

(DES) DISEÑAR: TRANSFORMAR DISEÑADORES INDUSTRIALES EN EMPRENDEDORES INDUSTRIALES

Enrique D'Amico¹, Federico Del Giorgio Solfa²

¹Universidad Nacional de La Plata (ARGENTINA)

Resumen

El cambio de paradigma en el diseño industrial ha puesto de manifiesto la creciente necesidad de que los diseñadores adopten habilidades emprendedoras. En la actualidad, este enfoque no solo resulta ser el más efectivo para ejercer la disciplina, sino que en muchos casos se está convirtiendo en la única alternativa viable. La implementación de este enfoque emprendedor demanda una revisión crítica del discurso tradicional en diseño, el cual ha establecido estándares inamovibles de complejidad y calidad que han limitado el campo de acción profesional y restringido las alternativas de intervención.

Este artículo se centra en el análisis de las dinámicas y tendencias actuales en los modos de vida de las personas, identificando cómo estas transformaciones requieren un cambio en la formación y prácticas del diseño industrial. En particular, se exploran estrategias y contenidos específicos que son esenciales para una formación emprendedora efectiva en el diseño.

Una de las áreas clave que el artículo aborda es el desarrollo de nuevas y pequeñas industrias. En un entorno económico en constante evolución, las pequeñas empresas y startups juegan un papel crucial en la innovación y la adaptación a las necesidades emergentes del mercado. El diseño industrial, al integrar capacidades emprendedoras, puede fomentar la creación de estas nuevas industrias, proporcionando soluciones creativas y sostenibles que responden a las demandas cambiantes de los consumidores.

El artículo sugiere que, para fomentar el crecimiento de estas nuevas y pequeñas industrias, es vital que los diseñadores adopten una mentalidad más flexible y orientada al emprendimiento. Esto incluye la capacidad de identificar oportunidades de mercado, desarrollar modelos de negocio viables, y aplicar principios de diseño que no solo sean innovadores sino también adaptables y escalables. La formación emprendedora debe, por lo tanto, integrar habilidades como el análisis de tendencias, la gestión de recursos limitados y la capacidad de iterar rápidamente en respuesta a los cambios del entorno.

En resumen, el artículo aboga por una reestructuración en la educación y la práctica del diseño industrial para incluir un enfoque emprendedor que facilite la creación y el desarrollo de nuevas industrias. Este cambio no solo permitirá a los diseñadores expandir su influencia e impacto en el mercado, sino que también contribuirá al crecimiento económico y a la generación de empleo a través de la innovación y el emprendimiento en el diseño.

Palabras clave: diseño industrial, emprendedorismo, desarrollo industrial, ecosistema emprendedor, educación

1 INTRODUCCIÓN

En el actual panorama del diseño industrial, el capitalismo cognitivo (postindustrial) se encuentra en una fase evolutiva que destaca por varios factores clave. Según Bonsiepe

[1], entre estos se encuentran: el crecimiento del sector de servicios, el reemplazo del valor de uso por el valor simbólico, la incorporación de prácticas afectivas (*emotional design*), la organización del trabajo en proyectos y, lo más relevante para este ensayo, la transformación del sujeto de trabajo hacia un perfil emprendedor.

Este último aspecto subraya la necesidad de un profesional que, mediante la acumulación de competencias autoorganizadas, sea capaz de navegar la complejidad del entorno empresarial actual. Estas interacciones se desarrollan en un contexto específico, donde un territorio y una red de actores particulares configuran un ecosistema emprendedor singular [2], [3].

Reconociendo que “el emprendedorismo es, ante todo, un fenómeno local”, es crucial analizar cómo opera el entramado productivo y el ecosistema emprendedor en Argentina [4, p. 50]. A través de esta comprensión, se busca identificar las potencialidades del ecosistema emprendedor argentino y explorar vías de mejora, que son esenciales para la formación de diseñadores industriales como emprendedores industriales.

2 METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este artículo, se adopta un enfoque interdisciplinario que permite analizar la relación entre el diseño industrial y el emprendimiento en el contexto actual. La metodología se estructura en dos fases principales: 1. Revisión bibliográfica y análisis crítico, y 2. Desarrollo de bases y estrategias formativas.

