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

La cultura emprendedora en la carrera de Diseño Industrial (FDA-UNLP): Desafíos y singularidades del profesional auto-organizado.

Enrique D’ Amico.

Cita:

Enrique D’ Amico (2023). *La cultura emprendedora en la carrera de Diseño Industrial (FDA-UNLP): Desafíos y singularidades del profesional auto-organizado. XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-025/882

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*.

La cultura emprendedora en la carrera de Diseño Industrial (FDA-UNLP): Desafíos y singularidades del profesional auto-organizado.

Resumen

El emprendedorismo es una práctica que cobró gran relevancia en el escenario actual del Diseño. Este modo de trabajo auto-organizado, pone de manifiesto una articulación entre la profesión y el proyecto de vida de los sujetos en un sentido más amplio. Los espacios de formación académica, en tanto, dispositivos pedagógicos que cumplen un rol fundamental en la conformación del perfil profesional de los miembros de la comunidad disciplinar, no son ajenos a este fenómeno. Entonces, en este artículo nos proponemos analizar y caracterizar la cultura emprendedora en la carrera de Diseño Industrial de la Facultad de Arte en la Universidad Nacional de La Plata. Considerando que el diseño es una profesión de emprendedores, y la existencia de tensiones devenidas de la desarticulación entre la cultura empresarial y la cultura del diseño, resulta relevante explorar el posicionamiento que adopta esta institución educativa al respecto, e indagar acerca de su incidencia en la intención emprendedora. A partir de la revisión bibliográfica y de entrevistas, se busca recuperar las perspectivas de algunos actores del campo institucional, como así también de egresados que han adoptado un proceso emprendedor dentro del ecosistema bonaerense. El objetivo es identificar y mostrar las singularidades propias de esta institución y su incidencia en los diversos estilos de emprendimiento que pusieron en funcionamiento, algunos de sus egresados.

1. Contextualización:

En este artículo se exponen algunas reflexiones y conclusiones parciales correspondientes al proceso de desarrollo de la tesis de Doctorado en Artes con orientación en Diseño (Facutad de Artes de la Univesidad Nacional de La Plata), la cual lleva por título: *Diseño industrial y cultura discursiva: iniciativas emprendedoras de egresados de la Universidad Nacional de la Universidad Nacional de La Plata en el ecosistema bonaerense. (2009-2019).*

Esta investigación se da en el marco de una Beca Doctoral otorgada por la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires, bajo la dirección del Dr Federico Del Giorgio Solfa y su lugar de desarrollo es el Laboratorio de Investigación y Desarrollo de Diseño Industrial (LIDDI) correspondiente a la Universidad Nacional de La Plata. El marco teórico y los posicionamientos adoptados por este investigador, están explicitados y desarrollados en profundidad en dicha investigación.

2. Metodología empleada: a través del diseño

En los términos que propone Manzini (2015), se llevó a cabo una investigación a través del diseño. En esta categoría de investigación, “el conocimiento producido no queda implícito e integrado en el diseño, sino que debe ser explícito, discutible, transferible y combinable” (Manzini, 2015: 50). La investigación que sustenta este trabajo parte de un esquema interpretativo, multidimensional, y que involucra un proceso de investigación empírica, exploratoria, de tipo cualitativa. Entendemos que, mediante el estudio de casos múltiples (Yin, 2018) se arribará a respuestas valiosas sobre la problemática planteada, ya que “(…) en el diseño, el campo metodológico puede dividirse apenas en metodologías troncales de uso bastante generalizado y, en metodologías singulares, según casuísticas (…)” (Memelsdorff, 2011: 21), lo cual vuelve relevante el estudio de casos que puedan aportar modos singulares de diseñar en contextos emprendedores. En ese sentido, consideramos que la selección de casos específicos de diseñadores industriales egresados de la FDA-UNLP, impactará positivamente en la construcción de la cultura emprendedora del ecosistema local en general y de dicha institución en particular, dado que estos referentes dan visibilidad externa y legitimidad interna (como modelo de rol) al ecosistema, al tiempo que sirven como importantes atractores de talento y recursos (Napier & Hansen, 2011; Mason & Brown, 2014; Brown & Mason, 2017).En relación al recorte territorial, las definiciones de ecosistema emprendedor, expresan que es un fenómeno de interrelación de actores y factores, localizado en un espacio geográfico determinado. (Cohen, 2006;

Isenberg, 2011; Naiper& Hansen, 2011; Audrestschet al., 2012; Stam&Spigel, 2016; Borissenko&Boschma, 2017; Brown & Mason, 2017).Tomando como unidad de análisis el ecosistema emprendedor bonaerense, se adoptó el criterio de subespacios productivos bonaerensesque viene siendo utilizado por la comunidad científica, el cual deriva del Plan Estratégico Productivo de la Provincia de Buenos Aires 2020 y de la clasificación basada en las áreas económicas locales que desarrolló el Ministerio de Producción y Trabajo (Del Giorgio Solfa & Sierra, 2016; Erbes&Girandola, 2019).Este particionamiento, contempla la existencia de ocho subespacios: Sur, Sudoeste, Noroeste, Noreste, Capital, Centro, Costero y GBA.A partir de una serie de entrevistas a diseñadores industriales de la UNLP, con emprendimientos propios en el ecosistema emprendedor bonaerense, se indaga sobre los aspectos culturales que los caracterizan y las tensiones que emergen al asumirse como emprendedores.

3. Introducción

El emprendedorismo adquirió centralidad a nivel mundial en general y en Argentina en particular, durante las últimas décadas y cobró gran relevancia en el escenario actual del Diseño. Este modo de trabajo auto-organizado, pone de manifiesto una articulación entre la profesión y el proyecto de vida de los sujetos en un sentido más amplio.

Diversos autores (Minniti, 2012; Borges, 2017; Ascuntar Rivera & Ayala Gallardo, 2021) sostienen que se trata de un cambio de paradigma desde el capitalismo administrativo al capitalismo emprendedor, lo cual implica transformaciones en la manera de pensar y hacer las cosas, particularmente en la forma de concebir al emprendedor como un nuevo sujeto laboral en el escenario pos-industrial.

En un sentido similar, Boltansky y Chiapello (2010), en su libro *El nuevo espíritu del capitalismo*, identifican tres momentos del capitalismo en relación a la figura del emprendedor. El primer espíritu involucraba la imagen del burgués emprendedor, el segundo de corte industrialista surgido en el siglo XX, hacía referencia al gerente asalariado de las empresas, y el tercero, presente en la actualidad, involucra al espíritu capitalista, que valora la flexibilidad, la autoexpresión y la adaptabilidad.

