

# NAVEGAR CON VIENTO PROPIO

Guía esencial para  
diseñadores emprendedores

JOAQUÍN TRINIDAD IDUARTE URBIETA  
MARÍA TRINIDAD CONTRERAS GONZÁLEZ



Universidad Autónoma  
del Estado de México



Doctora en Ciencias Sociales  
**Martha Patricia Zarza Delgado**  
*Rectora de la Universidad Autónoma  
del Estado de México*

Doctora en Ciencias Computacionales  
**Arianna Becerril García**  
*Secretaria de Ciencia*

Doctor en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales  
**Francisco Herrera Tapia**  
*Secretario Académico*

Doctora en Estudios Latinoamericanos  
**Cynthia Ortega Salgado**  
*Secretaria de Identidad y Cultura*

Doctor en Ciencias Sociales  
**Jorge Alejandro Vásquez Caicedo**  
*Secretario de Gobernanza Universitaria*

Doctora en Farmacia y Tecnología Farmacéutica  
**Mariana Ortiz Reynoso**  
*Secretaria de Vinculación, Extensión y Promoción de la  
Empleabilidad*

Maestra en Administración  
**Miriam Liliana Padilla Mora**  
*Secretaria de Gestión y Administración Universitaria*

Maestra en Hacienda Pública  
**Miriam Sierra López**  
*Secretaria de Finanzas*

Doctora en Humanidades  
**María de las Mercedes Portilla Luja**  
*Secretaria de Desarrollo y Fortalecimiento Institucional*

Doctora en Ciencias con Énfasis en Educación  
**Miriam Sánchez Angeles**  
*Secretaria de Igualdad Sustantiva y Cuidados*

Doctor en Ciencias e Ingeniería de Materiales  
**José Guadalupe Miranda Hernández**  
*Secretario de Centros Universitarios y  
Unidades Académicas*

Maestrante en Derecho  
**Evangelina Sales Sánchez**  
*Consejera Jurídica Universitaria*

Doctora en Diseño  
**María Fernanda Valdés Figueroa**  
*Comunicación Social Universitaria*

Doctor en Políticas Públicas  
**Bernardo Jorge Almaraz Calderón**  
*Jefe de la Oficina de Rectoría*

NAVEGAR CON VIENTO PROPIO  
Guía esencial para diseñadores emprendedores

DIRECCIÓN DE PUBLICACIONES UNIVERSITARIAS  
*Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México*

Doctora en Ciencias Sociales  
**Martha Patricia Zarza Delgado**  
*Rectora*

Doctora en Estudios Latinoamericanos  
**Cynthia Ortega Salgado**  
*Secretaria de Identidad y Cultura*

Doctor en Administración  
**Jorge Eduardo Robles Alvarez**  
*Director de Publicaciones Universitarias*

# NAVEGAR CON VIENTO PROPIO

## Guía esencial para diseñadores emprendedores

JOAQUÍN TRINIDAD IDUARTE URBIETA  
MARÍA TRINIDAD CONTRERAS GONZÁLEZ



**Universidad Autónoma del Estado de México**

*“2025, 195 años de la apertura del Instituto Literario en la ciudad de Toluca”*

Este libro fue positivamente dictaminado con el aval de dos revisores externos, conforme al Reglamento de la Función Editorial de la UAEMEX, y fue sometido a un proceso de identificación de duplicidad de la información mediante un *software* especializado.

Primera edición, octubre 2025

NAVEGAR CON VIENTO PROPIO  
Guía esencial para diseñadores emprendedores  
Joaquín Trinidad Iduarte Urbieto  
María Trinidad Contreras González

Universidad Autónoma del Estado de México  
Av. Instituto Literario 100 Ote., Col. Centro  
Toluca, Estado de México  
C.P. 50000  
Tel: 722 481 1800  
<http://www.uaemex.mx>

Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (Reniecyt): 1800233



Esta obra está sujeta a una licencia *Creative Commons* Atribución-No Comercial-Sin Derivadas 4.0 Internacional. Los usuarios pueden descargar esta publicación y compartirla con otros, pero no están autorizados a modificar su contenido de ninguna manera ni a utilizarlo para fines comerciales. Disponible para su descarga en acceso abierto en: <http://ri.uaemex.mx>

ISBN: 978-968-9718-15-4

Hecho en México

El contenido de esta publicación es responsabilidad de las personas autoras.

Director del equipo editorial: Jorge Eduardo Robles Alvarez  
Coordinación editorial: Ixchel Díaz Porras  
Coordinación de diseño: Luis Alberto Maldonado Barraza  
Corrección de estilo: Noel Isaac Jarquín Alemán  
Diseño y formación: Mayra Flores Mercado  
Diseño de portada: Sara Valeria Gómez Hernández



# CONTENIDO

Objetivo	9
Antecedentes	11
Diseñadores entrevistados	13
I. Fundamentos para la formación de los diseñadores emprendedores	15
Tema 1: Conocimiento del diseño	17
Tema 2. Formación de redes	19
Tema 3. <i>Visión glocal</i>	26
Tema 4. <i>Visión de la realidad</i>	27
Tema 5. Investigación para el diseño	30
Tema 6. Emprendimiento y gestión de proyectos	32
Tema 7. Espacios de aprendizaje	36
Tema 8. Tecnología, construcción y manufactura	38
II. Trayectorias de diseñadores	41

III. Esquema de acción, competencias y habilidades de los diseñadores emprendedores	59
Fuentes de consulta	71

# Objetivo



Este libro está dirigido a quienes desean comprender los aspectos fundamentales que rigen la práctica profesional de los diseñadores industriales independientes, desde su etapa de formación hasta el desarrollo y la consolidación de sus emprendimientos.

Con el fin de facilitar su comprensión, el contenido del libro se organiza en tres apartados principales:

- I. Fundamentos para la formación de los diseñadores emprendedores:** se abordan los conocimientos, habilidades y competencias esenciales para quienes buscan desarrollar una práctica profesional autónoma, estratégica e innovadora en el ámbito del diseño.
- II. Trayectorias profesionales en diseño:** se presentan casos y experiencias de diseñadores independientes, destacando los factores determinantes que influyeron en su formación, decisiones profesionales y posterior evolución.
- III. Estrategias y competencias para el ejercicio profesional en México:** se muestra el esquema de acción de algunos diseñadores independientes en México, así como las competencias y habilidades más relevantes para su ejercicio profesional.

#### ANTECEDENTES

El contenido de este libro se sustenta en una serie de entrevistas realizadas a cinco diseñadores industriales independientes que, además de dirigir sus propios estudios de diseño, han desarrollado marcas propias con productos de su autoría.