Se realiza una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el cambio de paradigma en el diseño industrial y la necesidad de habilidades emprendedoras en los diseñadores. Este análisis crítico examina los discursos tradicionales en diseño, identificando las limitaciones que imponen sobre la formación y las prácticas profesionales. Se consideran estudios previos sobre la importancia de la adaptabilidad y la flexibilidad en el contexto de la innovación y el emprendimiento.

A partir de los hallazgos obtenidos en la fase anterior, se proponen estrategias y contenidos específicos para la formación de diseñadores industriales con un enfoque emprendedor. Esto incluye la identificación de competencias clave, como la capacidad para desarrollar modelos de negocio viables y la habilidad para adaptarse a las necesidades emergentes del mercado. Además, se sugiere la integración de metodologías de enseñanza que fomenten el pensamiento crítico, la innovación y la resolución de problemas en entornos reales.

3 RESULTADOS

3.1. El territorio productivo y el ecosistema emprendedor

Cada territorio posee una configuración en cuanto a la distribución y tipología de empresas que lo conforman, resultando así en la conformación de un entramado singular. Pero la mera conformación de un entramado industrial no garantiza el reconocimiento entre los actores productivos y sus características, desaprovechando así el potencial sinérgico. Finalmente, esto deriva en un desaprovechamiento de los recursos disponibles, condicionando la eficiencia productiva, limitando el trabajo colaborativo y los posibles proyectos de innovación conjunta.

Por otro lado, el concepto de ecosistema emprendedor emerge como una evolución del entramado productivo, y de los modelos de innovación tradicionales basados en los

clústeres [5], incorporando estructuradamente a otros actores clave que aportan interacción y favorecen la capitalización de sinergias.

A los fines de este trabajo y considerando el marco teórico abordado en investigaciones previas, entendemos al ecosistema emprendedor como un dispositivo de vinculación territorial, en el cual, un conjunto heterogéneo e interdependiente de actores, cosas y lugares se vinculan (formal e informalmente), para lograr resultados con niveles de innovación superiores a los que podrían alcanzar de manera individual y dando lugar a diversas relaciones de gobernanza entre los mismos [6].

El ecosistema emprendedor además está caracterizado por:

- Heterogeneidad de actores e informalidad en las interrelaciones [7], [5].
- Interdependencia entre actores [8], [9], [10], [5].
- Relaciones de gobernanza [5].
- Dinamismo y cambio de rol de los actores.
- Emergencia, coevolución y resiliencia [5].
- Colaboración y competencia.
- Innovación: modelos de negocios basados en los usuarios [5].
- Niveles de innovación superiores.
- Derrame horizontal de conocimiento [5].

3.2. El diseño de los diseñadores-emprendedores

Para planificar estrategias y contenidos específicos para la formación del diseñador emprendedor que exige el escenario postindustrial [11], es necesario conocer las principales características del andamiaje discursivo tanto del diseño industrial como del emprendedorismo.

La comprensión de estos discursos y la forma en que se integren y articulen en el plan de estudios, afectará en el modo en que los estudiantes conciban su práctica profesional, consideren el entorno y desarrollen el "espíritu emprendedor".

En palabras de Galán: "el taller de diseño es un dispositivo pedagógico a través del cual el alumno incorpora representaciones, hábitos, procedimientos y actitudes que lo caracterizan como miembro de la comunidad del diseño" [12, p. 32].

La complejidad de este desafío, radica en lo heterogéneo de dicha comunidad educativa y en la existencia de diversos modos de ejercer el diseño profesional [11].

Sin embargo, independientemente del perfil profesional con que se (de)forme al estudiante, diseñar -inevitablemente- implica un accionar emprendedor y un sentido crítico que le permita considerar diversas situaciones e integrar distintas variables. Que, si bien aparentan ser ajenas al desarrollo del producto, resultan determinantes para concretar un proyecto.