La relación que se establece entre el emprendedorismo, la generación de empleo y la innovación y, por ende, el desarrollo económico (Acs, Audretsch, Braunerhjelm y Carlsson, 2012; Carree & Thurik, 2010), despertó el interés para el desarrollo de políticas públicas que buscaron establecer a los ecosistemas emprendedores como una evolución del entramado

productivo, y de los modelos de innovación tradicionales basados en los clusters (Thomas y Autio, 2019), incorporando estructuradamente a otros actores clave que aportan interacción y favorecen la capitalización de sinergias.

Por su parte, las Universidades, como espacios de formación de profesionales, también se han comenzado a interesar en el tema (Oliveras, 2015; López y Bergomi, 2014). Además, este tema, no es ajeno al campo del saber que nos convoca, debido a que el Diseño Industrial *es* una profesión de emprendedores (Julier, 2010; Campi, 2020), cuyo mercado laboral actual, a nivel mundial, se caracteriza por la transformación del sujeto del trabajo, quien a través de la acumulación de capacidades auto-organizadas actúa como emprendedor (Bonsiepe, 2013).

Existe consenso sobre la idea de que convertirse en emprendedor es una elección de vida que trasciende el mero ejercicio profesional (Pallares, et al., 2005, Bernatene, et. al 2009).

En un sentido similar, pero en relación a la enseñanza de las capacidades emprendedoras, Fayolle, señala que las estrategias pedagógicas más eficaces que incentivan el espíritu emprendedor son las: “centradas en el estudiante, y con significado práctico para el proyecto de vida, ya que se obtiene mayor logro de generación de comportamientos favorecedores del emprendimiento” (Fayolle, 2017, p. 109).

A los fines de este artículo, entendemos que emprender implica el desafío de desempeñar simultáneamente el “doble rol” de diseñador y empresario (Kogan citado por Cambariere, 2003, p.5), lo cual requiere la articulación de aspectos intrínsecos propios del sujeto que decide emprender, y extrínsecos, dados por el contexto específico en el que se desenvuelven.

Al mismo tiempo, emprender desde el diseño implica asumir una visión estratégica que le permita al diseñador emprendedor pensar más allá del producto y atender a todas las dimensiones de los modelos de negocios que estructuran su emprendimiento (Reyes Fabella, 2018, Cervini y Becerra, 2005).

Entonces, indagar sobre cómo opera ese “doble rol” en la manera de pensar (se) por parte de los diseñadores egresados de la FDA-UNLP como emprendedores, nos lleva a explorar un espacio de relaciones de tensión devenida de la desarticulación entre la cultura del diseño y la cultura empresarial.

Para llevar a cabo esta búsqueda, se hizo foco en los aspectos culturales que caracterizan a la práctica emprendedora de estos profesionales y que en la práctica integran la visión

(cultura) y la acción (discurso), en un concepto que hemos integrado bajo la noción de “cultura discursiva”.

En relación a los aspectos culturales, entendemos que el ejercicio del “doble rol” implica un desafío fundamentado en el hecho de que deben articularse dos matrices de significado entre las cuales pueden emerger tensiones: la cultura emprendedora y la cultura del diseño. Como señalara Best (2010) “el diseño y los negocios tienen sus propias culturas: sus propias creencias, valores y suposiciones sobre cómo miden el éxito y qué les importa. Esto a veces puede crear un “choque de culturas” (p.12). En un sentido similar, uno de los precursores del design management, anticipaba que “es una triste paradoja el que la profesión que, en mi opinión, tiene más para ofrecer que ninguna otra al mundo de los negocios, sea la que peor se relaciona con el” Gorb et al. (1987, p.1). Si bien, han pasado varias décadas desde esta afirmación, aún hoy existen autores reconocidos del campo diseño, tales como Chaves (2022), que afirman que “es una grieta que aún no acaba de cerrarse” (p.116).

Entendemos que en un contexto como el actual, en el que el Diseño Industrial expande sus fronteras disciplinares, y en el que los ecosistemas emprendedores se establecen como los modelos de innovación predominantes, los emprendedores se convierten agentes protagónicos para lograr la innovación (Mason y Brown 2014; Lavandera y Seibel 2019).

En efecto, en ese escenario, los diseñadores independientes, dado su estrecho vínculo con el entorno en el que operan, ocupan un lugar estratégico dentro de este entramado (Campi, 2020; Margolin, 2006; Reyes Fabella, 2018).

Al mismo tiempo, la relevancia de esta temática crece si entendemos que en términos de ecosistemas emprendedores, los estudios actuales ponen el foco en identificar y potenciar las singularidades de las diversas regiones geográficas e incluso institucionales, en escalas cada vez más pequeñas para poner en valor los recursos y culturas propias de cada territorio (Federico et al., 2020).

Entonces, dado que los aspectos culturales son informados por el contexto en el que se desarrollan (Bürdek, 1994; Manzini, 2015; Julier, 2013), se vuelve necesario reflexionar sobre su influencia en el marco del ecosistema emprendedor bonaerense y en la FDA-UNLP en particular.

Por todo lo expresado, consideramos que en este escenario, los diseñadores industriales tienen un gran potencial aplicativo dentro de los ecosistemas, y entendemos que analizar la manera en que los espacios de formación en los cuales “se diseñan diseñadores”, abordan la cuestión del emprendedorismo, es un punto de partida para analizar sus singularidades y

la manera en que este perfil profesional se manifiesta en los emprendimientos llevados adelante por egresados de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de La Plata.

Con esto nos proponemos visibilizar iniciativas emprendedoras que representen "enfoques singulares" de la disciplina, y que permitan dar cuenta del potencial estratégico de los diseñadores en el escenario productivo local.

4. La cultura emprendedora en la FDA

Desde sus orígenes [1963], la carrera de Diseño Industrial en la Facultad de Artes de la UNLP, promueve un perfil profesional generalista. Esta decisión genera contrapuntos dentro de los estudiantes y de la propia comunidad docente. Mientras que Anderson y Bernatene (2008) sostienen que:

> La declaración del «perfil» e «incumbencias» profesionales, según el Plan de estudios vigente – aprobado en 1997 por la UNLP–, no es lo suficientemente explícito en lo que se pretende o se quiere conseguir; es una declaración, aunque correcta, demasiado abarcativa-generalista y poco específica en cuanto a la especialización profesional requerida por la industria manufacturera nacional (…) Dado que la industria es tan amplia, saber Diseño Industrial es pretender saber –lo cual no implica que se lo logre– sobre toda la industria, lo cual es un tanto ambicioso y poco realista: ¿saber todo y mal o saber poco y bien? Esta es la pregunta (Anderson y Bernatene, 2008, p.42)

Otros docentes, como Marincoff, Maurín y Rodríguez (2022), expresan que (…) es de destacar que, desde los tiempos fundacionales de la carrera, el Diseño Industrial en la UNLP ha propiciado la formación profesional con la amplitud de criterio que caracteriza la capacidad para desempeñarse en entornos interdisciplinarios. (p. 20)

Este perfil profesional adoptado, lleva a distintos egresados de la FDA-UNLP a utilizar expresiones como: "los diseñadores industriales somos todologos" (Briolotti, comunicación personal, 2022).