Estas cinco entrevistas forman parte de un estudio más amplio, en el que se conversó con un total de 20 diseñadores industriales mexicanos que ejercen

en distintos ámbitos profesionales: la academia, la industria, la consultoría y el emprendimiento. Con el objetivo de obtener una visión integral del desarrollo profesional en el campo del diseño industrial, la selección de los participantes se realizó con base en distintas cohortes generacionales, considerando egresados de diversas universidades mexicanas —UNAM, UAM, UAEMEX, IBERO, ANÁHUAC, ITESM y UDEM— desde las décadas de 1970, 1980 y 1990, hasta los años posteriores al 2000.

A lo largo de la investigación, el perfil del diseñador emprendedor captó particularmente nuestra atención por tratarse de actores que asumen el riesgo de establecer talleres, despachos o estudios propios, así como de fabricar productos de diseño original y lanzar sus propias marcas de diseño. Esta práctica exige una alta capacidad emprendedora, visión estratégica, conocimiento del mercado, talento creativo y una base sólida de recursos, los cuales les permiten gestionar múltiples dimensiones: desde la conceptualización y desarrollo de productos, pasando por los procesos de fabricación, hasta la comercialización y la gestión de relaciones con clientes.

En México, una proporción significativa del ejercicio profesional del diseño industrial se encuentra estrechamente vinculada al surgimiento y consolidación de pequeñas empresas de diseño. Por ello, este libro se enfoca específicamente en el ejercicio independiente del diseño industrial en el país, a partir del análisis profundo de las entrevistas realizadas a los cinco diseñadores mencionados.

Estas entrevistas exploraron a profundidad sus antecedentes familiares, trayectorias formativas y desarrollo profesional con el propósito de identificar y comprender los elementos clave que han otorgado solidez y sustento a su práctica profesional. Asimismo, se indagó en las estrategias, dinámicas y decisiones que han puesto en marcha para consolidar sus proyectos. Igualmente, se analizaron los distintos recursos y capitales —sociales, culturales y económicos— que han movilizado, así como las lógicas de acción y adaptación que les han permitido posicionarse y operar con éxito como emprendedores del diseño, tanto en el ámbito nacional como en escenarios internacionales.

Como complemento metodológico, se realizó también una investigación documental en fuentes digitales —incluyendo sitios web, blogs especializados y redes sociales profesionales—, así como una revisión bibliográfica de libros y revistas del campo del diseño. Esto permitió ampliar y contextualizar la información relativa a

cada uno de los diseñadores entrevistados y enriquecer el análisis de los temas clave que emergieron durante el trabajo de campo.

A partir de este conjunto de datos y fuentes, se estructura la información que da forma a los apartados de este libro.

## DISEÑADORES ENTREVISTADOS

A continuación, se presentan los perfiles de los diseñadores entrevistados, seleccionados por ser representativos de la diversidad y el alcance del ejercicio profesional desde el esquema emprendedor en México. Para preservar la confidencialidad de los participantes, se les ha asignado denominaciones específicas, reflejando los aspectos clave que han definido y fortalecido sus trayectorias profesionales. Estos nombres buscan destacar las cualidades y estrategias que han permitido a cada uno de ellos consolidarse en el campo del diseño, ofreciendo así una visión enriquecedora sobre las múltiples formas de éxito en la disciplina cuando se trabaja de forma independiente.

1. **Diseñador Autogestor:** profesional con la capacidad de dirigir su propio aprendizaje y tomar decisiones estratégicas que optimicen su crecimiento y desarrollo, asegurando la consecución de sus objetivos de manera efectiva.
2. **Diseñador Hacedor, Fabricante y Emprendedor:** dotado de una mentalidad proactiva y resolutiva. Este diseñador posee la habilidad de materializar sus ideas y gestionar sus proyectos de emprendimiento de manera autónoma, utilizando eficientemente los recursos a su alcance.
3. **Diseñador con Cultura de Trabajo, Capital Social y Apoyo Familiar e Institucional:** profesional que sabe aprovechar su red de contactos, instituciones y recursos disponibles para fortalecer su crecimiento en el ámbito del diseño independiente, potenciando oportunidades y consolidando su trayectoria.
4. **Diseñador con Hábito Empresarial y Cultura de Trabajo:** con conocimientos y experiencia en gestión y prácticas empresariales, capaz

de integrar estrategias de negocio en su ejercicio profesional para generar propuestas sostenibles y competitivas.

5. **Diseñador Junior:** profesional en formación con experiencia en el desarrollo de diversos proyectos de diseño, en constante aprendizaje y evolución dentro del campo profesional.

# **I. Fundamentos para la formación de los diseñadores emprendedores**



Este apartado desglosa los temas fundamentales para el éxito en el diseño emprendedor: desde el conocimiento del diseño y la conformación de redes hasta la visión *glocal*, la capacidad de investigación y la gestión empresarial. Asimismo, explora el papel de la tecnología, los espacios de aprendizaje y la adaptación a la realidad profesional.

Imagen 1. Recursos y conocimientos básicos en la formación de los diseñadores.



Fuente: Autores

## TEMA I: CONOCIMIENTO DEL DISEÑO

Para formarse como profesional del diseño industrial, la enseñanza en esta disciplina pone énfasis en la resolución de problemas, el aprendizaje práctico y la colaboración

interdisciplinaria (Hatunoglu y Kaygan, 2024). Asimismo, fomenta la adquisición de conocimientos, habilidades y competencias que permitan transformar elementos, observaciones y datos dispersos en narrativas coherentes y creativas, materializadas en propuestas visuales, objetuales, espaciales o experienciales.

Se busca, además, que el estudiante tome conciencia de que este proceso trasciende el mero dominio de herramientas o software especializado, pues requiere una comprensión profunda de los principios fundamentales del diseño, de la psicología cognitiva y emocional, así como del impacto que la comunicación visual, objetual y artefactual ejerce sobre la percepción y la interacción humanas.

En este proceso, el diseñador en formación debe desarrollar un pensamiento estratégico y sistémico, integrando empatía, creatividad, estética, funcionalidad, usabilidad y deseabilidad para otorgar significado y valor a sus creaciones. Esto implica el estudio y análisis de los contextos culturales, sociales y económicos en los que se desarrollan las interacciones humanas, así como la identificación de tendencias, comportamientos, transformaciones tecnológicas, sociopolíticas y socioeconómicas. Habilidades que le permiten visualizar escenarios y proponer soluciones funcionales, accesibles, pertinentes, innovadoras, significativas y sostenibles.

Además de lo anterior, la interdisciplinariedad es clave para ampliar el impacto y la relevancia de diseño. Colaborar con expertos de disciplinas como ingeniería, antropología, psicología, tecnología, mercadotecnia o negocios enriquece el proceso creativo y permite abordar los problemas desde múltiples perspectivas. Esta sinergia facilita la creación de soluciones innovadoras que respondan a necesidades reales, generando un impacto positivo en las personas y sus entornos.

