

Diseño industrial e ingeniería gandhiana: modelo de diseño y desarrollo local basado en productos masivos de bajo costo.

Guido Amendolaggine y Federico Del Giorgio Solfa.

Cita:

Guido Amendolaggine y Federico Del Giorgio Solfa (2016). *Diseño industrial e ingeniería gandhiana: modelo de diseño y desarrollo local basado en productos masivos de bajo costo*. VIII Jornadas de Investigación en Disciplinas Artísticas y Projectuales. Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata y la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires, La Plata.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/del.giorgio.solfa/624>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pa9s/WzA>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>.

DISEÑO INDUSTRIAL E INGENIERÍA GANDHIANA: MODELO DE DISEÑO Y DESARROLLO LOCAL BASADO EN PRODUCTOS MASIVOS DE BAJO COSTO

Guido Amendolaggine - Federico Del Giorgio Solfa

Universidad Nacional de La Plata- Facultad de Bellas Artes – LIDDI- CIC

Resumen

Este trabajo se propone ilustrar la labor investigativa desarrollada por el becario D.I. Guido Amendolaggine y su director Prof. Mg. Federico Del Giorgio Solfa, en el marco de una Beca de Estudio de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires.

En este proyecto, se analizan las posibilidades de aplicación de los principios fundamentales de la “ingeniería gandhiana” a las necesidades del diseño y desarrollo de productos a nivel local. Además se busca analizar los diferentes sectores productivos e industriales de la región, para determinar el mejor ámbito para la aplicación del “diseño gandhiano”.

El objetivo de este trabajo de investigación es establecer un modelo metodológico para el diseño y desarrollo de productos de bajo costo.

Palabras Clave: diseño Industrial - ingeniería gandhiana - innovación frugal - desarrollo de nuevos productos.

Introducción

Como es sabido, la cantidad de habitantes del mundo ha aumentado abruptamente en el último siglo, y lo seguirá haciendo con el paso de los años. La distribución de los recursos es inversamente proporcional a este aumento demográfico, la riqueza se distribuye de manera muy desigual, por lo tanto el poder de consumo de las personas también lo es.

La industria y el comercio apuntan cada vez más a ese pequeño grupo de personas que están en condiciones de consumir todo tipo de productos, muchas veces de manera caprichosa regidos por la moda o por ciertas tendencias. Son quienes pueden acceder a productos con alta calidad y prestaciones, a un elevado costo, logrando diferenciarse a través de los productos que consumen, demostrando poder y una cierta posición social.

“El desarrollo de índices de Gini por regiones durante las últimas dos décadas revela tendencias variadas en lo que se refiere a la desigualdad del ingreso. Según estimaciones del índice de Gini en 2008 (basadas en Solt, 2009), América Latina y el Caribe es la región con los niveles más altos de desigualdad de ingreso, y el África Sub-Sahariana la sigue no muy lejos. En el otro lado del espectro, los países de ingresos altos emergen como el grupo de países más igual -por un amplio margen- mientras Europa del Este y Asia Central se sitúa como la segunda región con más igualdad” (Ortiz y Cummins, 2011: 27).

El resto de la población queda desplazada de este mundo de consumo, viéndose forzada a adecuarse con el remanente de ese pequeño grupo de consumidores. Si bien existen productos que son de bajo costo, en muchos casos se encargan más de acentuar estas diferencias sociales, discriminando de algún modo a sus usuarios, ya

que no satisfacen del todo sus necesidades. Estos productos de bajo costo son entonces productos de baja calidad o con bajas prestaciones.

La base de la pirámide económica (BdP): “constituye el 72% de los 5,575 millones de personas registradas en encuestas de hogares nacionales alrededor del mundo y una sorprendente mayoría de la población en los países en desarrollo de África, Asia, Europa Oriental, América Latina y el Caribe, regiones donde reside casi toda la BdP” (Hammond *et al.*, 2007: 13).

El rol de los consumidores

Los patrones actuales de producción y consumo nos conducen hacia un uso casi descartable de los objetos; esto, sumado a la gran desigualdad social y económica que existe hoy en día, limita cada vez más la capacidad de consumo de las personas, sobre todo hablando en términos de la calidad y funcionalidad de los productos.

