XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2023.

¿Tercerización o cooperación? La producción colectiva en emprendimientos de indumentaria de la Economía Social y Solidaria.

Gabriela Alatsis.

Cita:

Gabriela Alatsis (2023). *¿Tercerización o cooperación? La producción colectiva en emprendimientos de indumentaria de la Economía Social y Solidaria. XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-025/880

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

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

1. ¿Tercerización o cooperación? La producción colectiva en emprendimientos de indumentaria de la Economía Social y Solidaria

Gabriela Alatsis (UBA-UNAJ)

2. Resumen

En esta ponencia se propone analizar las formas de producción colectiva en un conjunto de emprendimientos dedicados a la fabricación de indumentaria, que se inscriben dentro de la Economía Social y Solidaria (ESyS), una economía basada en los valores de la solidaridad y la cooperación. Los emprendimientos estudiados se diferencian de otros que derivan o tercerizan ciertas tareas a costureras o talleres textiles externos, que no suelen intervenir en las decisiones de diseño y deben cumplir con indicaciones precisas para realizar el trabajo pedido. Por el contrario, las emprendedoras a cargo de los proyectos productivos examinados decidieron tercerizar algunas tareas a compañeras del propio circuito de ESyS. Esto generó, en muchos casos, colaboraciones y formas de trabajo conjunto, en donde se combinaron gustos y se establecieron acuerdos. En este sentido, partiendo de un enfoque cualitativo y de entrevistas realizadas a las emprendedoras, se analizará de qué manera se producen estas formas de trabajo colectivo, qué resultados tienen y que nuevas oportunidades abren dentro del mundo del diseño y de la producción de indumentaria en Argentina.

Palabras clave: producción colectiva, emprendimientos, indumentaria, Economía Social y Solidaria

3. Introducción

El objetivo de esta ponencia es analizar las formas de producción colectiva en un conjunto de emprendimientos dedicados a la fabricación de indumentaria[1], que se inscriben dentro de la Economía Social y Solidaria (ESyS). Esta "otra economía" (Coraggio, 2011: 382) abarca tanto a la llamada economía social tradicional –cooperativas y mutuales– como a las nuevas formas asociativas y de trabajo autogestionado, surgidas a partir de la crisis socioeconómica de fines de 2001 en Argentina, que se asumen como de economía solidaria (Hintze, 2003; Pastore, 2010). Entre las más destacadas, se encuentran los emprendimientos comunitarios, las redes

[1] Incluimos dentro de la indumentaria a prendas de vestir, calzado y accesorios, siguiendo la clasificación del Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires (OIC), que agrupa a estos productos en un solo sector (OIC, 2009).

de trueque, las empresas recuperadas por los trabajadores, y los emprendimientos asociativos mercantiles y no mercantiles.

En síntesis, la ESyS se constituye por organizaciones y emprendimientos que llevan a cabo actividades económicas –de producción y/o distribución de bienes y/o servicios, incluyendo actividades financieras–, pero cuya principal finalidad se orienta "al bienestar humano y que, al mismo tiempo, contemplan elementos organizativos de autogestión asociativa y democrática, así como vínculos solidarios con su comunidad de pertenencia" (Pastore, 2010: 12). Por ello, los emprendimientos de ESyS suelen organizarse sobre la base de valores de cooperación y solidaridad (Hintze, 2003; Coraggio, 2011).

A partir de la realización de una investigación cualitativa[2], se examinaron 24 microempresas[3] dedicadas a la producción de indumentaria, que se radicaron en la provincia de Buenos Aires y que establecieron vínculos con políticas públicas municipales dirigidas a promover el diseño y el emprendedurismo. Del total de las empresas relevadas, 5 se inscribían dentro del marco de la ESyS y comercializaban sus productos en ferias organizadas por el gobierno local e instituciones educativas. A través de la realización de entrevistas en profundidad y semiestructuradas a emprendedoras (dueñas de los emprendimientos analizados) y observaciones en los espacios de venta, pudimos detectar que las formas de diseñar y fabricar la indumentaria no eran iguales en todas las empresas. Dado que los emprendimientos se vincularon con diferentes políticas públicas, se agruparon en distintos circuitos –de producción, difusión y comercialización de diseño de indumentaria– que se conformaron a partir de esas iniciativas estatales. Estos "circuitos interpersonales", retomando la noción de Viviana Zelizer (2008: 11), se distinguieron por las transacciones económicas, los códigos, las prácticas y los vínculos que allí se generaron.

