

El estado actual de Haití no se puede cuantificar del todo, debido a poca información que hay





CARTOGRAFÍA DE LA INNOVACIÓN EN IBEROAMÉRICA MAPPING OF INNOVATION IN IBERO-AMERICA

BID HAITÍ – MAGIA LIQUID / BID HAITÍ – MAGIA LIQUID

El diseño como fuerza para la superación de la pobreza

Design as a force to overcome poverty

FOTOGRAFÍAS _ PHOTOS: ADAM PREWOSKI, BENNY JACKSO, JAMIE MINK, UNSPLASH.COM, RILEY MCCULLOUGH, ARCHIVO MAGIA LIQUID

EL BANCO INTERAMERICANO DEL DESARROLLO SELECCIONÓ A MAGIA LIQUID COMO LA OFICINA ASESORA EN EL DISEÑO ESTRATÉGICO DE LA CREACIÓN DEL PRIMER CENTRO DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN HAÍTÍ, ENTENDIENDO, DESDE EL PRINCIPIO, EL VITAL ROL DEL DISEÑO PARA IDENTIFICAR LAS NECESIDADES REALES Y DAR LAS MEJORES SOLUCIONES.

THE INTER-AMERICAN DEVELOPMENT BANK SELECTED THE COMPANY MAGIA LIQUID TO BE THE ADVISORY OFFICE FOR STRATEGIC DESIGN IN THE CREATION OF THE FIRST CENTER FOR INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP IN HAITI, UNDERSTANDING FROM THE BEGINNING, THE VITAL ROLE OF DESIGN FOR IDENTIFYING REAL NEEDS AND PROVIDING THE BEST SOLUTIONS.



⬆
Los emprendedores haitianos poseen un alto potencial para generar negocios creativos y positivos para la economía

⬅
La necesidad de educar sobre el emprendimiento debe ser permanente e intensiva

El diseño ha demostrado ser una disciplina que genera una mejor comprensión de diferentes realidades de un país o comunidad, tanto en su dimensión social como económica, identificando las necesidades clave en situaciones complejas.

El caso de Haití es uno de los mejores ejemplos de una realidad compleja. La hemos enfrentamos como el desafío de “diseñar en los bordes”, ya que considera personas viviendo en situaciones extremas, consumiendo de manera diferente y resolviendo sus vidas de forma, también, distinta. El *design thinking* nos proporciona un enfoque centrado en las personas y, por ende, en las soluciones relevantes para una cultura única y una situación específica.

La fuerza de la realidad haitiana no permitía llegar y planear un modelo estándar de innovación y emprendimiento. Se debía pensar desde lo social, lo cultural, los usuarios y sus particularidades, de acuerdo con el incipiente ecosistema de innovación y emprendimiento existente.

Debíamos entender qué significa la innovación y el emprendimiento para los haitianos, cuáles son sus barreras y oportunidades. Cuáles son sus códigos culturales que habilitan o dificultan el desarrollo de la clase emprendedora o impulsan la innovación.

Debíamos visualizar cuáles eran los desafíos a los que la innovación y el emprendimiento haitiano debían responder. Estábamos en territorio desconocido, pero confiábamos en la fuerza del diseño para encontrar el camino.

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud, la pobreza es la enfermedad más mortal del mundo. A eso nos enfrentábamos, a un Estado donde el bienestar, desarrollo y progreso eran prácticamente nulos. Si bien hay países que

han logrado superar esta “enfermedad” –debido a su experiencia y acciones políticas que motivan el desarrollo humano, estableciéndolo como el foco de su plan de acción gubernamental–, hay naciones que producto de condiciones externas (como desastres naturales, efectos directos o colaterales de la guerra), un contexto interno (como inestabilidad política o situaciones económicas complejas), no tienen el escenario apropiado para crecer. Haití es un claro ejemplo.

EN EL CARIBE NO TODO ES UN PARAÍSO

Chile tiene conciencia de que Haití es uno de los países más pobres de América, solo comparable con la pobreza extrema de África. De hecho, se han desarrollado iniciativas que tienen como fin acoger a ciudadanos haitianos, por efecto de la catástrofe sufrida durante 2010: un terremoto que no dejó ni el 20% de la infraestructura del país en pie, a lo que se añade la pobreza ya existente desde hace décadas en la nación centroamericana.