En este contexto, el diseñador actúa como un mediador entre la creatividad y la funcionalidad, entre la tradición y la innovación, entre la cultura y la tecnología. Su labor no se limita a la materialización de ideas, sino que busca generar soluciones y experiencias que dialoguen con las expectativas y necesidades de las personas, sus dinámicas sociales y económicas, así como con las prácticas y valores culturales del entorno.

La formación de los diseñadores es un proceso continuo que requiere de la integración de la teoría y la práctica en el desarrollo de proyectos reales; esto es, combinar la exploración, la experimentación, la reflexión crítica, la colaboración y la retroalimentación interdisciplinaria con el uso de tecnologías emergentes y metodologías centradas en el ser humano, con el objetivo de fortalecer la capacidad del diseñador para innovar y responder a los desafíos del presente y del futuro.

Imagen 2. conocimientos básicos en el área del diseño.



Fuente: Autores

## TEMA 2. FORMACIÓN DE REDES

La construcción de redes y el trabajo colaborativo constituyen habilidades esenciales para el ejercicio independiente del diseño industrial, ya que a través de estos procesos, los diseñadores interactúan, se comunican, comparten información y establecen relaciones profesionales y comunidades en torno a intereses comunes. Este énfasis en la colaboración refleja la comprensión de que los retos contemporáneos del diseño son complejos y multifacéticos, y requieren la integración de conocimientos provenientes de diversas disciplinas. La práctica interdisciplinaria fortalece una cultura de trabajo en equipo, estimula la innovación y favorece un enfoque holístico para la resolución de problemas, tanto en el ámbito profesional como en la formación académica del diseño industrial (Hatunoglu y Kaygan, 2024).

Esta capacidad de formación y utilización de sistemas de colaboración y lazos de asociación es esencial para potenciar e incrementar la movilidad de los recursos y capitales de los individuos que colaboran en dichas redes. Por medio de ellas, se

acceden a colaboraciones y asociaciones productivas, oportunidades de empleos y de nuevos proyectos, así como información útil e importante. Cabe mencionar que la integración de estas redes requiere de la generación de intereses comunes, empatías, coincidencias y un sentido recíproco de confianza, equidad, buena comunicación y una actitud positiva entre sus miembros. Como comenta Ariel<sup>1</sup>: “cuando colaboras y haces las cosas en buena onda, se vuelven empáticas y contagiosas. Ese motor, esa energía, esa vitamina, es algo que los diseñadores debemos aprender a utilizar”.

En estas redes colaborativas, los diseñadores interactúan con muchos otros actores: artistas, ingenieros, arquitectos, otros diseñadores, mercadólogos, administradores, técnicos, artesanos, etc. De acuerdo con Ibarra y Hunter (2007), estas redes colaborativas se dividen en tres tipos: operacionales, personales y estratégicas.

Imagen 3. Tipos de redes colaborativas.



Fuente: Autores, basado en Ibarra y Hunter (2007)

De estos tres tipos, las **redes operacionales** ayudan a realizar el trabajo cotidiano por medio de la colaboración y coordinación de personas con experiencia, conocimiento y recursos. Generalmente, este tipo de redes requiere del establecimiento de relaciones

<sup>1</sup> Ariel, diseñador industrial independiente entrevistado durante el estudio.

fuertes, donde la confianza, la empatía, el conocimiento personal y la reciprocidad son fundamentales. Usualmente, está integrada por socios, colaboradores, colegas, gestores, proveedores, distribuidores y clientes.

Imagen 4. Redes operacionales y áreas que soportan.



Fuente: Autores, basado en Ibarra y Hunter (2007)

Por otra parte, las **redes personales** ayudan a los emprendedores y sus emprendimientos en sus procesos de aprendizaje, progreso y mejoría. Estas redes pretenden ser mutuamente beneficiosas, por lo que requieren de que sus integrantes vayan nutriendo sus relaciones y conexiones constantemente. Regularmente, las redes personales son conformadas por mentores, entrenadores, colegas, asociaciones, agrupaciones y comunidades profesionales, así como amigos y conocidos.

En el caso de los diseñadores emprendedores, podemos resaltar que han ido construyendo comunidades de pares, que colaborativamente, comparten información, experiencias e ideas con el objetivo de aprender y mejorar sus habilidades, así como de resolver problemas o encontrar nuevas oportunidades. De acuerdo con Instructional Design Australia (consultado en marzo de 2025), el aprendizaje entre pares ofrece diversas ventajas, entre las cuales se encuentran el aprendizaje más ágil, la adquisición

de nuevas perspectivas, la construcción de redes de contacto, la creación de circuitos de retroalimentación, la mejora en las habilidades de comunicación y el fortalecimiento de la camaradería. Para lograr esto, la confianza, equidad y reciprocidad, así como los lazos de amistad, son muy importantes.

De acuerdo con Mentessa (2024), el aprendizaje entre pares se fundamenta en aprovechar las capacidades y perspectivas diversas de los individuos, lo que permite abordar temas complejos con mayor facilidad. Este tipo de interacción crea una comunidad de apoyo y aprendizaje, donde el intercambio de conocimientos promueve una cultura de mejora continua, y la retroalimentación se recibe de manera constructiva, impulsando así el crecimiento personal de quienes participan.

Asimismo, el aprendizaje entre iguales fortalece habilidades sociales como el liderazgo, la colaboración y la gestión de conflictos, todas ellas esenciales para una mejor cooperación en entornos profesionales. A medida que la tecnología avanza y amplía la conexión entre individuos a nivel mundial, las redes de aprendizaje entre pares adquieren un carácter cada vez más internacional, ofreciendo oportunidades para que personas de diferentes contextos participen en procesos colaborativos y compartan conocimientos en una escala global (Mentessa, 2024).

Imagen 5. Redes personales y áreas a las que apoyan.



Fuente: Autores, basado en Ibarra y Hunter (2007)

Finalmente, **las redes estratégicas** son las que potencian el logro de objetivos clave del emprendimiento, reuniendo y aprovechando: relaciones, conexiones, contactos y recursos decisivos, así como experiencia, fuentes de información y tecnologías. En este tipo de red se incluyen líderes, creadores, desarrolladores, expertos, especialistas, estrategas, patrocinadores, fondeadores, así como también sistemas y plataformas.