De esta manera, a partir de los resultados obtenidos durante la investigación, en este trabajo nos enfocamos en las formas de producir la indumentaria en los emprendimientos que se enmarcan en la ESyS y examinamos las formas de tercerizar o delegar parte de la producción al interior de un mismo circuito. Planteamos como

[2] Esta investigación se llevó a cabo en el marco del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires y contó con el financiamiento del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Se estudió el desarrollo de 24 emprendimientos de indumentaria, de pequeña escala, localizados en los distritos de Quilmes y Berazategui (Gran Buenos Aires), y su relación con la aplicación de políticas públicas de promoción del diseño, desde el año 2008 al 2015. El trabajo de campo, que incluyó la realización de entrevistas, observaciones y charlas informales, se llevó a cabo durante el período 2015-2019.

[3] Según la nomenclatura del Banco Mundial, son consideradas microempresas aquellas que cuentan con menos de 10 empleados (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2009). De las 24, 17 (el 71%) eran unipersonales, es decir, que estaban integradas y gestionadas por una sola persona, mientras que las 7 empresas restantes (el 29%) eran mayormente familiares y estaban compuestas por 2 o 3 personas.

hipótesis que, en lugar de producirse una simple tercerización de servicios, se generó una asociación entre emprendedoras de un mismo ámbito que dio lugar a una producción colectiva, en la que se incluyeron los criterios estéticos y productivos de ambas partes. Para poner a prueba esta hipótesis, además de analizar las formas de elaborar la indumentaria en los emprendimientos de ESyS, estableceremos una comparación con otros, en los que la tercerización de tareas no implicó una relación de paridad entre las emprendedoras y el personal contratado, ni tampoco la injerencia de este en las decisiones de diseño y fabricación de la indumentaria.

4. La tercerización en emprendimientos que no se enmarcan en la ESyS

Con el objetivo de aumentar el nivel de producción y/o de incorporar a la indumentaria alguna técnica que no tenían la capacidad de aplicar (como el estampado o el bordado), más de la mitad de los 24 emprendimientos analizados tercerizaron algunas tareas a personas individuales y/o a pequeños talleres textiles. Como veremos más adelante en detalle, en el caso de los emprendimientos de ESyS, se contrató a emprendedoras que formaban parte del mismo circuito, generando de esta manera una cooperación más que una tercerización. Por el contrario, otros emprendimientos, que no se enmarcaban en la ESyS y que integraban otros circuitos, delegaron las tareas de costura, tejido y aparado[4] a personas y talleres externos a estos espacios.

Dentro de estos otros emprendimientos, pudimos identificar que las formas de tercerización fueron las siguientes. Las empresas que contrataron servicios de confección, en general, delegaron parte de las actividades a costureras particulares en vez de a grandes talleres. Esta elección tuvo que ver con dos motivos. Por un lado, según los criterios de las emprendedoras, las costureras tenían mejores habilidades de costura, eran más prolijas y las terminaciones de las prendas que hacían eran mejores. Por otra parte, además de garantizar la entrega de las prendas en buenas condiciones, las costureras tomaban encargos de pequeños volúmenes y no tenían inconvenientes en coser pocas prendas de diferentes modelos. En conclusión, por estas razones, muchas de las emprendedoras que tercerizaron eligieron contratar a costureras en vez de a grandes talleres.

En el caso de los emprendimientos que se dedicaban al tejido de prendas con lana o hilo, transferían parte del trabajo generalmente a tejedoras de la zona que tejían a mano y solo algunos modelos a talleres que tejían con máquinas industriales a mayor escala. Por último, en cuanto a los emprendimientos de calzado, en líneas generales

[4] El aparado es el proceso de unión y costura de las distintas piezas de cuero u otro material que componen el calzado.

estos no solían ocuparse de la costura porque no contaban con las máquinas necesarias para coser cuero. Por ende, les delegaban esta tarea a pequeños talleres de aparado, es decir, de costura de calzado o a aparadores que habían trabajado anteriormente en fábricas y que se dedicaban en ese momento, de forma privada, a la compostura, armado y aparado del calzado. Al igual que en la confección de prendas, la elección de contratar en la mayor parte de los casos a tejedoras o a aparadores que trabajaban de forma independiente, en vez de a grandes talleres, se debió a que tomaban encargos de pequeñas cantidades, tenían amplia experiencia en el oficio y lograban mejores resultados en cuanto a la terminación de los productos.