Más de la mitad de su población vive con menos de dos dólares diarios, sin mencionar la carencia de alimentos en el país, el impacto de los desastres naturales, la dependencia hacia el sector privado que provee servicios básicos como la electricidad, y la baja coordinación de las instituciones de gobierno, que podrían ayudar a hacer las cosas de mejor manera o asegurarse de que simplemente sucedan.

Por otro lado, la data disponible, además de escasa, es desactualizada e incompleta, haciendo aún más incierto el real estado de la economía nacional y generando menos posibilidades de que organizaciones actúen de manera efectiva para la mejora del país.

Design has proven to be a discipline that generates better understanding of different realities in a country or community, both in its social and economic dimension, identifying key needs in complex situations.

The case of Haiti is one of the best examples of a complex reality. We have confronted it as a "designing on the edges" challenge, since it considers people living in extreme situations, consuming differently and resolving their lives in another way. Design Thinking provides us with a human centered approach and therefore with solutions that are relevant to a unique culture and a specific situation.

The power of the Haitian reality did not allow us to just show up and propose a standard model of innovation and entrepreneurship. It had to be thought from a social and cultural view point, as well as from the users and their particularities, and according to their incipient ecosystem of innovation and entrepreneurship.

We had to understand what innovation and entrepreneurship meant for Haitians and what barriers and opportunities they had. Descifer what were their cultural codes that enable or hinder the development of the entrepreneurial class or drive innovation.

We had to visualize the challenges that Haitian innovation and entrepreneurship had to solve. We were in unknown territory, but we relied on the strength of design to find the way.

According to the World Health Organization, poverty is the most deadly disease in the world. That's what we were facing, a state where welfare, development and progress were practically

none. Although there are countries that have managed to overcome this "disease" because of their experience and political actions that motivate human development and establish it as the focus of their governmental action plan, there are other nations that due to external conditions (such as natural disasters, direct or collateral effects of war), or internal contexts (such as political instability or complex economic situations), do not have the appropriate scenario to grow. Haiti is a clear example.

NOT EVERYTHING IS PARADISE IN THE CARIBBEAN

Chile is aware that Haiti is one of the poorest countries in the Americas, only comparable to the extreme poverty of Africa. In fact, initiatives have been developed aiming to welcome Haitian citizens, after the catastrophe suffered in 2010: an earthquake that left less than 20% of the country's infrastructure standing, which added on to the already existing poverty for decades in this central american nation.

More than half of its population lives on less than two dollars a day, not to mention the lack of food in the country, the impact of natural disasters, the dependency on private sectors that provide basic services such as electricity, and the poor coordination of government institutions which could be helping make things better or simply make sure they happen.

On the other hand, the available data, besides being scarce, is outdated and incomplete, making the real situation of the national economy even more uncertain and generating less possibilities



Otro de los problemas visualizados, es la gran dependencia que tiene el país hacia las organizaciones no gubernamentales, cuya labor, si bien es ayudar a la población de manera directa, no tiene la capacidad de generar el impacto sostenible necesario para asegurar el cambio que se necesita. Haití es donde la mayoría de estas instituciones van a colaborar, pero también, es donde ninguna puede generar un impacto a largo plazo. La ayuda externa es un arma de doble filo. Aunque resuelve necesidades inmediatas, ha provocado un efecto

inhibidor para el desarrollo de la economía y el emprendimiento local. Esto era parte del desafío. Debíamos descubrir cómo articular una solución que permitiera al nuevo Centro de Innovación y Emprendimiento convertirse en un eje clave para reenergizar la economía local.

Entre los efectos que puede producir el fomento al emprendimiento está el desarrollo de nuevas empresas locales, que respondan a las necesidades de los haitianos; dinamización de la economía, aumentando la oferta; e impulso a la innovación y

for organizations to act effectively for the improvement of the country.

Another problem visualized is the country's great dependence on non-governmental organizations, whose task are to directly help the population, but don't have the capacity to generate necessary sustainable impact to ensure the needed change. Haiti is where most of these institutions collaborate, but also where none can generate a long-term impact. External aid is a double-edged sword. Although it solves immediate needs, it has caused an inhibiting effect for the development

of the economy and local entrepreneurship. This was part of the challenge. We had to discover how to articulate a solution that would allow the new Innovation and Entrepreneurship Center to become a key axis to re-energize the local economy.

Among the effects that the stimulation of entrepreneurship can produce, is the increase of new local businesses that respond to Haitian needs; a revitalization of the economy, increasing the supply; and an impulse to innovation and employment. Entrepreneurship is vital to create a strong and non-dependent local economy.