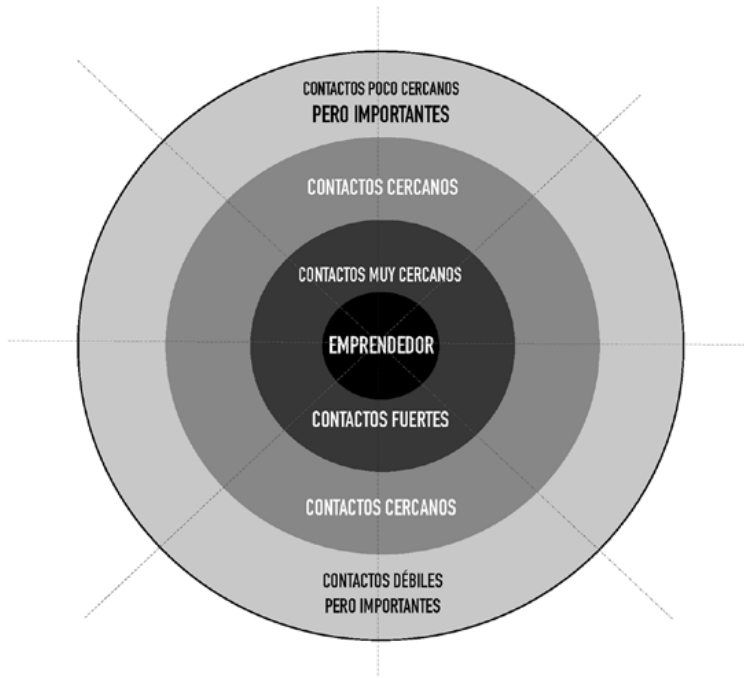
Imagen 6. Redes estratégicas y áreas que fortalecen.



Fuente: Autores, basado en Ibarra y Hunter (2007)

Cabe mencionar que la ampliación y consolidación de estas redes operacionales, personales y estratégicas se convierten en recursos móviles que tienen el potencial de fortalecer, empoderar y transformar cualquier trayectoria profesional independiente. En este sentido, es importante considerar que estas redes no solo son conformadas por contactos directos, fuertes o cercanos —los cuales requieren de desarrollo de confianza, intereses comunes, etc.— sino también por los llamados contactos débiles o informales (Granovetter, 1973) que, aunque no sean personas cercanas en lo cotidiano, pueden intercambiar información nueva y/o diferente que tiene el potencial de convertirse en una oportunidad de mejora en algún ámbito.

**Imagen 7. Contactos fuertes-directos y contactos débiles o poco cercanos pero importantes.**



Fuente: Autores, basado en Granovetter (1973)

En resumen, el valor de generar redes colaborativas para los diseñadores emprendedores radica en su capacidad para fortalecer el desarrollo y la co-creación de proyectos, optimizar los procesos creativos e innovadores, y facilitar la resolución de problemas y necesidades concretas. Estas redes también permiten ampliar conocimientos, habilidades y competencias tanto personales como profesionales, además de potenciar estratégicamente los recursos y capitales disponibles, contribuyendo así al crecimiento orgánico, sólido y sostenible de sus emprendimientos.

También es fundamental señalar que, para establecer un trabajo colaborativo en red, es imprescindible desarrollar habilidades interpersonales y sociales, comúnmente denominadas habilidades blandas (Maya y Serrano, 2016). Entre ellas se incluyen la comunicación asertiva, el trabajo en equipo, la resolución de problemas y conflictos, la gestión del tiempo, la capacidad de adaptación y flexibilidad, la inteligencia

emocional, el liderazgo, la persuasión, el pensamiento estratégico, la empatía y una actitud positiva. Estas competencias son esenciales para interactuar, tanto de manera presencial como virtual, con diversos actores: profesionales, técnicos, artesanos, expertos, mentores, asesores, socios, colaboradores, proveedores, distribuidores, clientes, gestores, promotores, financiadores e inversionistas, así como con colectivos, comunidades, asociaciones y organizaciones.

Complementar las interacciones físicas con las virtuales es fundamental, ya que la interacción presencial facilita el intercambio de conocimientos tácitos, es decir, aquellos saberes que se transmiten de forma implícita o a través de la experiencia (Polanyi, 1966). Por su parte, la interacción virtual brinda un entorno flexible y dinámico, donde numerosos participantes pueden colaborar, comunicarse, compartir información, aprender, organizarse y construir comunidades en torno a intereses comunes.

Imagen 8. Integración y formación de redes para diseñadores.



Fuente: Autoría propia.

### TEMA 3. VISIÓN *GLOCAL*

El conocimiento del medio local y global es de gran importancia para los diseñadores, ya que les permite desarrollar estrategias efectivas para la creación de productos y proyectos adaptados a ambos contextos. Este entendimiento facilita la identificación de oportunidades, la optimización de recursos y la incorporación de tendencias emergentes que enriquecen el proceso creativo y productivo.

El concepto *glocal*, una fusión entre lo global y lo local, alude a la búsqueda de soluciones sostenibles y contextualizadas para problemáticas específicas de carácter regional o comunitario, dentro del marco de un mundo globalizado. Su adopción en el campo del diseño es clave para interpretar el desarrollo de productos contemporáneos desde una doble perspectiva: por un lado, comprendiendo cómo las dinámicas locales se ven influenciadas por contextos globales (micro-macro), y por otro, cómo los fenómenos globales se adaptan y transforman a escala local (macro-micro), con todas las implicaciones que ello conlleva en los procesos de diseño y en la generación de propuestas innovadoras (Aryana y Zafarmand, 2007).

En este sentido, uno de los grandes desafíos de nuestra época, en múltiples disciplinas, consiste en profundizar en la comprensión de los vínculos existentes entre fenómenos y procesos que operan a escalas macro y micro. El diseño industrial no es ajeno a este reto, pues requiere integrar ambas dimensiones para crear soluciones pertinentes, sostenibles y culturalmente significativas (Edeholt y Mainsah, 2014).

Adoptar un enfoque *glocal*—que equilibra la identidad y riqueza del entorno local con las exigencias del mercado global— es esencial para generar propuestas innovadoras y competitivas. La integración de materiales, técnicas artesanales y tecnologías avanzadas en el desarrollo de productos permite a los diseñadores diferenciarse en un mercado saturado, ofreciendo soluciones que combinan autenticidad, funcionalidad y sostenibilidad.

Además, la visión *glocal* fomenta la capacidad de adaptación a distintos entornos económicos y culturales, impulsando el diseño estratégico, la gestión empresarial y la expansión de oportunidades en mercados internacionales sin perder la esencia del contexto de origen.

Imagen 9. Elementos básicos para conectar lo local y lo global.



Fuente: Autoría propia.