En cuanto al vínculo entre los estudiantes y los escenarios en los cuales interviene, Galán (13, p. 24), sostiene que:

Nuestro alumno ha sido sensibilizado para verse a sí mismo como autor de objetos, en escenarios previsibles, ésta es su zona de desarrollo real. No ha sido preparado para el diálogo con actores externos, no lee el contexto en su complejidad. Este estereotipo de la

profesión se gesta toda vez que los trabajos prácticos, fijan este imaginario, en el cual la realidad está ausente o ha sido mutilada, a través de ejercicios desligados de la investigación.

Complementariamente, Dorst [14, p. 13], explica la obsolescencia de las metodologías tradicionales del diseño para abordar los problemas abiertos, complejos, dinámicos e interconectados presentes en la era postindustrial:

Estos problemas abiertos, complejos, dinámicos e interconectados no encajan bien con los supuestos en que se basan nuestros métodos convencionales para solucionar problemas, porque la mayoría de nuestras estrategias convencionales se concibieron para funcionar en un "mini-mundo" jerárquicamente ordenado y sumamente estático y aislado. Cuando aparecía los problemas, podíamos aislarlos en un ámbito aparte, descomponerlos en subproblemas relativamente sencillos y analizarlos, crear subsoluciones y a continuación juntarlas para formar una solución global que satisficiera a todos los actores implicados. Si fracasaba esta estrategia de divide y solucionarás, podíamos usar la estrategia alternativa de ejercer la autoridad para "simplificar" la extensión del problema anulando alguna de las partes, e imponer una solución que satisficiera al agente más poderoso.

Por otro lado, la comunidad del diseño está altamente relacionada con la cuestión de la creatividad y originalidad de los proyectos que lleva adelante. Los diseñadores son actores clave para la innovación, y "el mundo espera nuevas cosas de los diseñadores; ésta es la naturaleza del diseño" [15, p. 127]. Sin embargo, resulta inconducente pensar estrategias pedagógicas sin un anclaje espacio-temporal que actúe como marco de referencia de las innovaciones propuestas, y que colabore a la fragmentación de la lógica lineal, determinista y progresiva que planteaba la visión Moderna del diseño [16].

Es necesario ampliar esta visión, para atender las necesidades y problemáticas que quedan excluidas de esa lógica o que son percibidas por los estudiantes como problemas de menor rango a los que requieren otros segmentos del mercado.

Este último aspecto, tiene relación con otro de los rasgos constitutivos del imaginario predominante del diseño, que está vinculado a una idea de excelencia en las prácticas que definen a los diseñadores y en los resultados finales que alcanzan.

Con frecuencia, esa idea de excelencia está desarticulada de las variables y las problemáticas que tienen lugar en escenarios reales. En palabras de Montero [17, p. 105]: "el problema moral del diseño en términos comunitarios es su propia capacidad de alcanzar la excelencia. Cuanto más excelente más perturbador es para la comunidad".

En nuestra interpretación, esta tradición inconsciente que solo sirve para alimentar el ego de diseñadores, imposibilita la resolución de problemas reales y más urgentes de toda índole, que pueden impactar significativamente en diversos sectores de nuestra sociedad.

3.3. Bases para la formación emprendedora en diseño industrial

Entendiendo la situación actual de muchos de los entramados productivos locales en Argentina [18], la potencialidad que nos ofrece el ecosistema emprendedor y la composición filosófica del diseño, nos exige planificar adecuadamente las bases formativas para el diseño emprendedor.

Este abordaje puede plantearse en tres etapas: 1. Sensibilización del espíritu emprendedor; 2. Formación de capacidades emprendedoras; y 3. Aplicación en escenarios reales.

3.3.1. Sensibilización del espíritu emprendedor

En relación a la primera etapa, el rol de la universidad es fundamental para la formación de capacidades emprendedoras y para fomentar la cultura del emprendimiento [7].

A través de procesos de sensibilización, que no se limiten a brindar herramientas específicas para la conformación de una nueva empresa o la apertura de un nuevo negocio, sino que colaboren a fomentar la vocación emprendedora en los estudiantes en un sentido más amplio [19].

Este enfoque, busca formar profesionales para actuar en diversas áreas del conocimiento y a nuestro entender, tiene concordancia con diversas manifestaciones profesionales que experimenta actualmente el diseño industrial [20].