Una vez que las emprendedoras se contactaban con las costureras y acordaban la realización de un trabajo, había que enfrentar ciertos desafíos. En particular, en los primeros encuentros, se generaba un intercambio fluido entre costureras y emprendedoras, hasta que se llegaba al prototipo de la prenda, que luego se iba a confeccionar en todos los talles.

En primer lugar, las emprendedoras les llevaban los moldes, las partes ya cortadas y las indicaciones. Les solicitaban a las costureras que hicieran una muestra, es decir, una prueba de la prenda, para asegurarse de que estas interpretaran correctamente el diseño y que la indumentaria estuviera bien confeccionada. Este proceso a veces podía ser largo, dependiendo de las habilidades de las costureras y de la buena comunicación que establecieran con las emprendedoras. En varios testimonios, estas afirmaron que las costureras tenían inconvenientes para comprender sus diseños. Es por esta razón que valía la pena primero pedir las muestras de cada modelo, hacer ajustes a partir de ellas, y luego pasar a la etapa de la confección final de todas las prendas encargadas: “Con las costureras hay un ida y vuelta al principio. Yo les pido: ´haceme esta muestra´, para que prueben y ver si me gusta cómo queda. Y a veces no entienden bien, entonces voy y les explico. Luego, cuando les sale la muestra, ahí hacemos todos los talles” (emprendedora, 29/01/2019[5]). Otra solución que encontraban las emprendedoras, frente a estos problemas en torno a la interpretación de los diseños, era solo tercerizar la confección de los modelos que según su criterio eran más sencillos de realizar.

En el caso de los emprendimientos que se dedicaban al tejido, el proceso hasta llegar a la pieza final era aún más arduo. Si bien todo producto artesanal es único, porque al elaborarse de forma manual cada pieza es diferente a la otra y esta característica es también lo que le aporta un valor agregado, el proceso productivo era

[5] Cabe aclarar que cuando exponemos citas extraídas de las entrevistas solo hacemos referencia al rol del sujeto entrevistado y a la fecha del encuentro, omitiendo la aclaración de que esa cita proviene de una entrevista para no obstaculizar la lectura. Asimismo, no revelamos los nombres de los sujetos entrevistados ni de los emprendimientos analizados para respetar el anonimato, tal como fue acordado durante la investigación.

más difícil de controlar para las emprendedoras. Las formas de tejido varían entre persona y persona, por más de que el punto que realicen sea el mismo. Entonces, las emprendedoras que tejían una parte de la producción querían que las otras prendas que mandaban a tejer fueran parecidas a las que ellas hacían o que estuvieran hechas con formas y técnicas de tejido que ellas aprobaban. Por ende, como dijo una emprendedora, cuando se trabajaba con tejedoras "es mucho más puntilloso todo" (emprendedora, 7/11/2017).

En general, las propias emprendedoras hacían las muestras, se las alcanzaban a las tejedoras y esperaban a que estas las replicaran. Si quedaban similares a las de las emprendedoras, estas les encargaban una tanda de prendas, sino las tejedoras tenían que repetir las muestras o el acuerdo laboral no se llevaba a cabo. En conclusión, lo que las emprendedoras pretendían era que las personas a las que les transferían parte de las tareas productivas no innovaran, sino que se ajustaran lo más posible a sus indicaciones y criterios.