Es así que la mayoría de los productos que se encuentran en el mercado hoy en día están destinados sólo a una pequeña porción de los habitantes del mundo, los de mayor poder adquisitivo que consumen en función de las tendencias, el marketing y cuestiones de mercado, quedando mucha gente fuera del circuito de consumo.

“El segmento más acaudalado del mercado medio, 1.4 mil millones de personas con ingresos *per capita* entre \$3.000 y \$20.000, representa un mercado de \$12.5 billones a nivel global. Este mercado es principalmente urbano, está relativamente bien atendido en términos de servicios y es sumamente competido. Los mercados BdP, en contraste, generalmente son rurales (especialmente en el creciente mercado Asiático), están muy mal atendidos y se encuentran dominados por la economía informal. Como resultado son relativamente ineficientes y poco competidos” (Hammond *et al.*, 2007: 14).

Esta gran cantidad de personas que quedan por fuera de los cánones de consumo convencional, que se ubican en lo que habitualmente se conoce como la base de la pirámide social, se ven obligadas a consumir productos de menor calidad o que no llegan a satisfacer del todo sus necesidades.

Ingeniería Gandhiana e Innovación Frugal

La ingeniería gandhiana o innovación frugal se trata de ofrecer más valor a menor costo a más personas. Es frugal porque hay que adoptar una mentalidad de la simplicidad y costo extremadamente bajo sin sacrificar la calidad de la experiencia del usuario. No es convencional porque se dirige a las secciones inferiores y medios de la pirámide económica.

Esto implica mucho más que simplemente el diseño de una versión más barata de un producto que ya existe en el mercado. Se requiere una mentalidad totalmente nueva, centrada en buscar y comprender las necesidades reales de estos consumidores para convertirlas en oportunidades.

Tiwari y Herstatt (2014) sostienen que la innovación frugal trata de: “[...] Productos nuevos o significativamente mejorados (bienes y servicios), procesos o comercialización y métodos de organización que buscan minimizar el uso de recursos materiales y financieros en la cadena de valor (desarrollo, fabricación, distribución, consumo y eliminación) con el objetivo de reducir significativamente el costo total de propiedad y/o uso, sin dejar de cumplir o incluso superar ciertos criterios predefinidos de los estándares de calidad aceptables.” (Tiwari y Herstatt, 2014: 30).

Este fenómeno por una combinación de factores como desarrollo de la industria y la economía o cantidad de habitantes, se da principalmente en países emergentes o en desarrollo. Según Mahmood (2014), en estos países se dan cuatro revoluciones:

1. Revolución demográfica: se refiere a niveles históricamente altos de urbanización que resulta en una alta demanda y baja oferta de ciertos productos y servicios, por lo que hay una necesidad urgente de convertir los recursos mínimos en beneficios tangibles para el número máximo de personas. Esto sólo se puede lograr mediante el empleo de un enfoque revolucionario para la innovación.
2. Revolución de la innovación: los ejecutivos tienen que pensar de forma creativa para desarrollar productos y servicios que sean simples y baratos pero de alta calidad. Los protagonistas de esta revolución son las empresas locales que se adaptan a las necesidades de los consumidores.
3. Revolución de la competitividad: las empresas que funcionan con éxito en sus mercados locales comienzan a convertirse en actores globales. Las empresas multinacionales tienen que participar en la revolución mediante la adopción de una nueva mirada a toda su cadena de valor, desde la I+D y desarrollo de productos para la producción, logística, marketing y ventas.
4. Revolución Gubernamental: el papel del gobierno es fundamental, ya que tiene que estimular a las pequeñas empresas a seguir experimentando e innovando. Pero esto puede ser un gran desafío cuando el gobierno no sólo es el árbitro, sino que también es un jugador, como es el caso de muchos de propiedad estatal las empresas en los mercados emergentes como china, India y Brasil.

Sus orígenes

Como todo concepto de desarrollo e innovación, la innovación frugal tuvo su origen a partir de una serie de teorías, movimientos y capacidades técnicas que la anteceden, y que ayudaron a darle forma a este nuevo tipo de innovación.

En el siguiente cuadro podemos ver el origen de la innovación frugal, teniendo en cuenta los factores los mencionados, que la influyen y determinan sus particularidades, como movimientos sociales, comunicaciones, escuelas de pensamiento y de gestión de la innovación, y sistemas globales de ciencia, tecnología en innovación.