En su tesis doctoral, titulada "Horizontes disciplinares del Diseño Industrial: Trayectorias laborales de profesionales egresados de la Universidad Nacional de La Plata (2001-2017)", la colega María Sol Sierra (2018), aborda las trayectorias laborales que si bien no se limitan a experiencias emprendedoras, expone la importancia de esta modalidad como estrategia de inserción laboral por parte de los egresados de la FDA-UNLP ya que "de los catorce

casos hay diez que de un modo u otro (en instancias iniciales de sus trayectorias laborales o posteriores), emprendieron" (p.170).

Este proceso también había sido señalado en el ámbito de la FDA-UNLP por Fernández Berdaguer (1995), que destacaba la tendencia de los egresados durante la década de los 90`s de fundar sus propios Estudios de Diseño independientes como estrategias de inserción laboral.

En términos institucionales, un hecho a destacar, es que la carrera de Diseño Industrial funciona dentro de la Facultad de Artes y al mismo tiempo, comparte una de sus sedes (sede Fonseca) con la Facultad de Trabajo Social, lo cual genera dinámicas de intercambio y construcciones de sentido singulares en términos identitarios y al mismo tiempo, genera una atmósfera que, a nuestro entender, permea en una sensibilidad social particular, y estimula la dimensión política de los diseñadores.

A modo simplificado, podemos decir, los estudiantes y diseñadores egresados son percibidos dentro de ese ámbito como sujetos con un perfil técnico o ingenieril, que difiere de aquellos más emparentados al campo del Arte.

Figura 1: Patio de la Facultad de Trabajo Social



Nota. *Fuente:* Elaboración propia.

Figura 2. Patio de la Facultad de Artes (Sede Fonseca) y Figura 3. Estudiantes de música (Sede Central)





Nota. Fuente: Elaboración propia.

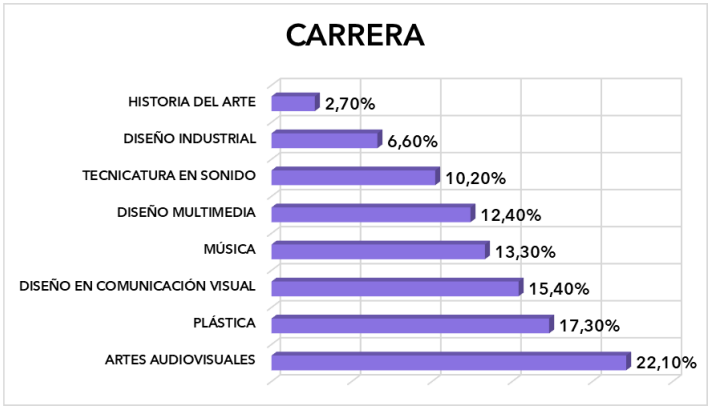
En el ámbito de la UNLP, desde 2010, esta casa de estudios cuenta con el Programa Emprendedor Universitario que se desarrolla a través de Unidades de Desarrollo Emprendedor existentes en las facultades Ciencias Económicas, Informática, Naturales, Veterinaria y Agronomía, y Artes, de la UNLP y están articuladas y coordinadas desde la Prosecretaría de Vinculación Tecnológica. Las mismas tienen por finalidad potenciar las capacidades emprendedoras en alumnos y jóvenes graduados y promover la cultura emprendedora en toda la comunidad educativa de la UNLP.

En ese mismo marco institucional, se creó la Incubadora de emprendimientos de la Universidad Nacional de La Plata cuya finalidad consiste en apoyar el desarrollo emprendedor en la comunidad universitaria y fomentar el vínculo con el ecosistema

En el caso de la FDA de UNLP, a diferencia de la facultad de Ciencias Económicas (Usina de Ideas), Ingeniería (Gioconda) o Informática, por ejemplo, no se cuenta con una incubadora destinada al apoyo emprendedor y aquellos estudiantes que tienen emprendimientos en su etapa de gestación, acuden a estas instituciones en busca de capacitación, mentoreo, y asesoramiento para la aplicación a convocatorias de líneas de financiamiento reembolsables y no reembolsables de apoyo emprendedor.

Avanzando cronológicamente, en el año 2022, en un documento elaborado para la Secretaria de Asuntos Estudiantiles de la FDA-UNLP (SAE, 2022), con sus 158 inscriptos, la carrera de Diseño Industrial se ubicó en el anteúltimo puesto en términos de cantidad de

ingresantes, seguido de Historia del Arte, lo que, de alguna manera, permite entrever la relevancia que ésta carrera tiene dentro de la institución.



Nota. Porcentaje de ingresantes de la FDA-UNLP, segmentado por carrera Fuente: SAE (2022), p.6

De es mismo documento, es interesante poner en relieve cómo es percibida la carrera por aquellos estudiantes que deciden anotarse en ésta. Cuando se indaga a los/as ingresantes sobre cómo visualizan en la actualidad al Diseño Industrial, la encuesta devela que el 50% lo visualiza más cerca de «desarrollo del producto», el 20,9% «tecnología», el 14% «comunicación y experiencia de usuario», el 12,6% «arte» y el 2,5% «otro».

Por último, se mencionan distintos campos que representan preferencias con relación a lo que desean aprender a diseñar a lo largo de la carrera. La tendencia en cuanto a la categoría más elegida fue «Mobiliario, iluminación y objetos para espacio privado/público, oficinas, comercios e instituciones» pero al ser una respuesta de múltiples opciones se observó una tendencia a elegir no menos de 3 categorías como respuesta, es decir que «Mobiliario, iluminación y objetos para espacio privado/público, oficinas, comercios e instituciones» fue la más utilizada en la combinación de respuestas.

Quizás esta representación acotada sobre lo que implica estudiar diseño industrial para los ingresantes, se deba, en parte, al modo en que se promociona la carrera desde el sitio web del Departamento de Diseño Industrial, allí, se expresa en relación al alcance de la práctica profesional:

> Son responsabilidades del diseñador industrial, como profesional universitario: el estudio, diseño, desarrollo, supervisión y/o producción en cualquiera de sus modalidades, aplicables a: utensilios e instrumentos, productos industriales, objetos técnicos, máquinas, equipamiento, packaging, interpretación de los principios de necesidad, funcionalidad, resistencia estructural, tecnología, mercado y producción,

> adecuándolos a los aspectos estéticos y significativos del universo cultural de la sociedad.