Sin embargo, en algunos pocos casos, las emprendedoras incluyeron algunas recomendaciones de las costureras y tejedoras en cuanto al diseño y, sobre todo, a la hechura de las prendas, con el objetivo de valorizar su rol dentro de los emprendimientos. Por ejemplo, una de las emprendedoras relató que seleccionaba a tejedoras que "pudieran agregar algo propio" a la producción, porque quería que el trabajo fuese "colaborativo", es decir, que existiera una relativa paridad entre las personas que participaban en el emprendimiento (emprendedora, 21/03/2018). Aunque los aportes o recomendaciones que hacían las tejedoras eran luego sopesados por la emprendedora, quien decidía finalmente si los incluía o no. Esta tentativa de generar una colaboración quedaba tal vez más en el plano de lo discursivo que en el plano de lo concreto. En este sentido, otra emprendedora señaló que las tejedoras debían copiar lo mejor posible las muestras que ella les acercaba, aunque en la presentación de su marca se destacaba que la labor de las tejedoras contribuía a "revalorizar" sus prendas (Secretaría de Cultura y Educación de Quilmes [SCyEQ], 2012: 27). Esto distaba de los que sucedía en el circuito de ESyS, donde la cooperación tuvo otras características y alcances.

5. Asociación para la producción de indumentaria en emprendimientos de ESyS

Podríamos pensar que la producción, ya sea de un vestido, un libro o un disco, es colectiva porque muchas personas realizan actividades –algunas más rutinarias que otras– que contribuyen a que los productos cobren vida (Becker, 2008). Sin embargo, no todas las tareas, ni las personas que las realizan, tienen la misma

jerarquía. En este sentido, en referencia al ámbito artístico, Becker (2008: 44) distingue a las personas que se encargan de la actividad central sin la cual el trabajo no sería arte –es decir, a los artistas– del "personal de apoyo". Por ende, existe una diferencia entre ambos grupos, aunque a veces las tareas de las que se ocupan no están tan bien delimitadas o pueden modificarse con el tiempo, e incluso algunas actividades técnicas pueden llegar a convertirse en determinado momento en parte del proceso artístico.

En síntesis, si bien afirmamos que toda producción es social, dado que en general implica la participación de un conjunto de personas cuyo trabajo es fundamental para el resultado final, esto no significa necesariamente que se genere una cooperación entre iguales. En este sentido, Keith Negus y Michael Pickering (2000: 272) diferencian la "producción social" de la "creación colectiva". Este tipo de creación, que implica vínculos más colaborativos y simétricos, se generó en el circuito de ESyS, en donde algunas emprendedoras no solo tercerizaron tareas a otras compañeras, sino que estas pudieron tomar decisiones estéticas y creativas sobre los productos.

De 5 emprendimientos de ESyS, 3 tercerizaron parte de las tareas a otros proyectos productivos que se hallaban dentro del mismo circuito. Con el objetivo de incorporar valor agregado a las prendas y accesorios a través de la utilización de técnicas que no sabían aplicar, las emprendedoras les encargaron a algunas de sus compañeras las actividades de sublimación[6], bordado y realización de piezas en fieltro[7], entre otras, a cambio de una remuneración. A diferencia de los otros emprendimientos, los de ESyS se ocupaban, en general, de la confección de la indumentaria. Por lo tanto, solo tercerizaban, de forma ocasional, tareas específicas, como las mencionadas.

Como ejemplo ilustrativo de la tercerización en el circuito de ESyS citamos el siguiente caso. Una de las emprendedoras que hacía accesorios le encargó a otra el bordado de algunas carteras. Frente a la pregunta de si ella le daba indicaciones específicas sobre qué tipo de colores utilizar o cómo tenían que ser los bordados, respondió que "la dejaba hacer libremente" (emprendedora, 23/11/2018). En un primer encuentro, intercambiaron ideas y conversaron sobre las imágenes y detalles que se podían bordar sobre las carteras. De las opciones que pensaron en conjunto, la emprendedora –que encargaba el trabajo– eligió una de las imágenes, que según ella concordaba con la temática de la colección que estaba diseñando. La elección de los

[6] La sublimación es una técnica de estampado textil que permite transferir una imagen a una prenda o accesorio, a través de la aplicación de calor utilizando una plancha estampadora.
[7] El fieltro es un textil que se elabora principalmente a partir de la lana.

colores y detalles del bordado quedó a criterio de la emprendedora contratada. Luego, esta realizó una muestra, que fue aceptada sin requerir modificaciones.