#### TEMA 4. VISIÓN DE LA REALIDAD

En la formación universitaria, una buena parte de la enseñanza se hace de manera dirigida, donde el estudiante recibe información e instrucciones de un catedrático sobre algún tema en específico. Este formato tradicional, en el que el profesor es el principal medio de información y conocimiento, ha ido evolucionando a un modelo centrado en el estudiante, con énfasis en los aprendizajes teórico, procedimental y actitudinal; es decir, se integran el desarrollo de conocimientos, la adquisición de habilidades y la construcción de actitudes, con el objetivo de que el estudiante pueda aprender a “conocer”, aprender a “hacer” y aprender a “ser” (Ludivina, 2005). Este tipo de aprendizajes complejos (Van Merriënboer y Kirschner, 2007) buscan que los estudiantes se conviertan en protagonistas de su propia formación, construyendo su conocimiento a través de la elaboración y realización de sus propios ejercicios

y descubrimientos, trabajando en una dinámica colaborativa con asesores y otros estudiantes en un entorno o contexto rico en información que permita la investigación y la experimentación.

Este paradigma promueve que los estudiantes actúen principalmente como generadores de conocimiento —en lugar de limitarse a reproducirlo— dotándolos de la capacidad para desarrollarlo, transformarlo y aplicarlo en sus respectivos campos de acción, y no solo de asumir el rol de consumidores que se documentan sobre saberes ya existentes. La inclusión de actividades complejas y no estructuradas (como la investigación, el análisis, la síntesis y la experimentación vinculadas a situaciones reales) tiene efectos positivos comprobados en el aprendizaje universitario, constituyendo un pilar fundamental en la formación de los profesionales del diseño quienes, a partir del trabajo creativo, son capaces de traducir el conocimiento en propuestas innovadoras de productos, servicios y experiencias.

El modelo de enseñanza-aprendizaje que conceptualiza al “estudiante como productor” (Rodríguez y Escofet, 2006) permite un mayor y mejor acercamiento al entorno existente y proporciona una mejor visión de la realidad en la que desarrollará sus actividades profesionales. Los temas más importantes en los que el o la estudiante en diseño debe prepararse para tener una perspectiva alineada con el contexto profesional son:

1. Procurar que sus proyectos académicos y particulares estén vinculados con necesidades y problemáticas reales de los diferentes aspectos del entorno social, cultural, económico y productivo.
2. Participar en concursos, exhibiciones, convocatorias, ferias y tours de diseño locales, nacionales e internacionales, los cuales puedan dar acceso a exposición y promoción del trabajo realizado, así como a conectar con otros profesionales, personas y organizaciones interesadas y/o relacionadas con el diseño.
3. Tener conocimiento sobre las dinámicas de la economía creativa (Howkins, 2001) y la economía naranja (Buitrago y Duque, 2013), las cuales están basadas en la generación de valor a partir del talento, las ideas y el conocimiento, con el objetivo de crear productos y servicios de valor, relacionados al fomento, la producción y la circulación de los llamados servicios creativos: diseño, arte,

patrimonio cultural, artesanía y medios de comunicación. Cabe mencionar que el valor de ambas economías se fundamenta en el ingenio, las cualidades y características de los bienes y servicios, la calidad, la riqueza cultural, la conectividad y la protección que otorgan los derechos de la propiedad intelectual.

4. Aprender a vender el diseño, sabiendo persuadir y transmitir su valor, el cual radica en fortalecer las cualidades de un producto o servicio a través de un proceso creativo e innovador con un enfoque humanista y de negocios, utilizando aspectos como la diferenciación, la usabilidad, la deseabilidad, la accesibilidad, la memorabilidad, y la experiencia del usuario, para resolver las necesidades de las personas, aumentando, al mismo tiempo, el valor de dicho producto, servicio o marca, lo cual es un factor muy importante para su adquisición y venta.
5. Realizar prácticas laborales a través de emprendimientos piloto, asociaciones con compañeros y colegas, proveeduría de servicios básicos, participación en prácticas y estancias, etc., con el objetivo de aplicar y adquirir conocimientos y habilidades profesionales, así como de construir y/o fortalecer la red profesional.
6. Conocer sobre los tipos de registros de propiedad intelectual que permiten reconocer los derechos que tienen los autores sobre sus creaciones. La protección les permite a los diseñadores usar y explotar sus diseños durante un tiempo determinado.

**Imagen 10. Elementos que ayudan a obtener una visión más clara de la realidad para comenzar a desarrollar una práctica profesional.**



Fuente: Autoría propia.

## TEMA 5. INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO

El diseño, en cualquiera de sus disciplinas, no se limita únicamente a temas como la creatividad y la estética. Para que un diseñador pueda generar soluciones innovadoras, funcionales y relevantes, es fundamental que desarrolle habilidades de investigación. Investigar no solo permite comprender mejor el contexto en el que se inserta un proyecto, sino que también posibilita la toma de decisiones informadas, el análisis de tendencias y la identificación de oportunidades estratégicas.

Mientras que la investigación busca comprender y explicar el mundo tal como es (explorando sus significados, estructuras y dinámicas), el diseño se orienta hacia la proyección de futuros posibles, mediante la creación de soluciones tangibles e

intangibles. Al aplicar el proceso de investigación al diseño, se logra una convergencia poderosa: por un lado, se esclarecen las problemáticas y necesidades del presente; por otro, se generan propuestas transformadoras que toman forma como visualizaciones, objetos, sistemas o intervenciones capaces de incidir en contextos reales. Esta articulación permite que el diseño se fundamente en una comprensión profunda de lo humano, integrando dimensiones culturales, sociales y simbólicas en la creación de productos significativos (Joore et al., 2022).

El proceso de investigación en diseño abarca múltiples dimensiones, desde el estudio del usuario y sus necesidades hasta el análisis de materiales, tecnologías y tendencias. Un diseñador que investiga puede detectar problemas reales, anticipar cambios en el mercado y responder con soluciones viables que no solo sean estéticamente atractivas, sino que también tengan impacto funcional y social. En un mundo cada vez más dinámico y globalizado, donde las demandas del consumidor evolucionan constantemente, la capacidad de investigación permite a los diseñadores adaptarse a nuevas realidades. Esto se traduce en un diseño más consciente, con una base conceptual sólida y alineado con principios de innovación, inclusión y sostenibilidad.

De igual manera, la investigación fomenta el pensamiento crítico y la experimentación, lo que lleva a procesos creativos más estructurados y eficaces. En el ámbito profesional, los diseñadores que dominan la investigación tienen mayores posibilidades de diferenciarse y ofrecer propuestas con un alto valor agregado.

Investigar no es una tarea opcional para los diseñadores; es una competencia esencial que les permite trascender el mero ejercicio creativo para convertirse en estrategias capaces de desarrollar productos y experiencias significativas. La investigación en diseño es el puente entre la inspiración y la ejecución efectiva, asegurando que cada propuesta sea pertinente, funcional y visionaria.