En primer lugar, anida una contradicción discursiva en el hecho de plantear que el diseño es “una actividad que se transforma permanentemente, acompañando los cambios económicos, tecnológicos, culturales y sociales; para resolver, interpretar y reformular las demandas, con el fin de producir el programa de un nuevo producto o modificar los ya conocidos” (Departamento de Diseño Industrial FDA-UNLP,2023), cuando el plan de estudios sobre el cual está estructurada la carrera, tuvo su última actualización en el año 1997.

Consideramos que esta manera de promocionarla disicplina, puede ser una de las causas que genera, desde su etapa incial, una visión limitada y objeto-céntrica del alcance del Diseño Industrial.

Adicionalmente , en relación al emprendedorismo y la gestión empresarial en el ámbito Universitario, Leiro (2006) sostenía que:

> La gestión del diseño ha sido omitida en el aprendizaje académico, posiblemente debido a la fuerte tradición de considerar a la arquitectura y el diseño como ramas integrantes de las Bellas Artes, así como la suposición de que la economía contamina el proyecto (p. 16).

Dos décadas después,de esta afirmación, la carrera de Diseño Industrial cuenta en la actualidad con un único Seminario de Gestión empresarial. Creado en 1998, en sus comienzos, de carácter obligatorio y a partir de 2018, adquirió la condición de optativo.

En un artículo titulado Gestión, marketing y Diseño Industrial publicado en el noveno número de la revista Tableros, los docentes del Seminario expresaban que:

> El propósito del seminario Gestión empresarial es brindar a los alumnos un acercamiento teórico y aplicado a la realidad de las empresas como método de aprendizaje para desarrollar y para fortalecer las competencias necesarias para realizar una adecuada oferta de sus servicios profesionales como diseñadores industriales y/o para facilitar la inserción en el mercado laboral actual. Para ello, se deben incorporar conceptos sobre escenarios para el diseño de productos desde una visión integral que nos permita comprender los factores que lo condicionan y lo definen. Estos conceptos son: usuarios, materialidad, factores tecnológico-productivos, consumo, comunicación y responsabilidad. (Argüero, et al., 2018)

En línea con esto, durante la entrevista realizada con Argüero, para este trabajo de investigación sostenía: profesor titular del Seminario, comentaba:

> El seminario se da en una instancia de la carrera en la que los estudiantes comienzan a preguntarse si van o no a poder vivir del diseño (…) los estudiantes ven otra dimensión del diseño y también nos encargamos de mostrar casos de empresas locales, principalmente Pymes, para humanizar y darle un baño de realidad para demostrar que más allá de todos los preconceptos que hay detrás de este sector, se trata de personas como uno que también la pelean (Argüero, comunicación personal, 4 de noviembre de 2022).

Finalmente, como ultimo hito a mencionar, en 2018 y que pone de manifiesto el interés de esta institución de integrar el ámbito del diseño y el empresarial, se creó en conjunto con la Facultad de Ciencias Económicas, la Maestría en Diseño y Marketing con el objetivo de integrar ambas disciplinas y "formar profesionales con nivel de excelencia que cooperen con el Estado y el aparato productivo para promover la incorporación de diseño, creatividad e innovación en los procesos" (Sitio web FCE-UNLP).

5. Casos de estudio seleccionados

Como criterios de selección de casos se consideraron emprendimientos en vigencia, con al menos 3 años de actividad, cuyo origen esté contemplado en el período 2009-2019.Los mismos debían estar conformados por egresados en diseño industrial de la UNLP y tener lugar dentro del ecosistema emprendedor bonaerense. Además, se seleccionaron casos diversos, cuya propuesta de valor y modelo de negocio estén basados en el diseño industrial.

Tabla 1: Casos de emprendimientos del ecosistema emprendedor seleccionados

Caso	Emprendimiento	Inicio	Diseñadores	Partido	Población	Subespacio	Actividades	Roles
1	Dip Estudio en Conjunto	2016	Rodrigo Mené Arcuri	Bahía Blanca	335.190	Sur	Diseño de productos a base de micelios; soluciones de diseño industrial y del paisaje, soluciones en Impresión 3D; biomateriales; modelados de precisión	Emprendedor, Investigador y Docente universitario
2	Metalúrgica Mangini	2007	Horacio Mangini	Tres Lomas	8.825	Sudoeste	Diseño y fabricación de productos metalúrgicos	Emprendedor.
3	Mariano Briolotti	2017	Mariano Briolotti	Junín	101.762	Noroeste	Diseño, gestión y reciclaje emprendedor	Reciclaje emprendedor
4	E2Design	2012	Eugenio Paz	Pergamino	115.000	Noreste	Diseño de mobiliario comercial y residencial	Emprendedor
5	Las Pulpas	2015	María Paz Rossi y Rosario Fuhr	La Plata	772.618	Capital	Diseño y fabricación de calzado y accesorios de indumentaria	Emprendedoras
6	Cross Molinos	2009	Eduardo Tierno	Nueve de Julio	54.722	Centro	Diseño y fabricación de máquinas para molienda y quebrado de granos para pequeñas y medianas producciones	Emprendedor
7	Oso Estudio	2016	Pedro Bargo y Carolina Panzone	Mar del Plata	682.605	Costero	Diseño y fabricación de productos cerámicos y prestación de servicios de diseño	Emprendedores
8	Rmb Soldadura	2015	Mariano Depino	Lanús	459.263	GBA	Comercialización de equipos y materiales de aporte para soldadura y capacitación	Emprendedor

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Caso N° 1 -Dip Estudio en Conjunto: representa un cruce entre el diseño experimental, la investigación y la transferencia tecnológica. Dip surge para brindar soluciones de diseño industrial y del paisaje, soluciones en Impresión 3D con biomateriales y modelados 3D de precisión. Entre sus actividades clave, se encuentra el desarrollo de productos a base de hongos micelios. Según sus miembros: “la parte experimental, nos parece un camino viable como filosofía de vida.” (R. Mené Arcuri, comunicación personal, 24 de noviembre de 2022). Rodrigo es doctorando en Artes de la FDA-UNLP, sus investigaciones cuestionan los discursos de la estética industrial y adopta una perspectiva crítica al eurocentrismo delas academias nacionales. El emprendimiento fue planteado bajo el paradigma colaborativo y con la selección de proveedores locales para la adquisición de insumos (impresoras 3d y sustratos para hongos).Su objetivo es crear un modelo replicable bajo la lógica de los sistemas distribuidos (Manzini, 2015). Por ello, se definen como facilitadores de los procesos

de diseño. Rodrigo es docente en la UNS y UPSDO; y entre las estrategias de innovación en red desplegadas, destaca las vinculaciones con otros emprendimientos de biofabricación y con el CERZOS (CONICET-Centro de Diseño Industrial/INTI)y argumenta que la asistencia a congresos le permitió vincularse con otros investigadores y productores que le permite reconocer demandas concretas.