El país aún no puede superar la catástrofe efecto del terremoto de 2010



Se analizó lo social, lo cultural y el incipiente ecosistema de innovación y emprendimiento en Haití



el empleo. El emprendimiento era vital para crear una economía local fuerte y no dependiente.

La posición de Haití, frente al emprendimiento, si bien no es aventajada en comparación a otros países, tiene potencial. Posee una economía abierta que le da entrada conveniente e incluso preferencial a mercados internacionales: tratados de libre comercio, acceso libre a derechos, cuotas o impuestos, tratados de inversión bilateral tanto dentro del Caribe como fuera. Además, los costos son altamente competitivos, permitiendo la generación de productos con altos márgenes de ganancia para las empresas.

Although the position of Haiti towards enterprise is not advantaged in comparison to other countries, it does have potential. It has an open economy that gives convenient and even preferential entry to international markets: free trade agreements, free access to rights, quotas or taxes, bilateral investment treaties both within the Caribbean and abroad. In addition, costs are highly competitive, enabling the generation of products with high profit margins for companies.

On the other hand, there are large companies that are choosing to install operations in Haiti, including: Heineken, Marriott and Digicel, in addition to the Giant supermarket chain that

Por otro lado, existen grandes empresas que están eligiendo instalar operaciones en Haití, entre ellas: Heineken, Marriott y Digicel, además de la cadena de supermercados Giant que le ofreció la compra garantizada de frutas y verduras, y otras como Pottery Barn y Macy's, que están comprando productos artesanales haitianos. A pesar de esto, el emprendimiento no se ha desarrollado de manera óptima.

Es este el contexto en el que se detecta la necesidad de generar una iniciativa que pueda favorecer al país y a sus ciudadanos, que provoque un impacto y viabilidad en el largo plazo. Con esta intención, el Banco Interamericano del

offers guaranteed purchase of fruits and vegetables, and others such as Pottery Barn and Macy's that are buying Haitian handicrafts. Despite this, ventures has not been developed optimally.

In this context, there is a detected need to generate initiatives that favors the country and its citizens, causing impact and viability in the long term. With this intention, the Inter-American Development Bank (IDB) adopted the challenge of generating a culture and space that encourages entrepreneurship and innovation, in a pure way and according to the existing culture in that country.



←
Cristián Montegu, Chief Creative Officer & President Magia Liquid; Andrés Correa, VP of Strategy Magia Liquid; Felipe Montegu, Experience & Service Desing Director Magia Liquid; Nicola Magri, BID Haiti; Adam Waterhouse (de izquierda a derecha)

Tabla 1: Lineamientos para la realización del proyecto / Table 1: Guidelines for the realization of the project

1)
NADA ES A PRIMERA VISTA /
NOTHING IS WHAT IT SEEMS
AT FIRST SIGHT:

La primera idea base es que debíamos ir más allá de los datos formales y la apariencia de lo que se puede ver a primera vista. Debíamos entender la cultura haitiana, con toda su riqueza simbólica.

The first basic idea was to go beyond the formal data and the appearance of what can be seen at first sight. We had to understand the Haitian culture, with all its symbolic richness.

2)
ECOSISTEMA DEL
EMPRENDIMIENTO / ECOSYSTEM
OF ENTREPRENEURSHIP

Por otro lado, nos propusimos entender el emprendimiento y la innovación como un ecosistema y, por lo tanto, consideramos los distintos actores y dimensiones que lo conforman, porque si íbamos a diseñar una intervención, que contemplaba espacio y conocimiento, no podía ser sobre el vacío del desconocimiento.

We set out to understand entrepreneurship and innovation as an ecosystem, therefore considering the different actors and dimensions that make it up. Because if we were going to design an intervention which considered space and knowledge, it could not happen within the emptiness of ignorance.

3)
EQUIPO MULTIDISCIPLINARIO /
MULTIDISCIPLINARY TEAM

Sentimos que era imperativa la formación de un equipo multidisciplinario. Desde Magia Liquid participaron: Andrés Correa, VP of Strategy, doctorado en Comunicación y Estudios Culturales, quien lideró el proyecto y condujo el proceso de investigación y lineamientos estratégicos; Cristián Montegu, diseñador y Chief Creative Officer & President de Magia Liquid, quien colaboró mayormente con la metodología de talleres cocreativos realizados para emprendedores haitianos y en la entrega de insights de lineamientos de diseño; y Felipe Montegu, arquitecto y Experience & Service Desing Director, quien fue indispensable a la hora de conectarnos con la nueva cultura, facilitando la comunicación y traspasando la barrera idiomática, además de su clave aporte con las definiciones para los lineamientos del espacio.