Imagen 11. Elementos básicos en la investigación del diseño.



Fuente: Autoría propia.

## TEMA 6. EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN DE PROYECTOS

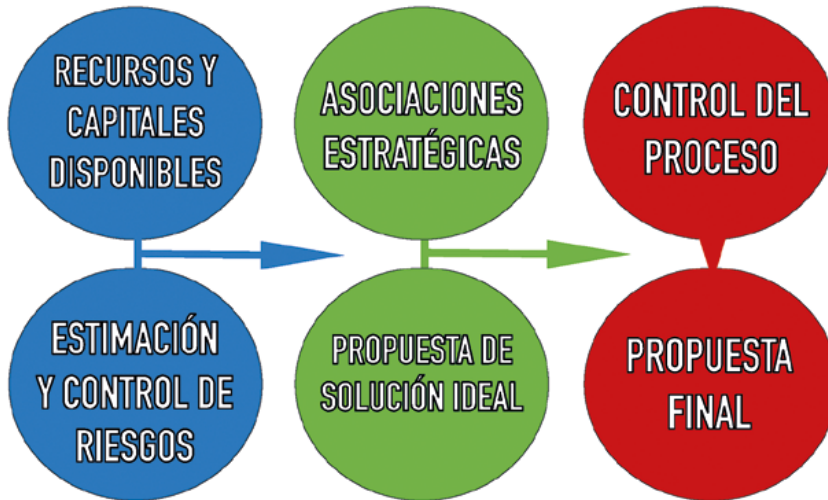
La preparación en torno al emprendimiento y la gestión de proyectos es básica para los profesionales del diseño, ya sea desarrollándolos con un enfoque causal o predictivo —que implica conocer el efecto que tienen las variables sobre la propuesta final— para con ello buscar la manera más eficiente de alcanzar los propósitos de negocio; o bien, en otra vertiente, por medio de un enfoque exploratorio, el cual es más conveniente utilizar cuando no se tiene toda la información para desarrollar el proyecto pero se identifican necesidades o demandas en el mercado.

Dicho de otra manera, mientras que se puede proyectar un producto o servicio ligado a un modelo y un plan de negocios, los cuales proporcionan información clara sobre la propuesta de valor que ofrece el producto y/o servicio a un mercado objetivo, además de que paralelamente desglosan las estrategias para su desarrollo e

implementación— desde otra perspectiva también se puede plantear un producto y/o servicio de acuerdo a los principios de la teoría efectual o *effectuation theory* (Sarasvathy, 2001), que implica hacer un ejercicio de exploración, desarrollo e implementación con los recursos que se tienen disponibles, priorizando cinco aspectos fundamentales:

1. Comenzar con los capitales y recursos disponibles con los que cuenta el individuo o la organización: conocimientos, formación, experiencia, habilidades, así como las redes de contactos profesionales, operacionales y sociales.
2. Controlar riesgos: evaluando los inconvenientes, las amenazas y las pérdidas que se pueden soportar al desarrollar el proyecto.
3. Realizar asociaciones estratégicas para la co-creación: centrándose en crear alianzas, acuerdos y compromisos con las partes interesadas y/o actores clave para las distintas fases de la creación del producto o servicio.
4. Aprovechar la situación que se presenta para lograr una propuesta rentable: una vez que hayamos hecho un inventario de los recursos disponibles, podemos proponer una serie de ideas de bajo riesgo, bajo costo, pragmáticas y realizables, observando con detalle los resultados para ajustar hasta alcanzar una mejor solución.
5. Tomar el control del desarrollo del proyecto con trabajo colectivo: a través de un proceso de colaboración, se puede acceder a una gama más amplia de recursos y oportunidades para la terminación óptima de cada etapa del proyecto.

Imagen 12. Fases de esquema emprendedor efectual.



Fuente: Autores, basado en Sarasvathy (2001)

El tipo de emprendedor que mayormente identificamos en los diseñadores entrevistados fue el emprendedor de portafolio o cartera (Westhead y Wright, 1998). La literatura distingue entre dos tipos de emprendedores: los *novatos*, que dirigen su primer negocio, y los *habituales*, que dirigen varios negocios, ya sea secuencial o paralelamente.

Entre los emprendedores habituales están los emprendedores en serie, quienes regularmente inician un negocio después de otro ya consolidado. Este tipo de emprendedor inicia varios negocios uno tras otro de forma secuencial, pero se centra solo en un negocio a la vez.

Por el contrario, *el emprendedor de portafolios o cartera* dirige varios negocios de forma paralela o simultánea. Este es el caso de los diseñadores emprendedores entrevistados, quienes al mismo tiempo dirigen su estudio de diseño, junto a su propia marca de productos de diseño y/o un taller de producción.

Imagen 13. Tipos de emprendimientos y pensamiento emprendedor.



Fuente: Autores, basados en Westhead & Wright (1998)

Independientemente del enfoque, algunos de los temas más importantes que identificamos para los diseñadores emprendedores trabajando en el desarrollo de nuevos productos y/o servicios a través de sus propios talleres y estudios de diseño son seis:

1. Tener conocimiento sobre la estructuración de modelos y planes de negocios.
2. Entender el modelo de comportamiento emprendedor conocido como *efectuación*.
3. Saber sobre el funcionamiento y la diferenciación entre los viveros, las incubadoras y las aceleradoras.
4. Informarse sobre vías de financiamiento y su actuación.

5. Conocer cómo utilizar los medios de promoción de manera estratégica.
6. Informarse sobre el marco legal y regulatorio de los productos y/o servicios.

**Imagen 14. Elementos básicos en el emprendimiento de proyectos de diseño.**



Fuente: Autoría propia.

## TEMA 7. ESPACIOS DE APRENDIZAJE

El diseño es una disciplina en constante evolución, impulsada por avances tecnológicos, cambios socioculturales y nuevas metodologías de trabajo. Para mantenerse a la vanguardia, los diseñadores deben adoptar un enfoque de aprendizaje continuo, nutriéndose de diversas fuentes y espacios de formación, tanto formales, no formales, informales e invisibles o desapercibidos (Cobo Romani y Moravec, 2011).

Los espacios de aprendizaje formal —como universidades, escuelas de diseño y programas especializados— proporcionan una base teórica y metodológica sólida. A través de estos programas, los diseñadores adquieren conocimientos fundamentales sobre historia del diseño, teoría del color, ergonomía, materiales, producción y gestión de proyectos. Además, la educación formal fomenta el pensamiento crítico, la resolución de problemas y el desarrollo de una ética profesional, preparando a los diseñadores para enfrentar los desafíos del mercado laboral con una perspectiva estructurada.