A partir del análisis de este caso, surge la siguiente pregunta: ¿por qué, mientras que las emprendedoras de otros circuitos eran tan meticulosas con las indicaciones cuando tercerizaban algunas de sus actividades, la emprendedora de ESyS le daba relativa libertad a su compañera para encargarse de la tarea requerida? Indagando sobre estas cuestiones pudimos detectar que esto se relacionaba, por un lado, con la confianza que existía entre las emprendedoras de ESyS, porque pertenecían al mismo circuito e incluso a la misma organización social[8], y, por el otro lado, con el hecho de que compartían gustos y tenían criterios estéticos similares. De esta manera, la emprendedora mencionó en referencia a su compañera: "Ella sabe lo que a mí me gusta y lo hace… trabaja bien (…). Por ahí le digo los colores, pero en general no… más o menos tenemos los mismos gustos" (emprendedora, 23/11/2018).

Compartir criterios parecidos sobre las formas de producir y crear, además de un mismo ámbito, generó que la emprendedora hablara de "asociación" en vez de tercerización al comentar que le delegaba a una compañera tareas que ella no podía realizar. En este mismo sentido, otra emprendedora que le encargó actividades (como el estampado de prendas) a otras compañeras del circuito afirmó: "generamos un vínculo para que haya un ida y vuelta en lo económico y, a su vez, un vínculo donde vamos tratando de mejorar nuestro producto y articular con otros compañeros para generar valor agregado" (emprendedora, 16/11/2017). Por lo tanto, las emprendedoras manifestaron que si tenían que tercerizar alguna tarea preferían encargársela a alguna compañera porque de esa manera generaban lazos de ayuda mutua y además podían mejorar los productos a partir de la asociación con otras personas. De esta manera, la tercerización en el circuito de ESyS no implicaba sencillamente la contratación de servicios que los emprendimientos no podían abarcar, sino que daba como resultado una producción de tipo colectiva, en la que se combinaban criterios, enfoques y saberes, que conjuntamente potenciaban el diseño y la fabricación de la indumentaria en cada uno de los emprendimientos.

Frente a lo dicho, cabe aclarar dos cuestiones. Por un lado, estas formas de apoyo mutuo se generaron en un contexto que las promovía. Como ya mencionamos, los emprendimientos de ESyS desarrollan actividades económicas con una finalidad social, que implica el mejoramiento de las condiciones de vida de sus propios miembros y de la comunidad de pertenencia (Pastore, 2010). Por esta razón, se

[8] En general, los emprendimientos de ESyS pertenecían a distintas organizaciones sociales, lo cual les permitía tener una representación colectiva y participar de algunas ferias comerciales que solo admitían este tipo de agrupamientos.

organizan sobre la base de valores de cooperación y solidaridad (Hintze, 2003; Coraggio, 2011). Sin embargo, en muchos casos los vínculos cooperativos –de tercerización de tareas y trabajo colectivo– se dieron únicamente entre los integrantes de una misma organización social, es decir, que por más de que compartieran el mismo espacio de venta y participaran de diversas actividades organizadas por el gobierno municipal, la división en organizaciones al interior del circuito provocaba que la solidaridad se viera un tanto limitada.

Por otro lado, la "creación colectiva" (Negus y Pickering, 2000: 272) no significaba que la autoría de las piezas fuese compartida. En efecto, ninguno de los emprendimientos de ESyS formó una "marca colectiva"[9]. Aunque algunas emprendedoras tenían conocimiento de que existía esta posibilidad, manifestaron que les resultaba difícil ponerse de acuerdo con sus compañeras para formar una marca común: "Todavía no soy parte de una marca colectiva… hay que romper un poco con los individualismos, ¿viste? Porque claro, cada una quiere su marca" (emprendedora, 16/11/2017). Para destacar el componente colectivo, sin tener que registrar una marca común, algunas emprendedoras adhirieron a los productos etiquetas con el nombre de la organización social a la que pertenecían junto con las etiquetas de sus marcas individuales.