Caso N° 2 - Metalúrgica Mangini: ejemplifica un emprendimiento que surge como resultado de un oficio heredado o adquirido (Bernatene, 2009), siendo la tercera generación de metalúrgicos en su familia. Actualmente, su modelo de negocio incluye un lubricentro, un taller metalúrgico y, desde 2007, el diseño y desarrollo de casillas rurales para la industria de su región. Destacamos de esta experiencia, el modo en que la práctica del diseño es informada por su contexto, y cómo la idiosincrasia local incide en la valorización que se le otorga al diseño industrial en un contexto donde la oferta de productos diseñados profesionalmente es escasa. En relación a este punto, Horacio Mangini durante la entrevista destaca que, dada la tradición propia de la industria agropecuaria en la cual las maquinarias tienden a ser robustas y se desatienden aspectos vinculados a la relación entre el artefacto y su usuario, las herramientas del diseño le permitieron generar ventajas diferenciales.

Caso N° 3 - Mariano Briolotti: ejemplifica la perspectiva que plantea al emprendedor como un “empresario de sí mismo” (Foucault, 2006) y al mismo tiempo, demuestra la aplicación de las herramientas del diseño en ámbitos como la gestión pública y distintos organismos de apoyo emprendedor. Aún como estudiante participó y fue distinguido en diversos concursos internacionales (Movelsul, Santorini, entre otros) y en el año 2016,obtuvo el puesto 120 dentro de más de 500 concursantes en el premio Latinoamérica verde 2016. Durante el proceso de buscar alianzas y establecer redes para materializar dicho proyecto, conoció a diversos funcionarios que lo convocaron para formar parte de la gestión. Mariano fue Director Provincial de Promoción de la Tecnología e Innovación del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación bonaerense (2017-2019), actualmente preside la Fundación Innovamos, brindando apoyo y difusión de proyectos vinculados al desarrollo de la innovación social y tecnológica. Esta fundación, funciona como incubadora y está reconocida por el Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación. La circularidad del proceso emprendedor lo posiciona a como ejemplo del reciclaje emprendedor, en el cual los emprendedores adoptan nuevos roles dentro del ecosistema y lo mantienen vivo (Brown & Mason, 2017).

Caso N° 4 - E2Design: aquí el foco se pone en la figura del diseñador emprendedor como un “realizador de proyectos” en los términos que propone Manzini (2019). Según este autor, los diseñadores participan de varias conversaciones en simultáneo, y la suma de los proyectos de diseño se convierte de alguna manera, en el proyecto de vida del sujeto que lo lleva adelante y configura desde una perspectiva política, su cotidianidad. En el caso de Eugenio, articula diversas actividades relacionadas a la práctica del Diseño y su cultura. Entre éstas destacamos su emprendimiento de mobiliario (E2Design) y la prestación de servicios, la docencia universitaria (UNR), la difusión del diseño, como colaborador activo del portal di-conexiones, la creación del Mapa Federal de Diseño (2009) mediante el cual se proponía mapear y visibilizar los estudios de diseño de todo el país.

Caso N° 5 - Las Pulpas: el modelo de negocios está centrado en un producto físico (zapatillas urbanas), y su funcionamiento genera cruces disciplinares con el Diseño en Indumentaria. Asimismo, dado que este emprendimiento cuenta con dos sedes (La Plata y Bahía Blanca), sirve para caracterizar y contrastar el modo en que el emprendimiento es informado por su contexto. En las redes generadas por Las Pulpas, destacamos la estrategia de tercerización de actividades clave, que mostró su máxima expresión durante el periodo de aislamiento obligatorio por COVID-19. Otro aspecto a profundizar en el trabajo, es la relación que se establece desde la marca con su comunidad de usuarios y el rol que éstos tienen en el proceso de diseño de nuevos productos. En este sentido, se puede destacar la capacidad relatora que tienen sus productos y la manera en que desde la marca utilizan estratégicamente las redes sociales, que asemejan a este tipo de emprendimientos personales a la figura del influencer digital.

Caso N° 6 - Cross Molino: nos permite mostrar la importancia que tienen los emprendimientos para atender problemáticas a pequeña escala y nichos desatendidos por grandes empresas. Este microemprendimiento surge cuando Eduardo decide emprender por cuenta propia luego de trabajar 15 años en YOMEL. A partir de conocer la problemática, identificó una vacancia en la oferta de moledoras y quebradoras de grano, como así también, sobre los equipos que intervienen en el proceso de alimentación de ganado. Su modelo de negocio replica la metodología LEAN start up, implementada años antes por YOMEL, y fue posible gracias a la tercerización de las tareas de corte y plegado de chapas, torneado de piezas específicas y utilización de elementos estandarizados. Abordar

productos de baja escala y tamaño reducido, facilitó la producción y comercialización a todo el país. En relación a las redes de trabajo, se menciona la asociación con emprendedores del rubro metalúrgico para la compra en conjunto de insumos y lograr una economía de escala. Al mismo tiempo, su paso por YOMEL le brindó una red de contactos con los que actualmente colabora. El vínculo de Cross con la Municipalidad de Nueve de Julio, a través de los diseñadores industriales, Fernando Mendilaharzu (Subsecretario de Producción Municipal) y Víctor Altare (Secretario de Gobierno), se le encomienda a Cross Molinos el diseño y fabricación de equipamientos para el sector público.

Caso N° 7 - Oso Estudio: tiene las particularidades de un modelo de negocios híbrido, que involucra el diseño, desarrollo y fabricación de objetos cerámicos, y la prestación de servicios de diseño. Este caso permite abordar la cuestión de la temporalidad en el diseño y sus procesos, y su vínculo con el ritmo imperante del mercado. Oso funciona como un espacio de búsqueda de nuevas temporalidades para el desarrollo de la disciplina, cuyo vector de desarrollo es el llamado “diseño lento” (slowdesign), el cual promueve un consumo reflexivo y una expansión sensorial a través de los artefactos. Muestra una experiencia en red a partir de la articulación multidisciplinar, que integró a los diseñadores del proyecto Acanti, una iniciativa de colaboración que logró el financiamiento a partir del Fondo Nacional de las Artes, con el objetivo de agregar valor y generar identidad local a partir de explorar materialidades vernaculares.