La importancia de potenciar el espíritu emprendedor, encuentra su justificación en la teoría de la conducta planificada (TCP). Ajzen [21], afirma que las creencias, actitudes e intenciones preceden al comportamiento, por lo cual el deseo de emprender estará determinado por múltiples variables.

Por un lado, 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" [22, p. 109]. Esta visión coincide con la de Pallares y otros [23], cuando afirman que la formación emprendedora está vinculada con lo que el estudiante vive como "mi plan estratégico personal" [23, p. 34], y agregan que "la primera empresa que debemos diseñar es la propia vida" [23, p. 40].

Por otro lado, McIntyre y Roche [24, p. 33] entienden a la intención emprendedora como: "el proceso de proveer a los individuos con 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".

3.3.2. Formación de capacidades emprendedoras

En cuanto a esta segunda etapa, a nuestro entender, una propuesta formativa deberá identificar cuáles son las capacidades y actitudes que conforman el accionar emprendedor y de qué manera se relaciona con la filosofía del diseño esbozada anteriormente.

Entre las diversas capacidades y rasgos que definen a un emprendedor, encontramos con frecuencia: resolver problemas, innovación, creatividad, independencia, autoconfianza, habilidades comunicacionales, gestión integrada de incertidumbre [25], [26]; flexibilidad, tolerancia a la frustración, liderazgo y decisión, asumir responsabilidades, cooperar, trabajar en red, administrar riesgo, autoaprender, ser proactivo, tener iniciativa [25], [27], [28]; autoeficacia [29]; percepción de viabilidad y conveniencia neta [30]; además de la influencia familiar [31].

Si bien hasta este punto, las capacidades y rasgos distintivos son comunes para el emprendedor en general, al abordar la perspectiva del diseñador emprendedor encontramos algunas fortalezas y debilidades, consecuencia de los trayectos formativos tradicionales.

La formación en diseño industrial, por lo general resulta en fortalezas, tales como: la capacidad de crear nuevas soluciones a un problema dado, la visión integral del proyecto, el dominio del proceso de diseño y desarrollo de productos, el reconocimiento de diversos

materiales y tecnologías de producción existentes, la optimización del diseño económico, morfológico y estructural considerando la tecnología, el dominio de aspectos simbólicos y morfológicos de los productos, y la facilidad de comunicarse gráficamente en 2 y 3 dimensiones.

Por otro lado, en cuanto a las debilidades de la formación en diseño, encontramos: la búsqueda obsesiva por la excelencia del diseño, la búsqueda desmesurada por la aprobación de sus pares (diseñar para el diseño), la descalificación de desafíos de diseño vinculados a segmentos desatendidos por la industrial, la predilección por las alianzas endogámicas, la vanidad, la obstinación y pérdida de la objetividad en la idea propia.

3.3.3. Emprender desde el diseño en escenarios reales

En base a lo expuesto, el diseñador industrial que busque emprender deberá planificar en tres dimensiones básicas:

- a. La capacidad técnica sobre la actividad en la que emprende.
- b. Los recursos (propios o ajenos) que utilizará.
- c. El nivel de riesgo derivado del contexto o ecosistema [32].

Dicho de otro modo, se debe dar respuesta a: ¿qué?, ¿cómo? y ¿dónde? se va a emprender.

En cuanto a la capacidad técnica sobre lo que se va a emprender (¿qué?), cada diseñador explorará en base a sus intereses el sector o los sectores industriales correspondientes, a fin de reconocer su dinámica interna particular, buscando el modo de problematizar situaciones y detectando oportunidades de intervención emprendedora desde el diseño industrial.

En este acercamiento, será clave fomentar la observación sensible del entorno y el armado de modelos de negocios y esquemas de viabilidad de los proyectos de futuros emprendimientos, como así también el planteo de "marcos de referencia" para alcanzar una innovación metodológica [14].

Sobre los recursos necesarios para emprender (¿cómo?), los profesionales del diseño deberán dominar una visión amplia que les permita concebir y diferenciar los recursos en cuanto a su tipología y dimensiones para poder evaluarlas en el contexto del ecosistema emprendedor.