We felt that having a multidisciplinary team was imperative. The team members from Magia Liquid were: Andrés Correa, VP of Strategy, PhD in Communication and Cultural Studies, who led the project and conducted the research process and strategic guidelines; Cristián Montegu, designer and Chief Creative Officer & President of Magia Liquid, who collaborated mainly with methodologies for co-creative workshops for Haitian entrepreneurs and in sharing insights for design guidelines; and Felipe Montegu, architect and Experience & Service Design Director, who was indispensable at the time of connecting with the new culture, facilitating communication and going beyond the language barrier, as well as his key contribution when defining spatial guidelines.

Desarrollo (BID) adoptó el desafío de generar una cultura y espacio que promueva el emprendimiento y la innovación, de manera pura y de acuerdo con la cultura existente en ese país.

EL IMPULSO INICIAL: EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN COMO SOLUCIÓN

Como referente positivo, se encuentra Chile, que se ha destacado a nivel mundial por el fomento al emprendimiento, contando con grandes organizaciones del Estado y privadas que buscan generar una cultura emprendedora y educan, principalmente a jóvenes, sobre cómo desarrollar un proyecto con un servicio o producto innovador y transformarlo en un negocio.

Teniendo en consideración el contexto internacional, de países de Latinoamérica que estén implementando un sistema de fomento al emprendimiento y que haya sido exitoso, es que el BID seleccionó a Magia Liquid como la oficina que los asesoraría en el diseño estratégico de la creación del primer Centro de Innovación y Emprendimiento en Haití, entendiendo, desde el principio, el vital rol del diseño para identificar la real necesidad y dar la mejor solución.

Nuestro objetivo era implementar un espacio en el campus Henri Christophe de Limonade de la Universidad del Estado de Haití, y definir un proceso de fomento de capacidades, que permitirá generar la instancia para relevar el desarrollo del emprendimiento, no como opción de subsistencia, sino como una oportunidad para satisfacer las reales necesidades de la sociedad y ser un motor de mejora para el país.

UN PROCESO DE DISEÑO CENTRADO EN LAS PERSONAS Y EN SU CULTURA

Como diseñadores, sabíamos que poner en el centro las necesidades de las personas, sus aspiraciones y dolores era algo clave. Por eso, nos enfocamos en tres ideas que funcionaron como cimiento para la realización del proyecto, proporcionándonos los lineamientos necesarios para poder centrarnos en la problemática real (ver tabla 1).

Además, contamos con el apoyo de Joseph Anderson, doctorado en Antropología y haitiano, quien nos entregó una mirada desde su país y otros talentos del equipo de Magia

Liquid que fueron esenciales para el desarrollo del proyecto. De alguna manera esta iniciativa era como construir una catedral y necesitaba a una comunidad de expertos.

Con este equipo, que respondía a cada arista abarcada en el desafío, dimos inicio a una travesía que nos sorprendió cada día, con descubrimientos y nuevos datos que llegaban como resultado de nuestro trabajo.

Con toda la información que pudimos recabar desde nuestras oficinas, decidimos que ya era hora de viajar a Haití, donde pudimos ver en vivo y en directo lo que conocíamos desde documentos e imágenes que teníamos recopilados. Todo lo que habíamos analizado y discutido en Chile no era ni una cuarta parte de lo que realmente se vivía en esa sociedad. A pesar de las adversidades, de ser un país sometido a variables intrépidas y despiadadas, las personas, por sobre todo, conservaban su dignidad.

El presenciar cómo se vivía la cultura en ese país, no bastaba para conocerla a cabalidad. Debíamos conversar con ellos, conocer su punto de vista. Así que nos reunimos con emprendedores haitianos y los escuchamos. Nos dimos cuenta de que, si bien tenían la iniciativa para dar un primer paso en un negocio, había rasgos en la manera de ser de la sociedad que chocaban directamente con el progreso del emprendimiento.