	1960 -1980	1980 - 2000	2000 - 2010	2010 en adelante
Movimientos sociales	Tecnología apropiada	Desarrollo sustentable	Desarrollos impulsados por el sector privado	Ética del capitalismo
Globalización de la ciencia, tecnología e innovación	Transferencia tecnológica de los países desarrollados a los países en desarrollo	Creciente distribución de diseño y producción de tecnología con el crecimiento de los "Tigres Orientales"	Crecimiento de un sistema de innovación global, donde las multinacionales exploran nuevos ámbitos para la I+D	Innovaciones mundialmente interdependientes y segmentadas por las multinacionales
		Internet	Conectividad a bajo costo	Plataformas digitales generalizadas para la colaboración
Escuelas de pensamiento de gestión de la innovación	Análisis de sistemas	Producción sin desperdicios Innovación conducida por el usuario	Innovación abierta Design thinking Ingeniería frugal	Innovación frugal

Fuente: Bound y Thornton (2012: 20) [Traducción y adaptación propia]

Modelo de comparación y análisis

Al momento concebir el proceso de diseño y desarrollo de un producto de bajo costo, ya sea uno nuevo o el rediseño de uno ya existente, realizar un análisis exhaustivo de ese producto y sus aspectos fundamentales puede llegar a resultar una herramienta muy útil.

El análisis comparativo o Benchmarking, es una técnica de gestión, que básicamente comprende un proceso de continuo de medición de productos, servicios y tecnologías de producción de una determinada organización, para compararlos con los de una organización modelo (líder o ejemplar). (Del Giorgio Solfa, 2012: 9) Este método conduce a un profundo conocimiento de los procesos y habilidades que permiten crear un mejor rendimiento y un aumento del valor.

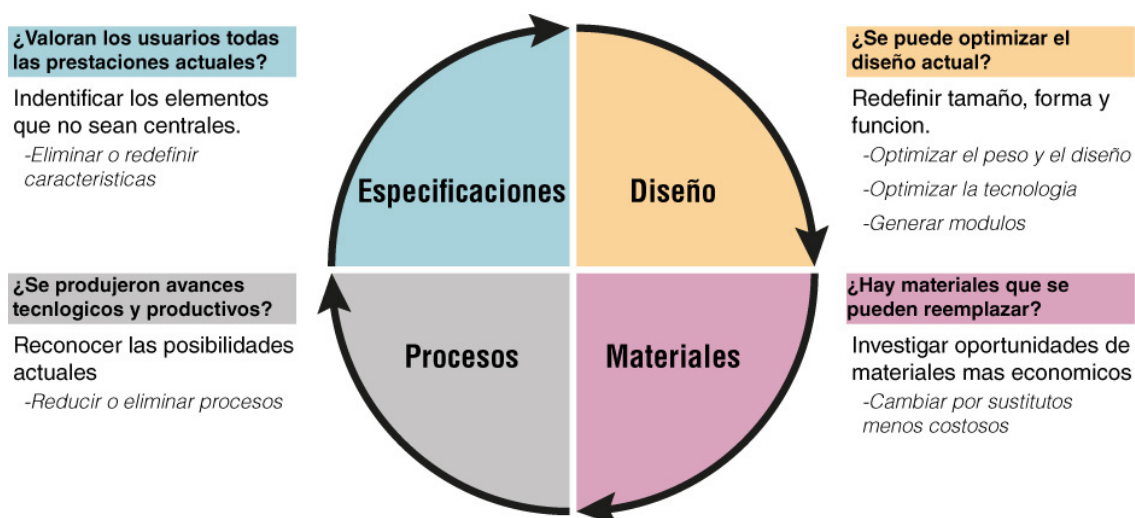
Cohen y Eimicke (1995 y 1996) y Cohen *et al.* (2008), citados por Del Giorgio Solfa (2012), afirman que el benchmarking es una técnica relativamente baja en tecnología, de bajo costo y rápida respuesta, que cualquier organización puede adoptar. También pareciera tener el suficiente sentido común, como para que sea fácil de entender tanto para directivos, gerentes, trabajadores, proveedores, clientes, como para los medios de comunicación y público en general.