Adicionalmente, la evaluación de los recursos y la consideración del mapa de actores correspondiente, nos permite descubrir "...actores significativos causantes de oportunidades que no habíamos previsto anteriormente" [14, p. 81].

En este marco, la gestión del diseño y el pensamiento estratégico, integran múltiples herramientas vinculadas que según Leiro: "le permite[n] al diseñador navegar por la red, detectar conexiones, los signos y los rituales, dialogar con los actores humanos y artificiales, así como negociar con las entidades privadas, públicas, políticas y comunitarias" [33, p. 25].

Finalmente, en cuanto al nivel de riesgo que proviene del contexto (¿dónde?), los diseñadores emprendedores tendrán que el deber de estar informado periódicamente sobre los índices básicos y evolución de la economía, el rumbo general de la política, las políticas públicas e industriales y toda norma (nacional o subnacional) que pueda involucrar directa o indirectamente a las acciones a emprender o a cualquiera de los insumos básicos involucrados. Todas estas acciones tendientes a reconocer el contexto e

identificar sus dinámicas, indefectiblemente deberán situarse tanto en el ecosistema emprendedor elegido como en el sector industrial correspondiente.

3.4. Inclusión de la dimensión emprendedora y el objetivo territorial

Incluir al emprendedorismo en la formación de los diseñadores industriales no es una tarea que debe desatenderse, máxime cuando el formato clásico -de agregar una nueva asignatura a los planes de estudio- no ha conseguido los resultados esperados. A ello, se le adiciona complejidad, con el objetivo profesional-territorial que los estudiantes pueden estar considerando en cuanto a su futuro laboral en los lugares de vida o territorios, sean éstos los de origen, o fruto de nuevos desafíos o proyecciones [34].

Para este enfoque, recuperamos la idea de Galán, en cuanto que el taller de diseño industrial es el espacio donde el alumno incorpora todo lo necesario para ser un profesional del diseño [12]; y además la concepción del lugar de vida de Sforzi, entendida como: "porción de territorio definida y circunscrita, donde vive un grupo humano, donde se ubican las actividades económicas con las que sus habitantes se ganan la vida y donde se establecen las mayorías de las relaciones sociales cotidianas" [35, p. 35].

Este marco conceptual, nos permite sostener que la inclusión de la dimensión emprendedora debe estar incluida en las prácticas de los talleres, donde puede integrarse de un modo natural y a partir del reconocimiento de los recursos del territorio meta, detectando sus características y sobre todo reconociendo las necesidades que requieren una problematización, como un modo de buscar y encontrar respuestas innovadoras en la esfera conceptual y material del diseño industrial.

En trabajos anteriores, hemos visto cómo se consigue un mayor éxito relativo en los emprendimientos generados en el lugar de origen del diseñador, que es el territorio que mas conoce y en dónde -a partir de lazos de confianza- puede (re)construir y fortalecer de mejor manera su red de actores y cooperantes clave para todos sus proyectos [34], [36], [37].

1 CONCLUSIONES

El artículo destaca la transformación necesaria en el diseño industrial hacia un enfoque que integre habilidades emprendedoras, ante un entorno cambiante que exige a los diseñadores no solo ser creativos, sino también adaptables y proactivos en la identificación de oportunidades de mercado. Este cambio de paradigma responde a la evolución del ecosistema productivo, donde las pequeñas industrias y *startups* son fundamentales para la innovación y la sostenibilidad.

Para preparar a los diseñadores industriales en este nuevo contexto, es crucial una revisión de las metodologías educativas tradicionales. Se propone una formación que, además de los aspectos técnicos del diseño, incorpore competencias relacionadas con el emprendimiento, como la gestión de recursos, el análisis de tendencias y la capacidad de innovación continua. Este enfoque permitirá a los diseñadores no solo crear productos, sino también desarrollar modelos de negocio viables que respondan a las necesidades emergentes de los consumidores.