Uno de los factores que influye en el desarrollo del emprendimiento es la religión. El vudú tiene una fuerza simbólica muy relevante para la sociedad, por lo que su relación con los elementos de la naturaleza para conectarse con espíritus y dioses, o estar en sintonía con los elementos, se aprecia en el actuar diario de los fieles. Además, dan una gran importancia al concepto del sueño, ya que es un vehículo por donde se transmiten visiones, deseos inconscientes e, incluso, premoniciones. Esto provoca que relacionen la generación de nuevas ideas o el propósito de su nuevo negocio con lo que un sueño les dio a entender. En otras palabras, podemos decir que los haitianos, a pesar de las adversidades que viven, creen en un futuro mejor.

THE INITIAL IMPULSE: ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION AS A SOLUTION

Chile is a positive reference, standing out worldwide for promoting entrepreneurship, with big governmental and private organizations that seek to generate an entrepreneurial culture, and that educate, mainly young people, on how to create businesses based on innovative services or products.

Considering the international context of Latin American countries that are implementing successful systems to promote entrepreneurship, The Inter-American Development Bank selected the company Magia Liquid to be the advisory office for strategic design in the creation of the first Center for Innovation and Entrepreneurship in Haiti, understanding from the beginning, the vital role of design for identifying real needs and providing the best solutions.

Our goal was to implement a space on the Henri Christophe de Limonade Campus at Haiti State University, and define a capacity building process to generate opportunities to highlight entrepreneurship development, not as a subsistence option, but

as an opportunity to satisfy the real needs of society and be an engine of improvement for the country.

A DESIGN PROCESS FOCUSED ON PEOPLE AND THEIR CULTURE

As designers, we knew that putting the needs of people, their aspirations and pains at the center was key. For this reason, we focused on three ideas that worked as a foundation for the fulfillment of the project, providing us with the necessary guidelines to be able to focus on the real problems (see table 1).

We also received other essential support for the projects development. Joseph Anderson, Ph.D. in Anthropology and native Haitian, nurtured us with a point of view from his country, as well as the contribution from other talents from Magia Liquid team members. In some way, this initiative was like building a cathedral and therefore needed a community of experts.

With this team, which responded to each challenging edge, we began a journey that surprised us every day, with discoveries and new data that came as a result of our work.

Por otro lado, se encuentra el sentimiento de protección de los secretos. De acuerdo con creencias del vudú, estos sirven para proteger una idea de negocio y, por tanto, su energía. O sea, no comparten sus ideas por miedo a que estas se disuelvan y queden en nada.

Si bien los haitianos son personas muy creativas, con miras a querer ser mejor y superarse, estas creencias dificultan el perfeccionamiento de potenciales negocios innovadores, ya que no relacionan el trabajar de forma colaborativa con algo positivo, sino con aumentar las posibilidades de que no funcionen sus proyectos.

Otro de los hallazgos fue la identificación de dos niveles de espíritu emprendedor. El primero lo denominamos “por necesidad”, que es resultado de la precaria situación del país y la falta de puestos de trabajo, lo que genera que sus habitantes inicien su propio negocio por desesperación y sin un propósito claro. El segundo nivel es el emprendedor “por oportunidad”, que clasifica a quienes han aprovechado la ocasión para crear sus propias compañías para ser independientes y, al mismo tiempo, contribuir al desarrollo del país. Este tipo de emprendedor recibe una posibilidad y busca satisfacer las necesidades del consumidor

como su foco central, más allá de las exigencias inmediatas que puedan tener.

Relacionado a lo anterior, se encuentra el concepto de individualismo, que en parte se asocia con el valor, empuje y la iniciativa personal, condicionado por la escasez de recursos. Es un valor que se vincula a la capacidad de salir adelante y con la supervivencia. Sin embargo, si bien esta característica se encuentra arraigada, y no convive plenamente con el emprendimiento, hay otras que pueden aportar al sentimiento de innovación y *cowork*.

Kombit es el término vívido que realza y celebra el trabajo colectivo. Es una costumbre del Haití rural, que demuestra una dimensión paradójica a su sentimiento de individualismo, pero que se puede utilizar para articular el espíritu del nuevo emprendedor haitiano.

Considerando las variables identificadas en la cultura haitiana y la relevancia que tienen se definieron lineamientos de diseño enfocados en lo humano, los que tendrán la capacidad y fuerza necesarias para solucionar problemas y generar impacto que conlleve a un cambio.