Hay muchas razones por las que debemos considerar la evaluación comparativa si apuntamos a un mejor desarrollo de productos, sobre todo si tenemos en cuenta que es el primer paso para las nuevas iniciativas, así como la mejora continua de productos existentes. Es necesario buscar siempre lo mejor, lo más prometedor y práctico para el producto.

Clemente y Balmaseda (2010), citados por Del Giorgio Solfa (2012), creen que la innovación es uno de los beneficios directos que se obtienen a partir de las prácticas de benchmarking y tiene incidencia directa en las formas del hacer, a partir de la incorporación de nuevas concepciones de un tema, ideas o aplicaciones concretas

Teniendo en cuenta la herramienta del análisis comparativo, y si nos hacemos las preguntas adecuadas en cada una de las etapas de la innovación frugal podemos descubrir oportunidades únicas de reducciones de costos.

En el siguiente gráfico se pueden observar cuatro aspectos fundamentales en el desarrollo de productos de bajo costo, y una serie de interrogantes que se deben tener en cuenta para cada uno de ellos.



Fuente: Shivaraman, Mathur y Kidambi (2012: 6) [Traducción propia]

Su aporte al Diseño Industrial

Los estudios centrados en los modelos de diseño y desarrollo de productos basados en la “ingeniería gandhiana” pueden arrojar una serie de estrategias y soluciones que permitirán el enriquecimiento de los distintos métodos de diseño con aspectos como la viabilidad comercial, económica, técnica, la relación con los productos de la competencia, con el fin de poder obtener productos de “ultra bajo costo”.

La “ingeniería gandhiana” tiene una visión completamente democrática sobre el desarrollo y producción de objetos a gran escala. Se basa en el principio de innovación social (Del Giorgio Solfa, 2015), el cual implica obtener productos altamente funcionales y de gran calidad que sean de muy bajo costo, para que se vuelvan accesibles para la mayoría de las personas, sobre todo las de menor poder adquisitivo. Se trata de poder conseguir que el costo de un producto se reduzca a un 5% o 10% de lo que costaría ese mismo producto en el mercado habitualmente.

El Diseño y Desarrollo de productos bajo este innovador y radical concepto, implica una serie de desafíos para poder lograr el éxito (Tiwari y Herstatt, 2014: 3-4):

- Reducir el costo de propiedad, esto implica no solo reducir significativamente el valor de compra de un producto, sino que también requiere disminuir los costos relacionados con su uso, mantenimiento y reparación, hasta su eliminación.
- Robustez, como estos productos están dirigidos a consumidores de bajo poder adquisitivo, tienen que poder hacer frente a diferentes problemas de infraestructura, tales como las fluctuaciones de voltaje, cortes en el suministro eléctrico, polvo y temperaturas extremas.
- Facilidad de uso, no se puede suponer un nivel de familiaridad de los consumidores en el trato con los productos, por lo tanto, se deben desarrollar productos que sean fáciles de utilizar a simple vista y que eviten la falla y la frustración en el usuario.
- Economía de escala, la importancia de una considerable reducción de costos y los márgenes mínimos de utilidades que implican este tipo de productos, requiere de acceso a negocios voluminosos para poder reducir los costos de desarrollo y producción.

El rol del profesional del diseño

Las innovaciones frugales se caracterizan por una reducción masiva costo total de un producto. Al mismo tiempo, tienen que cumplir con ciertos estándares de robustez, facilidad de uso y calidad. Para alcanzar estos objetivos se requieren soluciones radicalmente nuevas. Sin embargo, los recursos financieros para el desarrollo y fabricación están estrictamente limitados.

Si bien el diseño industrial ya atiende a estas problemáticas, la posibilidad de llevarlas a un extremo tal de obtener un producto realmente de bajo costo y de gran alcance permitiría lograr un vasto desarrollo industrial, y por supuesto económico, a nivel local y regional. Papanek (1984: 43) afirma que: “el diseñador industrial debe colaborar con otras disciplinas para aportar y enriquecer soluciones (...) en vez de mantener una posición individualista”.

El desafío reside en obtener “más con menos para más personas”, generando un nuevo paradigma del desarrollo industrial en nuestro país, potenciado por la gran

cantidad de pequeñas industrias que se ubican a lo largo y a lo ancho del territorio nacional. “El deterioro del medio ambiente, la necesidad de una economía del límite, los nuevos valores, y la creación de horizontes globales, podrían impulsar los primeros pasos hacia una alta calidad, más vinculada a la solución de los problemas que a la satisfacción de los deseos.” (Del Giorgio Solfa, 2000: 5).