El análisis del ecosistema emprendedor en Argentina revela la importancia de fortalecer la colaboración y las sinergias entre diversos actores del territorio. Esto no solo optimizará los recursos disponibles, sino que también potenciará la capacidad de innovación de las pequeñas y medianas empresas. La formación de diseñadores con un

espíritu emprendedor contribuirá significativamente al crecimiento económico y a la generación de empleo, alineando las prácticas del diseño con las demandas actuales del mercado.

El modo de inclusión de la dimensión emprendedora en la formación de los diseñadores industriales será también una de las claves, a la hora de conseguir el mayor efecto. Que las prácticas y procedimientos de diseño involucren la mirada constante del territorio y desde allí programen y proyecten, ayudará a crear hábitos que con el tiempo se transformarán en actitudes, que serán las del emprendedor basado en diseño.

En conclusión, el futuro del diseño industrial dependerá de la integración de un enfoque emprendedor en su formación y práctica. Este cambio no solo expandirá el ámbito de acción de los diseñadores, sino que también fomentará un ecosistema más dinámico y resiliente, capaz de afrontar los desafíos del capitalismo postindustrial y de contribuir a un desarrollo económico más sostenible y equitativo.

REFERENCIAS

- [1] Bonsiepe, G. (2013, Mayo). *Modelos pedagógicos para o ensino de Design: Proposições para a século XXI* [Video]. Conferencia FAU-USP. <https://vimeo.com/85712871>
- [2] Alburquerque, F. (2004). *El enfoque del desarrollo económico local* (Vol. 1, pp. 2-84). OIT.
- [3] Lavandera, M., & Seibel, E. (2019). El desarrollo territorial a través de la interacción de los actores del ecosistema emprendedor, promoviendo el emprendimiento y la innovación. In E. Herruzo-Gómez, B. R. Hernández-Sánchez, G. M. Cardella, & J. C. Sánchez-García (Eds.), *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos* (pp. 327-332). Dykinson.
- [4] Carballo, I. E., Belloni, M. C., López Amorós, M., & Fracchia, E. L. (2017). Emprendedorismo y políticas públicas. Una introducción a la literatura. *Perspectivas de Políticas Públicas*, 7(13), 37-88. <https://doi.org/10.18294/rppp.2017.1671>
- [5] Thomas, L. D. W., & E. Autio (2019). Innovation ecosystems. In R. Aldag (Ed.), *Oxford Research Encyclopedias of Business and Management*. Oxford University Press.
- [6] Del Giorgio Solfa, F., & D'Amico, E. (2019). Complejidad y obstáculos del ecosistema emprendedor argentino: El lado B de un sueño emprendedor. Paper presented at the *Proceeding of XIII Jornadas de Sociología: Las cuestiones de la Sociología y la Sociología en cuestión*, University of Buenos Aires. <http://hdl.handle.net/10915/94494>
- [7] Mason, C., & Brown, R. (2014). *Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship*. OECD. <http://www.oecd.org/cfe/leed/Entrepreneurial-ecosystems.pdf>
- [8] Cohen, B., Smith, B., & Mitchell, R. (2008). Toward a sustainable conceptualization of dependent variables in entrepreneurship research. *Business Strategy and the Environment*, 17(2), 107-119.
- [9] Isenberg, D. (2011, May 11). *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship*. [Paper Presentation]. Institute of International and European Affairs, Dublin, Ireland.
- [10] Stam, F. C., & Spigel, B. (2016). *Entrepreneurial ecosystems. USE Discussion paper series*, 16(13). https://www.uu.nl/sites/default/files/rebo_use_dp_2016_1613.pdf
- [11] Campi, I. (2020). *¿Qué es el diseño?*. G. Gili.
- [12] Rondina, A., & Becerra, P. (2008). *Diseño en proceso*. MALBA-Fundación Costantini.
- [13] Galán, B. (2008). Diseño y complejidad. *Revista Huellas, Búsquedas en Artes y Diseño*, (6), 22-39.
- [14] Dorst, K. (2017). *Innovación y metodología: nuevas formas de pensar y diseñar*. Experimenta.

