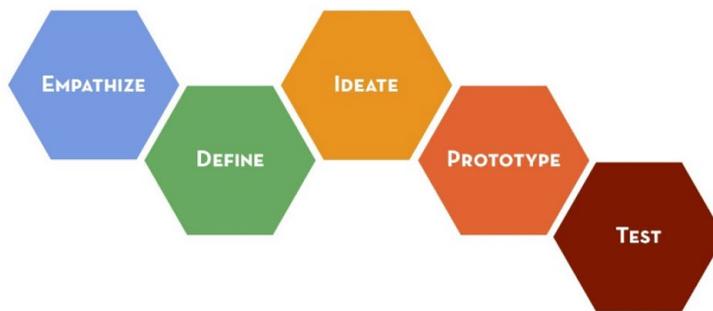


Figura 1. Modelo design thinking

Fuente: IDEO, 2019

Uno de los casos más relevantes para el pensamiento de diseño la dio la empresa 'Stimulo', una agencia de diseño industrial que ayuda a las empresas en su visión estratégica desarrollando productos desde una perspectiva más holística. Se adaptan a las necesidades de cada uno de sus clientes y les ayudan a plantearse las preguntas correctas con el fin de encontrar respuestas adecuadas que les permitan conseguir un producto diferenciado en el mercado y con un valor añadido (Serrano, 2018). En sus proyectos de innovación, las sesiones creativas tienen cada vez un papel

más predominante, dando valor a la experiencia del usuario y creando un vínculo emocional con el consumidor. Nos explican la importancia de entender el modelo de negocio del cliente y de utilizar la tecnología para crear productos nuevos. Esta empresa aparece como uno de los casos de estudios más ejemplares en los libros de design thinking, y estuvo dirigida a personas con niveles de educación más altos que los evidenciados en los de la población rural colombiana. Se pretende llegar a que el emprendimiento llegue a ser otro caso ejemplar y exitoso, pero con una población con niveles de escolaridad diferentes, lo cual llega a ser un reto y en el camino se considerarán otras variables para llevar al productor a triunfar en el mercado agrícola.

De manera general y según el proceso de diseño propuesto por la empresa IDEO, las generalidades aplicadas a este caso se resumen en los siguientes puntos:

- Comprender el comportamiento del mercado, los clientes prospectos y reales, además de las herramientas tecnológicas que estén a disposición. Es importante que la población productora entienda las necesidades del mercado internacional, o ciudadano, el cual se convierte en su principal público objetivo y cada vez quiere productos más limpios e innovadores para su alimentación.
- Observar al grupo de clientes prospecto actuando en situaciones de la vida real, con el fin de determinar qué los motiva, y qué problemas tienen con el fin de definir una necesidad determinada. Las actividades de observación se realizarán de manera teórica mostrando tendencias de mercado con multimedia y demás ayudas didácticas, y si es posible, se concretarán entrevistas con consumidores y exportadoras, con el fin de entender de primera mano sus problemas principales.
- Por medio de técnicas manuales y materiales reciclables, solucionar la posible necesidad elaborando un prototipo a probar por la población elegida, que será evaluado por ellos mismos, dando así un concepto favorable o no sobre la posible solución al problema encontrado en el punto anterior.
- Evaluar y refinar en un proceso compartido con la empresa y los demás participantes del proyecto las propuestas de diseño.

- Implementar a partir de técnicas virtuales y presenciales el nuevo concepto para su comercialización. Se espera que después de toda esta actividad, se llegue a encontrar un producto ya sea fresco o transformado, que logre resolver el problema encontrado y sean visionarios de nuevas oportunidades, y así lograr que el productor pueda ganar más dinero y salir de su zona de confort.

METODOLOGÍA

Se pretende realizar un estudio descriptivo en donde se pueda ver que luego de divulgar el modelo discutido en el presente artículo, los niveles de ingresos y capacidad de negociación en la población seleccionada aumentaron. Lo anterior se medirá con entrevistas y evidencias numéricas históricas y actuales en las transacciones, las cuales se analizarán estadísticamente y determinarán si existe o no una asociación entre vender mejor y saber mejor.

En esta ocasión, la población objetivo inicial de la propuesta realizada por el emprendimiento será la población rural que cultiva hierbas aromáticas y/o condimentos, y que según cifras del DANE no supera el 1% de la población rural. En la primera etapa se buscarán personas residentes en la región del Bajo Sumapaz, para ejecutar todas las actividades en algunos de los municipios aledaños.

Se realizará el cuestionario asociado a cada etapa del pensamiento de diseño con cada agricultor, hasta lograr un producto que logre satisfacer la necesidad encontrada mediante una propuesta de valor definida, la cual les permitirá no sólo vender la materia prima a precios injustos y variables según la oferta de las cosechas nacionales, sino que se establecerá un producto o servicio terminado y transformado el cual generará una rentabilidad fija y mayor para el productor.