Caso N° 8 - Mariano Depino-Rmb Soldadura: involucra la experiencia de vinculación entre el diseñador industrial Mariano Depino y la empresa Rmb Soldadura, dedicada a la comercialización de equipos y materiales de aporte para soldadura .A partir de esto, se pretende explorar la figura del intrepreneur o emprendedor interno, término acuñado por Gifford y Elizabeth Pinchot en 1978, que en su sitio web lo definen como el acto de comportarse como un empresario dentro de una corporación, en el cual debe asumir la toma de riesgos corporativos con una visión y además especifican: “los empleados que están más cerca del cliente y del trabajo a menudo son conscientes de los desafíos y las oportunidades que pueden ser menos visibles desde un puesto ejecutivo.” (Pinchot& Co., 2023, párr. 1).Aquí nos interesa mostrar el proceso de absorción que Rmb llevó a cabo con Bemol Industrial (emprendimiento de Depino), capturando y expandiendo el valor que desde el emprendimiento se había detectado en el ámbito de la soldadura. Al mismo tiempo, dado que Mariano tenía vasta experiencia, destacamos su background de usuario experto que le permitió vincularse con usuarios, proveedores y clientes, dentro de un sector productivo con

una fuerte reticencia a los avances tecnológicos. Entre las acciones destacadas y aportes concretos, se identifican: la creación de nuevas unidades de negocio, la creación de una escuela de soldadura, la selección de tecnologías avanzadas de soldadura para la industria local, la interlocución entre proveedores y usuarios, el benchmarking y transferencia tecnológica para puestas en marchas de equipos en plantas industriales.

6. Rasgos culturales de la identidad platense

En este apartado nos proponemos exponer una serie de características mencionadas por los egresados emprendedores entrevistados para la tesis doctoral mencionada en la introducción de este artículo.

El “hacer todo” y la lógica del “vamos viendo”

La cuestión del diseñador como un profesional que se encarga de la totalidad del proceso de diseño, fue un aspecto mencionado por todos los entrevistados. En muchos casos, se asociaba esta postura a la dificultad de delegar tareas, o de pensar el negocio en una lógica expansiva. Dicho de otro modo, los emprendimientos dan respuestas en función de los recursos que los propios emprendedores tienen y pueden aportar, siendo muchas veces su propio “cuello de botella” que impide su sostenibilidad en el tiempo o su capacidad de crecimiento.

En este sentido, tanto Becerra (2022) como Ramírez (2022), proponen una visión alternativa que corre el eje acerca de esta secuencialidad, y vinculan al emprendimiento como un proceso continuo y permanente vinculado a una actitud en el quehacer profesional y en el modo de concebir a la disciplina.

En el caso de Ramírez, afirmaba que:

> No necesariamente el siguiente paso del emprendimiento es ser una Pyme. La profesionalización de un emprendimiento no tiene que ver con el crecimiento en tamaño o volumen de ventas, sino que puede estar determinado por ordenar algunas acciones que le permitan funcionar (Ramírez, comunicación personal, 23 de noviembre, 2022).

> “Muchos emprendedores de diseño están siempre manteniéndose en las etapas iniciales y no logran profesionalizar sus actividades, pero no porque no lo sepan, sino por una decisión motivada por mantener 'las manos en la masa' y responder a un determinado modelo de vida (Ramírez, comunicación personal, 23 de noviembre, 2022).

En un sentido similar, Becerra (2022), planteaba que:

> Los conceptos emprendedor y empresario suelen tomarse como conceptos similares o incluso como dos estadios evolutivos de un mismo rol, algo así como el adolescente (emprendedor) y el adulto (empresario), y sin embargo, vos podés ser emprendedor sin nunca convertirte en empresario, y podés ser empresario sin ser nunca emprendedor (…) creo que tiene que ver más con el tipo de organización que creas y el tipo de proceso que llevas adelante. (Becerra, comunicación personal, 3 de noviembre de 2022).

En relación a la lógica del “hacer todo”, Paz (2022) ponía de manifiesto ciertos aspectos singulares de la Cultura de Diseño platense:

> Compartiendo workshops que dictaban Luján Cambariere y Alejandro Sarmiento con estudiantes de Mar del Plata, Córdoba, Buenos Aires, me empecé a dar cuenta de que nuestra capacitación era como una cultura muy platense de hacer todo (planos, maquetas, prototipos, etc.) (…) todo la misma persona (…) los profesores incentivaban todo el tiempo eso y una vez que adquiríamos esa herramienta, nos sentíamos realmente capaces de hacer todo.
>
> Para mí, eso derivó en que nacían muchos emprendimientos en los cuales el diseñador quería hacer todo, y eso tuvo mucho a favor pero también mucho en contra, y esos aspectos en contra todavía los estamos procesando, porque el diseñador siempre trabaja colectivamente y su rol principal es actuar como nexo.
>
> Apuntamos a ser semidioses, y hacer productos perfectos, y para mí el producto es una instancia, es el resultado de un momento. Por eso, el diseñador emprendedor se da un golpe siempre en el momento de la venta, y por eso está bueno que se incentive en la carrera la idea de que el diseñador no puede hacer todo solo, y está bueno que no haga todo (Paz, comunicación personal, 6 de diciembre de 2022).

La cuestión de la excelencia, la valoración de los procesos de Diseño y la idea de buscar un equilibrio entre un producto acabado y un producto mínimo viable, son aspectos que

emergen con frecuencia en las entrevistas y permiten conjeturar sobre éstos aspectos como rasgos constitutivos de la comunidad disciplinar del Diseño Industrial en la FDA-UNLP.

Status de las PyMES

En diálogo con los profesionales e informantes clave, surgía una cuestión ambivalente en torno al perfil profesional. Al mismo tiempo que se percibe y se reconoce una formación pensada “para la industria”, el imaginario en torno al “mundo PyMe” que se promueve, sumado a la proliferación de los discursos sobre el emprendedorismo como paradigma laboral actual, generan una desarticulación entre los profesionales y la industria como un escenario posible para desenvolverse profesionalmente. Uno de nuestros informantes clave los expresaba de la siguiente manera:

> Cuando yo estudiaba, la aspiración era trabajar en una empresa. Hoy por hoy creo que los estudiantes aspiran a iniciar emprendimientos propios (…) Costó mucho el desembarco de los diseñadores en la Pyme. Muchos productos están resueltos por personas internas (jefes de producción, matriceros, etc.) de la Pyme (…) con la mejor intención pero sin el expertise y la capacidad que tiene el diseño para llevar a cabo esa tarea (…) y hacés diferencia ahí, creo que ese imaginario que se crea baja la expectativa para los estudiantes sobre las posibilidades que puede tener en una PyME (Seghini, comunicación personal, 14 de noviembre de 2022).

Adicionalmente, los modelos de rol ocupan un lugar fundamental para estimular la cultura emprendedora y habilitar en el imaginario de los estudiantes posibles formas de actuar laboralmente. En ese sentido, los entrevistados coincidían en el hecho de que gran parte de sus docentes tenían una impronta emprendedora, dado que cuentan con emprendimientos propios, pero, en contrapartida, durante su etapa formativa, no habían tenido acceso a conocer trayectorias laborales de otros egresados que amplíen el abanico sobre su campo de acción desde una perspectiva menos idealizada de la profesión.