- [15] Margolin, V. (2005). *La política de lo artificial: ensayos sobre diseño*. Designo.
- [16] Hui, Y. (2020). *Fragmentar el futuro: Ensayos sobre tecnodiversidad*. Caja Negra.
- [17] Montero, L. (2020). *El diseño de nosotros mismos: una lectura filosófica del diseño*. Experimenta.
- [18] Kantis, H., Gonzalo, M., Federico, J., & Garcia, S. I. (2020). Entrepreneurial ecosystems meet innovation systems: Building bridges from Latin America to the Global South. In A. Tsvetkova, J. Schmutzler & R. Pugh (Eds.), *Entrepreneurial Ecosystems Meet Innovation Systems* (pp. 41-60). Edward Elgar.
- [19] Li, Z., & Liu, Y. (2011). Entrepreneurship education and employment performance: An empirical study in Chinese university. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 3(3), 195-203. <https://doi.org/10.1108/17561391111166975>
- [20] Sohstein, C. V. (2005). *Inteligência empreendedora: o que você precisa saber para cuidar bem da sua empresa: especial para empresários de micro e pequenas empresas*. Qualitymark.
- [21] Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- [22] Fayolle, A. (2017). *Entrepreneuriat théories et pratiques: Applications pour apprendre à entreprendre*. Hachette.
- [23] Pallares, Z., Romero, D., & Herrera, M. (2005). *Hacer una empresa: un reto*. Nueva empresa.
- [24] McIntyre, J., & Roche, M. (1999). *University education for entrepreneurs in the United States: A critical and retrospective analysis of trends in the 1990s*. Georgia Institute of Technology.
- [25] Hull, D. L., Bosley, J. J. & Udell, G. G. (1980). Renewing the Hunt for the Heffalump: Identifying Potential Entrepreneurs by Personality Characteristics. *Journal of Small Business Management*, 18, 11-18.
- [26] Waisburd, J. G. (2009). Pensamiento creativo e innovación. *Revista Digital Universitaria*, 10(12), 1-9. <https://www.revista.unam.mx/vol.10/num12/art87/art87.pdf>
- [27] Fawson, C., Simmons, R., & Yonk, R. (2015). Curricular and programmatic innovation at the intersection of business ethics and entrepreneurship. In S. Hoskinson, & D. Kuratko (Eds.), *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth* (pp. 199-130). Emerald. <https://doi.org/10.1108/S1048-473620150000025006>
- [28] Sanchez i Peris, F. J., & Ros Ros, C. (2014). Development of entrepreneurial competence through practicum in pedagogy degree. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 139, 116-122.
- [29] Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>
- [30] Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1) 42-57. <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
- [31] Drennan, J., Kennedy, J., & Renfrow, P. (2005). Impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6(4), 231-238. <https://doi.org/10.5367/000000005775179801>
- [32] Observatorio Pyme (2018). Informe Especial: Natalidad Empresarial y Desarrollo Productivo. <https://www.observatoriopyme.org.ar/project/natalidad-empresarial-y-desarrollo-productivo/>
- [33] Leiro, R. (2006). *Diseño: estrategia y gestión*. Infinito.
- [34] Del Giorgio Solfa, F. (2015). Juventud, cohesión social e innovación para el desarrollo local argentino: un análisis oportuno de la experiencia italiana en la Región Emilia-Romagna.

Revista de Estudios Políticos y Estratégicos, 3(2), 36-49.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7559029>

- [35] Sforzi, F. (2007). Del distrito industrial al desarrollo local. En R. Rosales Ortega (Ed.), *Desarrollo local: Teoría y prácticas socioterritoriales* (pp. 27-50). Miguel Ángel Porrúa.
- [36] Sierra, M. S. (2018). *Horizontes disciplinares del Diseño Industrial: Trayectorias laborales de profesionales egresados de la Universidad Nacional de La Plata (2001-2017)* [Tesis doctoral]. Universidad Nacional de La Plata. <https://doi.org/10.35537/10915/68930>
- [37] D'Amico, E. (2024). *Diseño industrial y cultura discursiva: iniciativas emprendedoras de egresados/as de la Universidad Nacional de La Plata en el ecosistema bonaerense (2009-2019)* [Tesis doctoral]. Universidad Nacional de La Plata.