La innovación se produce en gran medida en base al conocimiento ya existente. Ya sean radicales o revolucionarias, resultan de nuevas combinaciones de tecnologías ya conocidas. Schumpeter (1934) define la innovación como un proceso de combinación de los diferentes recursos disponibles.



Fuente: Mashelkar (2013) [Traducción propia].

La transferencia de conocimientos de un contexto a otro puede ser fomentada por el uso de analogías inventivas. En este proceso, se toman elementos de la solución existente de un dominio conceptual familiarizado (la base) y se utilizan para resolver un problema determinado (el objetivo). Este tipo de transferencia conduce a la innovación si las piezas diferentes de conocimiento se combinan de una manera realmente novedosa.

Por lo tanto, el diseñador industrial es un actor fundamental en este proceso de innovación, ya que está capacitado para rastrear e interpretar, junto a un equipo interdisciplinario de trabajo, las diferentes soluciones y conocimientos de diferentes ámbitos, para poder combinarlos de manera novedosa, y poder solucionar las problemáticas que implica el desarrollo de productos de este tipo.

Consideraciones finales

Hasta aquí se examinaron los conceptos relacionados con la ingeniería gandhiana y con la innovación frugal, en la búsqueda de una nueva perspectiva para el diseño industrial.

Por ello consideramos pertinente avanzar con una serie de etapas que nos permitan reconocer las principales necesidades de desarrollo de productos de bajo costo en Argentina. Y a partir de ello determinar cuáles son sectores prioritarios para la aplicación de este nuevo concepto que llamaremos *diseño gandhiano*.

Y en particular, para desarrollar conceptualmente la idea del *diseño gandhiano*, exploraremos las diversas metodologías aplicadas a los casos más relevantes en el orden mundial, reconociendo sus etapas y factores claves, para arribar finalmente a un modelo para el diseño y desarrollo de nuevos productos.

Bibliografía

- Bound, K., Thornton, I. (2012). *Our Frugal Future: Lessons from India's innovation system*. Nesta.
- Del Giorgio Solfa, F. (2000). La Integración Regional y la Revalorización Local como Estrategia de Crecimiento Científico y Económico. *Concurso MercoPREMIO. MERCOSUL*.
- Del Giorgio Solfa, F. (2012). *Benchmarking en el Sector Público: aportes y propuestas de implementación para la Provincia de Buenos Aires*. Industry Consulting Argentina. Villa Elisa.
- Del Giorgio Solfa, F. (2015). Juventud, cohesión social e innovación para el desarrollo local argentino: un análisis oportuno de la experiencia italiana en la Región Emilia-Romagna. *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos*, 3(2): 36-49.
- Hammond, A.L., Kramer, W.J., Katz, R.S., Tran, J.T., Walker, C. (2007). *Los siguientes 4 mil millones. Tamaño del mercado y estrategia de negocios en la base de la pirámide*. International Finance Corporation Resources Institute.
- Mahmood, P., Kondis, A., Stehli, S. (2014). *Frugal innovation: Creating and capturing value in emerging markets*. International Institute for Management Development.
- Mashelkar, R. A. (2013). *Inclusive Innovation Through Affordable Excellence*. The Global Game Changer. INSA Public Lecture.
- Mishra, G. C. (2014). *Energy Technology & Ecological Concerns: A Contemporary Approach*.
- Ortiz, I., Cummins, M. (2012). Desigualdad Global: La distribución del ingreso en 141 países. *Documento de trabajo de política económica y social*. UNICEF.
- Papanek, V. (1973). *Diseñando un mundo real*. Blume. Madrid.
- Rajadurai, S., Parameshwari, C. (2014). Benchmarking - The First Step for Frugal Engineering. *International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology*, 6 (1), 282-285.
- Shivaraman, S., Mathur, M., Kidambi, R. (2012). *Frugal Re-engineering: Innovatively Cutting Product Costs*. AT Kearny
- Tiwari, R., Kalogerakis, K., Herstatt, C. (2014). *Frugal Innovation and Analogies: Some Propositions for Product Development in Emerging Economies*. Working Paper N° 84.