Metodología como plataforma proyectual generalista. Los entrevistados valoraban positivamente y de manera generalizada, la incorporación de una metodología proyectual como herramienta indispensable para sortear la incertidumbre inherente a cualquier proceso de diseño. De igual manera, sostenían que esta metodología impregnaba su vida cotidiana, su manera de pensar y accionar en el mundo como diseñadores, desdibujándose la frontera entre el *ser* diseñador y el *ser* en un sentido más amplio.

En relación a este punto, observamos que un rasgo cultural que emergió en la investigación es la visión de los diseñadores emprendedores como sujeto político-social que, a través de sus emprendimientos, proyectan modos alternativos de pensar su relación con el medio ambiente y con el mercado.

En este punto, es interesante destacar que, se percibe por parte de los emprendedores, una búsqueda de coherencia sistémica en esa cultura discursiva que caracteriza su quehacer profesional. Es aspecto, se hacía presente en la manera en que éstos sujetos, se manifiestan como diseñadores pero al mismo tiempo como consumidores. De esta manera, se fermenta esta nueva cultura que manifestaban algunos informantes clave, que miran a los emprendedores como un neo-artesanado contemporáneo con una conciencia distinta en su relación con el entorno, su identidad profesional y las lógicas de producción que ofrece el escenario actual, que difiere en varios aspectos, del modelo emprendedor de principios del segundo mileno, que tendría a Palermo como su epicentro principal.

Finalmente, entendemos que un rasgo característico que brinda esta formación con fuerte impronta metodológica, es la posibilidad de que los egresados de la FDA-UNLP, logren articular sus proyectos de vida con los emprendimientos que llevan adelante adaptando esa metodología de acuerdo a sus objetivos como sujetos individuales y colectivos. Esto queda a la vista, si observamos la diversidad temática que expresan los casos seleccionados.

El "miedo al hacer"

Esta expresión, se hizo presente en gran parte de las entrevistas, y tiene relación con el desarrollo de la intención emprendedora por parte de los diseñadores emprendedores. Según Mclntyre y Roche (1999, p. 7) dotar a un sujeto de la intención emprendedora consiste en brindarle los "conceptos y habilidades para reconocer oportunidades que otros puedan haber pasado por alto y poseer el insight y la autoestima de actuar donde otros pueden haber dudado". Esta idea, se condice con el llamado "espíritu emprendedor" y resulta interesante pensar qué lugar ocupa la formación académica para su desarrollo y la manera en que, según los entrevistados, aparenta funcionar como inhibidor de la intención emprendedora.

Para Argüero (2022), en el campo del diseño falta autoestima y empoderamiento para llevar adelante negocios, no sólo actuando como emprendedor, sino en el contexto de una empresa. En relación a esto, comentaba que: "En la Facultad se enseñan los saberes del diseño, pero no del negocio y creo que incluso se crean limitantes, como una especie de miedo al hacer o al competir con otros productos" (Argüero, comunicación personal, 4 de

noviembre de 2022). Esta percepción, está alineada con el planteo de la diseñadora y emprendedora (SWAL), Sofía Wiener (2022) cuando afirmaba que:

> No quiero generalizar, pero mi prejuicio personal me hace decir que las personas más emprendedoras no han pasado por la academia, los que hemos pasado por la academia lo que más tenemos es miedo. La academia te da un perfeccionismo en el que nunca nada es suficiente (comunicación personal, 28 de octubre de 2022)

Esta postura, si bien parte de una generalización, es consonante con las posturas manifestadas por los entrevistados en torno a la idea de "diseñar" como proceso ordenado y secuencial, propio de la metodología impartida en la FDA-UNLP. En ese sentido, se infiere de esta visión estructurada del diseño, una dificultad asumida por parte de los egresados, que al mismo tiempo es paradojal, dado que si bien, la totalidad de los entrevistados sostienen que la metodología adquirida es una herramienta que les permite dar respuesta a cualquier problema de diseño (e incluso, trasladarse a la vida cotidiana), al mismo tiempo reconocen que esa búsqueda por la perfección y el diseño acabado, también inhibe la intención emprendedora y la aceptación de una postura que asuma al producto como una instancia más del proceso de diseño.

Escala pequeña y relaciones interpersonales dentro del ámbito educativo y laboral

Una de las expresiones que resume este aspecto, la expresaba uno de nuestros informantes clave, al afirmar que "en la FDA-UNLP enseñamos Diseño Industrial de manera artesanal" (Gadler, comunicación personal, 9 de diciembre de 2022". Con esto, hacía referencia a la escala que caracteriza a esta casa de estudios, en la cual se generan vínculos interpersonales muy directos entre docentes y estudiantes. En el caso de los emprendedores entrevistados, algunos de ellos afirman que en las etapas iniciales de sus proyectos recibieron ayuda directa de docentes y ex docentes que les facilitaron diversos recursos de manera colaborativa (prestación de servicios, materia prima, información sobre proveedores, etc.) y además, los conectaron con otros actores del ecosistema.

Esta manera de establecer vínculos formales e informales entre los actores es un rasgo distintivo en la manera de interactuar dentro de los ecosistemas emprendedores actuales (Mason y Brown, 2014).

Insuficiencia de herramientas de gestión

Esta percepción negativa sobre la insuficiencia de las herramientas vinculadas a la gestión de empresas y temas vinculados a los aspectos financieros del emprendimiento se dio de manera generalizada. Un dato que se desprende de este ítem, es el hecho de que de los ocho casos de estudio analizados, la totalidad afirma no haber desarrollado un plan de negocios de sus respectivos emprendimientos.

Al mismo tiempo, y en consonancia con una de las hipótesis de trabajo planteadas en la tesis, es compartida la visión acerca del enfoque objeto-centrista que tiene la formación académica en la FDA-UNLP, en la cual los ejercicios proyectuales planteados priorizan las función prácticas, tecnológicas y simbólicas de los artefactos, desatendiendo la función sistémica de los mismos, como dispositivos dentro de un contexto de interacción más complejo y dinámico.

7. Comentarios finales

En este artículo, intentamos brindar un panorama sobre la relación entre la cultura emprendedora y del diseño en el ámbito de la FDA-UNLP, se analizaron las tensiones existentes entre ambas y se expusieron algunos de los rasgos característicos mencionados por los egresados emprendedores, protagonistas de los casos de estudio.

Entendemos así, que se torna evidente la necesidad de llevar adelante una actualización pedagógica (plan de estudios) en la carrera, pero también, nos interesa remarcar que es relevante lograr un giro comunicacional y discursivo que integre al emprendedorismo como un paradigma que trasciende a la modalidad laboral que desean experimentar los egresados, y que tiene estrecha relación con el modo en que los diseñadores conciben el mundo y accionan en él.