De acuerdo a la información obtenida desde nuestra investigación, entrevistas y experiencia



Como diseñadores, sabíamos que poner en el centro las necesidades de las personas, sus aspiraciones y dolores era algo clave. Por eso, nos enfocamos en tres ideas que funcionaron como cimiento para la realización del proyecto, proporcionándonos los lineamientos necesarios para poder centrarnos en la problemática real.

presencial en el país caribeño, llegamos a ciertos lineamientos que establecen marcos en los que se debe crear el diseño del espacio de emprendimiento e innovación que busca ser el pionero en su ámbito y que reflejará el comienzo de una nueva era en Haití.

CONCLUSIÓN

Si se construía un Centro de Innovación y Emprendimiento, hacer un *cowork* no debía ser su único objetivo, sino que

As designers, we knew that putting the needs of people, their aspirations and pains at the center was key. For this reason, we focused on three ideas that worked as a foundation for the fulfillment of the project, providing us with the necessary guidelines to be able to focus on the real problems.

además se debía facilitar la innovación y construir capacidades, siempre en sintonía con la cultura, para así incentivar la creatividad y el espíritu emprendedor. Lo que se complementa con un mobiliario de trabajo que fomente las acciones colaborativas, pero que siempre mantenga rasgos de su cultura como la privacidad y espacios de trabajo individual.

Debido a la falta de formación en el ámbito del emprendimiento, esta necesidad educativa será permanente e intensiva, por eso, el espacio debe ser flexible y permitir distintos

With the information gathered from our desk work, we decided it was time to travel to Haiti, where all we knew from collected documents and images, could be seen live. Everything we had analyzed and discussed in Chile was not even a quarter of what was really happening in that society. In spite of the adversities, of being a country subjected to intrepid and ruthless variables, people above all preserved their dignity.

Just to witness how culture was lived in that country was not enough to fully understand it. We had to talk to them, get to know their point of view. So we met with Haitian entrepreneurs and listened to them. We realized that, although they had the initiative to take a first step in business, some features in the way of being of their society directly clashed with the progress of entrepreneurship.

One of the factors that influences the development of entrepreneurship is religion. Voodoo has a very relevant symbolic force for society, so its relationship with the elements of nature to connect with spirits and gods or be in tune with the elements is seen in the daily actions of the followers. In addition, they give great importance to the concept of dreams, as a vehicle through which visions, unconscious desires and even premonitions are transmitted. This causes them to relate the generation of new ideas or the purpose of their new business with what a dream made them understand. In other words, we can say that Haitians, despite the adversities they live daily, believe in a better future.

Furthermore, there is the feeling of protection of secrets. According to Voodoo beliefs, these serve to protect a business idea and, therefore, its energy. So, they do not share their ideas for fear that they will dissolve and become nothing.

Although Haitians are very creative people, who want to be better and overcome themselves, these beliefs hinder the improvement of potential innovative businesses, since they do not relate working collaboratively with something positive. They believe instead that instead the chances that their projects will not work are increased by collaboration.

Another discovery was the identification of two levels of entrepreneurial spirit. The first is called "by necessity", which is the result of the precarious situation of the country and the lack of jobs, which causes its inhabitants to start their own business out of desperation and without a clear purpose. The second level is the entrepreneur "by opportunity", which classifies those who have taken the opportunity to create their own companies to be independent and at the same time contribute to the development of the country. This type of entrepreneur takes a possibility and seeks to satisfy the needs of the consumer as its central focus, beyond the immediate demands that they may have.

Related to the above is the concept of individualism, which is partly associated with courage, drive and personal initiative, conditioned by the scarcity of resources. It is a value that is linked to the ability to get ahead and survive. However, although this feature is rooted and does not fully coexist with entrepreneurship, there are others that can contribute to the feeling of innovation and cowork.

Kombit is a vivid term that enhances and celebrates collective work. It is a custom of rural Haiti, which demonstrates a paradoxical dimension to their sense of individualism but that can be used to articulate the spirit of the new Haitian entrepreneur.

Considering the variables identified in the Haitian culture and

tipos de situaciones durante una clase, ya sea para exposiciones teóricas-presenciales, trabajos individuales o en grupo y, eventualmente, charlas remotas.

Otro de los aspectos esenciales del proyecto es el *branding*. Debemos incorporar elementos de la cultura haitiana. La decoración y utilización de la arquitectura necesita aprovecharse como soporte educativo, propiciando una oportunidad clave para la transparencia de una formación con base en la innovación y emprendimiento.