Sin embargo, el aprendizaje no solo se realiza en las universidades. Los espacios no formales e informales —como *workshops*, cursos en línea, conferencias, comunidades de diseño y experiencias autodidactas— son igualmente cruciales para el crecimiento profesional. Estos entornos permiten a los diseñadores actualizarse constantemente, explorar nuevas herramientas y metodologías, e interactuar con otros profesionales que enriquecen su visión. Además, el aprendizaje no formal fomenta la especialización en áreas emergentes, como el diseño UX/UI, la fabricación digital y la sostenibilidad, adaptándose rápidamente a las necesidades del mercado.

El equilibrio de los diversos tipos de aprendizaje, combinando la estructura académica con la flexibilidad de la autoformación, no solo amplía los conocimientos técnicos y conceptuales, sino que también fortalece la capacidad de adaptación en un mundo donde la innovación es clave. La combinación de educación formal, no formal, informal e invisible en el diseño es esencial para desarrollar un perfil versátil, actualizado y competitivo, lo que permite al estudiante y al profesional del diseño evolucionar, proponer soluciones innovadoras y destacar en un entorno global cada vez más cambiante y exigente.

Imagen 15. Espacios de aprendizaje que permiten el aprendizaje continuo.



Fuente: Autoría propia.

## TEMA 8. TECNOLOGÍA, CONSTRUCCIÓN Y MANUFACTURA

Para poder crear soluciones viables, eficientes y pertinentes, los diseñadores deben de conocer las diferentes formas de utilizar la tecnología, los sistemas de producción y los procesos de fabricación. Estos conocimientos son fundamentales para acortar la distancia entre el concepto y la realidad, garantizando que las ideas de diseño puedan ejecutarse con éxito en aplicaciones del mundo real.

Los avances tecnológicos están transformando la industria del diseño, ofreciendo nuevas herramientas, materiales y métodos de producción. Las técnicas de fabricación digital como la impresión 3D, el mecanizado de control numérico (CNC, por sus siglas en inglés) y el corte por láser han revolucionado la creación de prototipos, permitiendo a los diseñadores probar y perfeccionar sus ideas más rápido que nunca.

Del mismo modo, el software para el modelado paramétrico, el diseño basado en inteligencia artificial (IA) y las simulaciones de realidad virtual (RV) permiten a los diseñadores ampliar los límites de la creatividad al tiempo que garantizan la viabilidad. El conocimiento de estas herramientas permite a los diseñadores adelantarse a las tendencias y aprovechar la tecnología para obtener soluciones de diseño más eficientes e innovadoras.

Los diseñadores, además de ser pensadores creativos y solucionadores de problemas, entienden los aspectos técnicos y prácticos de hacer realidad las ideas. Aquellos que conocen sistemas de producción y manufactura pueden optimizar sus diseños en términos de eficacia, rentabilidad y escalabilidad. Todo producto debe poder fabricarse dentro de las limitaciones existentes, ya sea mediante producción en serie, producción por lotes o fabricación a la medida. El conocimiento de distintos métodos de producción y manufactura permite a los diseñadores tomar decisiones informadas sobre costos, calidad, durabilidad, materiales, reducción de residuos, reciclabilidad, impacto medioambiental y tiempos de producción.

Comprender los sistemas de producción también mejora la colaboración con ingenieros, fabricantes y profesionales de la cadena de suministro. Un diseñador que hable el lenguaje de la producción puede comunicarse con mayor eficacia, anticiparse a los retos de fabricación y contribuir al proceso de toma de decisiones, lo que en última instancia conduce a mejores resultados de diseño.

Finalmente, es importante señalar que, según las experiencias compartidas por nuestros entrevistados, en el contexto mexicano los profesionales del diseño, suelen articular diversas formas de producción en el desarrollo de sus propuestas. Esta integración incluye el trabajo artesanal —profundamente arraigado en las tradiciones culturales del país—, la fabricación digital —como expresión de la innovación tecnológica—, y procesos semi-industriales e industriales vinculados a la infraestructura manufacturera nacional. Esta hibridación de saberes, técnicas y escalas productivas refleja no solo la riqueza del ecosistema del diseño en México, sino también la capacidad de los diseñadores para adaptarse creativamente a contextos económicos, culturales y tecnológicos diversos, tejiendo vínculos entre lo local y lo global.

Imagen 16. Conocimientos sobre tecnología y manufactura para la producción.



Fuente: Autoría propia.

## **II. Trayectorias de diseñadores**



A continuación, se presentan las trayectorias de tres de los cinco diseñadoras y diseñadores entrevistados, en las que se identifican los elementos, recursos y contextos que fungieron como pilares fundamentales en su formación y en el inicio de su vida profesional. Como se indicó previamente, y con el propósito de resguardar la confidencialidad de los participantes, se han asignado nombres simbólicos que aluden a las características, estrategias y valores que han marcado y fortalecido sus trayectorias educativas y laborales. La decisión de mostrar únicamente tres casos responde a un criterio de representatividad, pues estos permiten ilustrar de manera clara y sustantiva los factores más significativos que han influido en el desarrollo profesional de los participantes.

**1. Diseñador Autogestor:** profesional con la capacidad de dirigir su propio aprendizaje y tomar decisiones estratégicas que optimizan su crecimiento y desarrollo, asegurando la consecución de sus objetivos de manera efectiva.

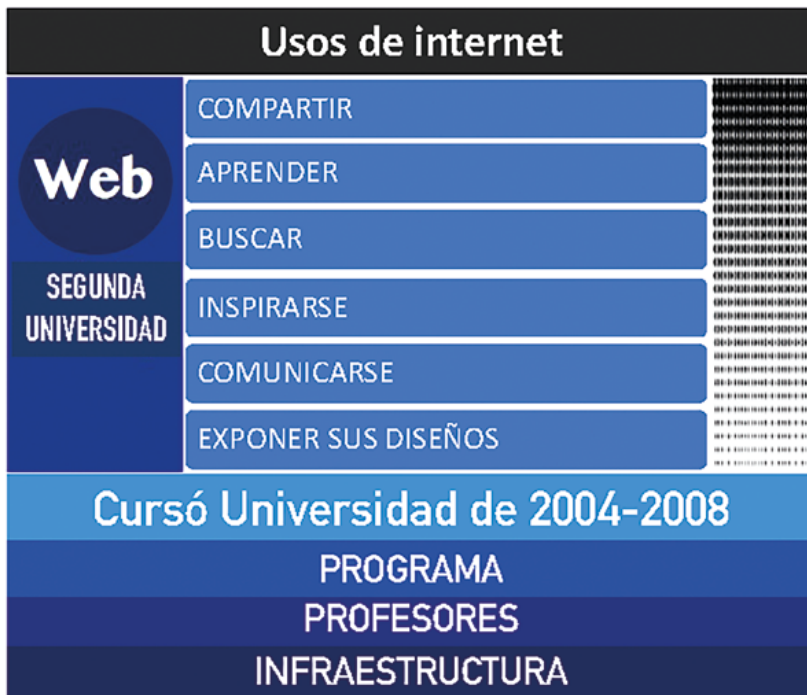
Imagen 17. Diseñador autogestor.