Tal como señalara Richardson, en las definiciones de “emprendedor” más relevantes de la actualidad, “vemos la importancia del riesgo, innovación, oportunidad y valor. Estos conceptos son fundamentalmente importantes en el diseño (completamente fuera de cualquier aspiración a “emprendedor”).” (Richardson, 2022, p.14).

Entonces, consideramos que los casos abordados, representan ejemplos concretos de que tiene la capacidad de configurar emprendimientos y diseñar modelos de negocios viables en el contexto de los ecosistemas emprendedores actuales, sin embardo tal como hemos intentado argumentar, gran parte de las limitaciones y debilidades que afectan su práctica, tienen un asidero cultural.

Entre los motivos que detectamos a lo largo de las entrevistas, podemos mencionar la falta de modelos de rol (emprendedores o casos de estudio) que visibilicen esta modalidad y permitan salir de los estereotipos que circulan como “casos de éxito”, como así también, resignificar el imaginario distorsionado que se tiene en la actualidad del sector de las PyME como posibles espacios para actuar desde el diseño.

Bibliografía

Acs, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National Systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. Research Policy, 43(3), 476–494. https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.08.016

Argüero, Ángel, Quiroga, E., Giannelli, R., Cervini, F., & Brazao, C. (2018). Gestión, marketing y diseño industrial. Tableros, (9), 70–75. Recuperado a partir de http://papelcosido.fba.unlp.edu.ar/ojs/index.php/tableros/article/view/776

Anderson y Bernatene (2008). Ampliación del marco teórico del Diseño Industrial a la agroindustria. Arte e Investigación, 12(6), 39-43.

Audretsch, D. B., Falck, O., Feldman, M. P., &Heblich, S. (2012). Local entrepreneurship in context. Regional Studies. 46(3): 379-389.

Batista-Canino, R. M., Bolívar-Cruz, A., & Medina-Brito, P. (2016). Monitorización del proceso emprendedor a través del modelo de negocio. Innovar. 26(61): 83-102.

Bernatene, M. D. R. (Coord.), Molinari, G., Muraca, T., Ungaro, P., &Canale, G. (2009). Vivir con un emprendimiento. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

Best, K. (2010). Thefundamentalsofdesignmanagement. Londres: Bloomsbury.

Borissenko, J., &Boschma, R. (2017). A critical review of entrepreneurial ecosystems research: towards a future research agenda. Papers in Innovation Studies. 3: 1-25.

Bonsiepe, G (2013, Mayo). Modelos pedagógicos para o ensino de Design: Proposições para a século XXI [Video]. Conferencia FAU-USP. https://vimeo.com/85712871

Bürdek, B. E., & López-Manzanares, F. V. (1994). Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial. Barcelona: Gustavo Gili.

Brown, R., & Mason, C. (2017). Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems. Small Business Economics. 49: 11-30.

Brown, R., & Mason, C. (2017). Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems. Small business economics, 49, 11-30.

Campi, I. (2020). ¿Qué es el diseño?.Barcelona: GG.

Chaves, N. (2022). Design Management: una grieta que no termina de cerrarse. Experimenta. 92: 116-118.

Cohen, B., Smith, B., & Mitchell, R. (2006). Toward a sustainable conceptualization of dependent variables in entrepreneurship research. Business Strategy and the Environment, 17(2), 107-119.

Fabela, A. M. R., & Flores, R. P. (2018). *La profesión del diseño: expresiones y experiencias.* Palibrio.

Fayolle, A. (2017). *Entrepreneuriat théories et pratiques: Applications pour apprendre à entreprendre.* Hachette.

Federico, J., Ibarra García, S., &Kantis, H. (2020). La visión sistémica del emprendimiento y el ecosistema emprendedor. En:Suárez,D.;Erbes,A. &Barletta,F.(eds.) (2020) Teoría de la innovación: evolución, tendencias y desafíos (pp. 341-380). General Sarmiento: Complutense-UNGS.

Fernández Berdaguer, M. L. (1995). Las calificaciones de los diseñadores industriales. En S. de C. y T. de la U. Subsecretaría de Políticas y Planificación de la SECYT (Ed.), La demanda de calificaciones para profesiones universitarias: Proyecto Nacional Concertado Convocatoria 1992 (1a ed., pp. 37-45). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
Gorb, P., & Dumas, A. (1987). Silent design. Design Studies. 8(3): 150-156.

Heiskanen, E., & Repo, P. (2007). User involvement and entrepreneurial action. Human Technology: An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments. 3(2), 167-187.

Julier, G. (2013). The Culture of Design. Newbury Park: Sage.
Leiro, R. J. (2006). Diseño: estrategia y gestión. Buenos Aires: Infinito.

Lopez, C.A. y Bergomi, P.I.G. (2014). *Nuevas instancias en la formación del diseñador. Pensar más allá de la herramienta*. Actas de Diseño, Nº17, pp. 202-205.

Manzini, E. (2015). Cuando todos diseñan: Una introducción al diseño para la innovación social. Barcelona: Experimenta.

Manzini, E. (2019). Politics of the Everyday. Bloomsbury Visual Arts.

Manzini, E. (2019). Politics of the Everyday. Londres: Bloomsbury Visual Arts.

Margolín, V. (2006) El diseñador como productor. Artículo Foro Alfa: Recuperado de: https://foroalfa.org/articulos/el-disenador-como-productor

Marincoff, Maurín & Rodríguez (2022). Formación Interdisciplinaria en Diseño Industrial: Puentes hacia el futuro desarrollo profesional. *Tableros + Bold: 60 años de Diseño en la Facultad de Artes Universidad Nacional de La Plata 1(5), pp.17-26.*

Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final reportto OECD, Paris. 30(1): 77-102.

Memelsdorff, F. (2011). Estrategias y diseño: diálogo entre empresas y diseñadores. Buenos Aires: Wolkowicz.

Napier, G., & Hansen, C. (2011). Ecosystems for young scalable firms. FORA Group:190-208.

Oliveras, G. (2015). La educación emprendedora en la universidad: análisis y propuestas para la inserción de estas actividades en las currículas. Tesis de doctorado en Ciencias de la Administración. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina.

Pinchot & Co. (2023). Why Foster Intrapreneurship. Recuperado el 11/08/2023 de: http://www.pinchotandcompany.com/#intra

Secretaría de Asuntos Académicos (2022). Informe sobre encuesta a ingresantes de la Facultad de Artes 2022.

Sierra, M. S. (2018). Horizontes disciplinares del Diseño Industrial (Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de La Plata). La Plata: SEDICI.

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications. Thousand Oaks: Sage.

Ynoub, R.C (2011). El proyecto y la metodología de la investigación. Cengage Learning.