En esta etapa entra entonces un trabajo colaborativo entre el emprendimiento y el representante rural, en donde además del apoyo académico y asesoría en innovación del producto final, la empresa realizará una inversión en la transformación del producto y asegurará al productor una demanda certera a un precio justo y constante, además de la asesoría en prácticas agronómicas que permitan cultivar un insumo libre de químicos y de alta calidad, brindando al productor un porcentaje de la venta del producto final el cual se espera cumpla con todas las certificaciones exigidas por las autoridades nacionales e internacionales en sellos ecológicos, permisos de venta

y calidad, siempre recordando que "Pensar como un diseñador puede transformar la manera en la que se desarrollan productos, servicios, procesos e incluso estrategias" (Brown, 2012), y teniendo en cuenta el significado real de una cadena productiva.

RESULTADOS

Se espera que en el año 2022 por medio del modelo de Design Thinking la población campesina colombiana del bajo Sumapaz, tenga las competencias necesarias para llevar a cabo la asociación de los conceptos de innovación, creación de productos y empresas. De esta manera, se espera que dicha población realice productos aromáticos más llamativos y logren satisfacer las necesidades del mercado.

Así mismo, se espera contar con al menos diez cadenas productivas diferentes, las cuales generarán mínimo 30 productos en el mercado, luego de establecer todo el proceso asociado al pensamiento de diseño, basados en la política y sostenibilidad que propone la empresa.

CONCLUSIONES Y PROPUESTA

Se realizará una convocatoria basada en productores que posean el certificado de las buenas prácticas agrícolas BPA otorgado por el ICA, dado que este indica que los cultivos se están realizando de manera higiénica, adecuada y sostenible; características clave para garantizar la calidad de los productos terminados.

Tal como se mencionó anteriormente, la primera etapa comprenderá productores de plantas aromáticas y condimentos ubicados en la región del Sumapaz, y se dictarán dos talleres a la semana para cada fase del pensamiento creativo, de manera gratuita. Luego de completar todo el ciclo teórico y práctico, se establecerán las negociaciones para la compra de insumos, y posterior experimentación y licenciamiento antes de obtener el producto final, que se espera pueda llegar a exportarse.

Finalmente, existirán retroalimentaciones constantes por parte de profesionales del área de productos amigables con el medio ambiente, y una sesión de grupos focales que determinen la percepción de los productos por parte de los consumidores finales, incluyendo empaques y etiquetas.

REFERENCIAS

- Brown, T. I. M. (2012). Design Thinking. *Harvard Business Review*. Recuperado de <https://fusesocial.ca/wp-content/uploads/sites/2/2018/06/Design-Thinking.pdf>
- Caicedo, E. (1990). *Trabajo agrícola en América Latina*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5556727>
- DANE. (2014). *La mayor operación estadística del campo colombiano en los últimos 45 años*. Tercer censo Nacional Agropecuario. Tomo 2, Resultados. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/images/foros/foro-de-entrega-de-resultados-y-cierre-3-censo-nacional-agropecuario/CNATomo2-Resultados.pdf>
- DANE. (2015). *Informe de contexto del 3er Censo Nacional Agropecuario*. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/CensoAgropecuario/avanceCNA/CNA_Contexto_2015.pdf
- IDEO. (2019). *To from design thinking creative confidence*. Recuperado de <https://www.creativeconfidence.com/chapters/chapter-1>
- Kelley, D. (2019). *¿Why Design Thinking?* Recuperado de <https://www.ideo.com/pages/design-thinking>
- Leinonen, T., y Durall, E. (2014). *Pensamiento de diseño y aprendizaje colaborativo*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15830197012.pdf>
- Ministerio de Cultura. (2010). *Población campesina y cultura*. Recuperado de <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Poblaciones/POBLACI%C3%93N%20CAMPESINA%20Y%20CULTURA.pdf>
- Rowe, P. (1987). *Design Thinking*. MIT Press. Cambridge.
- Salcedo, L (2013). *El paro nacional agrario: un análisis de los actores agrarios y los procesos organizativos del campesinado colombiano*. Recuperado de https://www.javerianacali.edu.co/sites/ujc/files/node/field-documents/field_document_file/el_paro_nacional_agrario_-_un_analisis_de_los_

actores_agrarios_y_los_procesos_organizativos_del_campesinado_colombiano._centro_de_estudios_interculturales._.pdf

Serrano, M (2018). *Design Thinking, lidera el presente, crea el futuro*. Libros profesionales de empresa. Recuperado de https://www.academia.edu/37936016/Desing_thinking_lidera_el_presente_crea_el_futuro.pdf