En conclusión, la posibilidad y decisión de tercerizar ciertas actividades al interior de un mismo espacio, para aplicar nuevas técnicas y así agregar valor a la indumentaria, generó intercambios fluidos entre las emprendedoras y nuevas formas de producción colectiva. Si bien la cooperación en relación con la producción se dio en general al interior de cada una de las organizaciones sociales y no se extendió a todo el circuito, y a su vez hubo resistencias o desinterés por crear una marca conjunta, se generaron lazos de solidaridad de alguna forma u otra. De esta manera, el individualismo y la solidaridad convivían y dialogaban en el circuito de ESyS, sin que esto supusiera una contradicción[10].

6. Reflexiones finales

A lo largo de este trabajo, analizamos la tercerización de tareas en emprendimientos de indumentaria, de pequeña escala, que integraban distintos

[9] En el año 2008, el Ministerio de Desarrollo Social impulsó una iniciativa que consistía en el fomento de la conformación de marcas colectivas para difundir el asociativismo y visibilizar a los productos elaborados por agrupamientos de emprendedores de la economía social (Ley Nro. 26.355).

[10] Por el contrario, un estudio, que examina las prácticas de hilanderas en emprendimientos textiles de economía social en la provincia de Córdoba, plantea que el individualismo y la solidaridad son acciones o pensamientos antagónicos en este tipo de proyectos productivos (Presta, 2015).

circuitos de producción y circulación de diseño de indumentaria. Aquellos emprendimientos que participaban en el circuito de Economía Social y Solidaria, y que se regían por los valores de la solidaridad y la cooperación, tercerizaban diferentes tareas que no podían abarcar a otros emprendimientos al interior de ese circuito. De esta manera, se generaban oportunidades de trabajo en un mismo espacio y se establecían vínculos cercanos entre los emprendimientos. Asimismo, dado que las emprendedoras se conocían, compartían gustos y tenían criterios estéticos similares, las actividades de tercerización dieron lugar a prácticas asociativas, a partir de las cuales se generaron conversaciones y acuerdos sobre el diseño y la elaboración de los productos. Por lo tanto, aunque la autoría de las prendas y las distintas marcas estaban diferenciadas, la forma de creación era colectiva.

Por el contrario, en otros emprendimientos, que integraban otros circuitos, la tercerización implicó simplemente la contratación de personas o pequeños talleres externos, que debían realizar ciertas tareas (en particular, de costura y tejido) siguiendo lineamientos precisos indicados por las emprendedoras. En este sentido, esta forma de tercerización no dio lugar a una cooperación entre iguales y a una producción de tipo colectiva, en la que se incluyeran las opiniones o criterios de ambas partes. Considerar estas diferencias, nos permite reflexionar, entonces, sobre las nuevas formas de producción de la indumentaria en Argentina, y las potencialidades (y los límites) de la asociación de diferentes emprendimientos para el diseño y la fabricación de prendas, accesorios y calzado.

7. Bibliografía

Becker, H. (2008). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Coraggio, J. (2011). *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Quito: Ediciones Abya-Yala.

Hintze, S. (2003). *Trueque y Economía Solidaria*. Buenos Aires: UNGS- Editorial Prometeo.

Negus, K. y Pickering, M. (2000). *Creativity and cultural production. Cultural Policy*, *6*(2), 82-259.

Pastore, R. (2010). Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en la Argentina. *Revista de Ciencias Sociales*, 18, 47-74.

Presta, S. R. (2015). Solidaridad y formas de construcción de poder en el dispositivo de la economía social y solidaria. Consideraciones en relación a un análisis de caso. *Cátedra Paralela*, 12, 193-215.

Zelizer, V. (2008, junio). Dinero, circuitos, relaciones íntimas. *Revista Sociedad y economía*, 14, 7-30.

8. Documentos institucionales

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. San Salvador: Cooperación técnica alemana.

Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires (2009). *Anuario 2009. Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires*. Dirección de Industrias Creativas y Comercio Exterior, Ministerio de Desarrollo Económico.

Secretaría de Cultura y Educación de Quilmes (2012). *Catálogo de Diseñadores Quilmeños*. Secretaría de Cultura y Educación, Municipio de Quilmes.

9. Normativa

Ley Nro. 26.355. Marca Colectiva. Definición. Requisitos para la solicitud. Autoridad de aplicación. Reglamento de uso. 28 de febrero de 2008. Congreso de la Nación Argentina. Recuperado el 21 de junio de 2013 de: http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/135000-139999/138933/norma.htm