Ya sabemos que el mundo haitiano tiene una fuerte identidad, con una larga historia de intervención externa. Por eso, creemos que la imposición de la cultura de colaboración debe ser cuidadosa y lenta, en sus espacios de trabajo y en los mensajes a proporcionar.

Tocando temas más generales y siendo fiel a nuestro estudio del ecosistema, consideramos que el gobierno se debe empoderar para ser un actor involucrado en el emprendimiento, crear iniciativas en conjunto, y demostrar la relevancia que tiene esto para el país. Asimismo, es necesario buscar aliados estratégicos del ámbito académico y crear alianzas

con servicios legales, financieros y comerciales que puedan apoyar en la generación de ofertas de productos y servicios a los emprendedores, además de asesoría en el proceso de desarrollo del negocio.

La conciencia de la ciudadanía sobre el emprendimiento es vital. Por eso, las convocatorias abiertas y eventos son el inicio de la cercanía de la sociedad hacia el emprendimiento y el cómo enfrentar este tipo de iniciativas.

Por último, se debe velar porque las condiciones de los emprendedores, tanto psicológicas como económicas, sean óptimas para el desarrollo de sus proyectos. Para esto, se recomienda considerar como parte del financiamiento, un porcentaje asignado para las familias de los emprendedores.

Generar una cultura de emprendimiento no se logra de un día para otro, y sabemos que esto es parte de un proceso que se divide en fases de desarrollo. Esta etapa da el puntapié a un cambio que puede abarcar la vida de millones de personas, y que se centró en el diseño desde ellas y su cultura. Para nosotros este ha sido un viaje de aprendizaje y un ejemplo de la potencia del diseño para transformar.

their relevance, design guidelines focused on the human being were defined, with the necessary capacity and strength to solve problems and generate impact leading to a change.

According to the information obtained from our research, interviews and face-to-face experience in the Caribbean country, we achieved guidelines that established frameworks for designing the entrepreneurship and innovation space, seeking to be pioneer in its field and reflecting the beginning of a new era in Haiti.

CONCLUSION

If a Center for Innovation and Entrepreneurship was to be built, making a cowork should not be its sole objective. It should also facilitate innovation and build capacities, always in tune with culture, in order to encourage creativity and entrepreneurship. This is to be complemented by adequate office furniture that stimulates collaborative actions, but always maintaining features of their culture such as privacy and individual work spaces.

Due to the lack of training in the field of entrepreneurship, the educational need will be permanent and intensive, therefore, the space must be flexible and enable different types of situations during a class, either for theoretical-in person presentations, individual or group work and eventual remote talks.

Another essential aspect of the project is branding. We must incorporate elements of Haitian culture. The decoration and use of the architecture, needs to be used as an educational support, providing a key opportunity for the transparency of training based on innovation and entrepreneurship.

We already know that the Haitian world has a strong identity, with a long history of external intervention. Therefore, we believe that the imposition of a collaborative culture must be careful and slow, in its work spaces and in the messages to be provided.

Regarding more general issues and being true to our study of the ecosystem, we believe that the government should empower itself as an involved actor in entrepreneurship, creating joint initiatives, and demonstrating the relevance that this has for the country. Likewise, it is necessary to look for strategic allies of the academic field and create alliances with legal, financial and commercial services that can support the generation of product and service offers for entrepreneurs, as well as advice in the business development process.

Citizens' awareness of entrepreneurship is vital. Therefore, the public calls and events are the beginning for society to feel closer to entrepreneurship and to know how to face this type of initiatives.

Finally, we must ensure that the conditions of the entrepreneurs, both psychological and economic, are optimal for the development of their projects. To achieve this, it is recommended to consider, as part of the financing, a percentage assigned to the families of the entrepreneurs.

Generating a culture of entrepreneurship is not achieved overnight, and we know that this is part of a process that is divided into phases of development. This stage kicks off a change that can encompass the lives of millions of people, and that focused on design from them and their culture. For us, this has been a learning journey and an example of the transformative power of design.

REFERENCIAS / REFERENCES

Investment Guide Haiti, CFI, 2014
Ethnographic study / Investment Guide Haiti, CFI, 2014
Entrepreneurs in Haiti's economy: Markets to public policy,
UNDP, 2016 / Haiti Adolescent Girl Initiative, WBG, 2015
Private Sector Assessment of Haiti, IDB, 2014
Better Spending Better Services, WBG, 2016

Taller cocreativo realizado a emprendedores haitianos