Fuente: Autoría propia.

De 2004 a 2008, estudió la carrera en Diseño Industrial, periodo en que el Internet se convirtió en su segunda universidad, brindándole información clave para adentrarse en el mundo del diseño de autor. Como se observa en la siguiente imagen, Internet le permitió buscar y compartir conocimientos relevantes, aprender, inspirarse y comunicar sus ideas y sus creaciones:

Imagen 18. Diseñador autogestor: Recursos utilizados de Internet.



Fuente: Autoría propia.

Con el uso de software 3D, logró crear representaciones realistas y detalladas de sus diseños, lo que le permitió explorar y mostrar materiales, formas y funcionalidades con mayor precisión. Estas visualizaciones no solo optimizaron su proceso creativo, sino también facilitaron la exposición de sus proyectos en su propia página web y en

reconocidos blogs de diseño, ampliando con esto su alcance y comenzando a tener presencia en la red como diseñador de producto.

Imagen 19. Diseñador autogestor: Ventajas del uso software 3D.



Fuente: Autoría propia.

Su dominio en la creación de imágenes fotorrealistas a través de software 3D le permitió participar en concursos de diseño a nivel nacional e internacional, donde se introdujo en el ámbito que realmente le apasionaba: el diseño conceptual y el diseño de autor.

Gracias a su desempeño y a los reconocimientos obtenidos en diversos certámenes, incluso mientras aún era estudiante, confirmó que su trabajo trascendía el aula y podía ser validado no solo por sus profesores, sino también en espacios y plataformas especializadas en diseño. Esta visibilidad le comenzó a otorgar credibilidad y fortalecer su posicionamiento en su entorno.

Como resultado de su participación en estos concursos, fue construyendo un portafolio y estableciendo una red de contactos con diseñadores y profesionales del sector. En este proceso, comenzó a desarrollar lo que Granovetter (1973) define como “lazos débiles”: conexiones estratégicas que facilitan el acceso a nuevos círculos profesionales y potencian la adquisición de información clave en entornos diversos.

Imagen 20. Diseñador autogestor: Participación en concursos de diseño.



Fuente: Autoría propia.

Tras su participación en concursos, amplió su presencia en el ámbito del diseño al asistir a ferias internacionales, en las que no solo exhibió su trabajo, también estableció conexiones clave con la prensa local e internacional. Estas reseñas y publicaciones sobre su obra representaron un punto de inflexión en su trayectoria, otorgándole mayor visibilidad y ayudándole en su posicionamiento como diseñador independiente.

La asistencia a estos foros le proporcionó aprendizajes fundamentales sobre la exposición, promoción y comercialización de sus diseños. Además, le permitió

comprender en profundidad la dinámica de los eventos internacionales y su relación con un mercado de consumo especializado, donde el diseño de autor y los conceptos originales adquieren un valor diferencial. Estas experiencias fueron clave para su crecimiento profesional y le proporcionaron herramientas estratégicas para navegar en la industria del diseño con mayor solidez y proyección.

Imagen 21. Diseñador autogestor: Participación en ferias internacionales.



Fuente: Autoría propia.

Dentro de su proceso formativo, el respaldo familiar desempeñó un papel clave. En México, la familia actúa como una red primaria de apoyo económico, social y cultural, proporcionando no solo recursos materiales, sino también apoyo emocional y motivacional. En su caso, el acceso a una educación estable estuvo garantizado por la convicción de sus padres sobre la importancia de invertir en el desarrollo académico de sus hijos.

Esta conjunción de factores —un entorno familiar que valoraba la educación, la posibilidad de acceder tanto a instituciones públicas como privadas y su propio esfuerzo y dedicación— le permitió concluir su formación como diseñador industrial. Su trayectoria evidencia cómo el capital social y cultural familiar, junto con las oportunidades estructurales del sistema educativo, influyen en la movilidad académica y profesional.

Su trayectoria refleja cómo el capital social y cultural familiar, en conjunto con las oportunidades estructurales del sistema educativo y su capacidad de autogestión, fueron claves para su desarrollo como diseñador.

Imagen 22. Diseñador autogestor: Apoyo familiar.



Fuente: Autoría propia.

Al cursar la licenciatura en Diseño Industrial en la universidad, uno de los activos más significativos fue la red de compañeros con que interactuó. Estas relaciones no solo funcionaron como un sistema de apoyo emocional y académico, sino que contribuyeron a la construcción de un entorno de aprendizaje colaborativo. A través

del intercambio de ideas y la retroalimentación constante, pudo perfeccionar sus proyectos y expandir su visión del diseño.

La dinámica grupal actuó como un microcosmos; el aprendizaje fue enriquecido por los enfoques, experiencias y habilidades de sus compañeros. Además, el sentido de competencia incentivó la mejora continua, fomentando la búsqueda de soluciones innovadoras en el diseño de sus propuestas.

Desde una perspectiva antropológica, el aprendizaje entre pares es un fenómeno importante en los procesos formativos. Para la mayoría de lo que necesitamos en nuestra vida laboral y personal, encontramos suficiente información y orientación entre colegas y amigos (Boud, D., Cohen, R., y Sampson, J., 2013).

En el ámbito del diseño, este tipo de aprendizaje permite que los estudiantes adquieran conocimientos de manera formal y desarrollen habilidades a través de la observación, la experimentación compartida y la resolución colectiva de problemas. En este contexto, el conocimiento se co-construye y se enriquece con la diversidad de enfoques, experiencias y habilidades de los pares.

Imagen 23. Diseñador autogestor: Aprendizaje con pares.



Fuente: Autoría propia.

Con estos recursos, capitales y experiencias, en 2009 decidió comenzar su propio estudio de diseño y seguir una práctica independiente, ligada no solo a un mercado nacional, sino global, en donde tuviera oportunidades de acción no limitadas por una realidad local, mas por el contrario, encontrando y entendiendo las fortalezas particulares que fueran atractivas dentro y fuera de su contexto, para atender clientes nacionales e internacionales.

Imagen 24. Diseñador autogestor: Universidad y Estudio de Diseño.



Fuente: Autoría propia.

En 2011, con las piezas que había presentado en ferias internacionales, fundó su propia marca de diseño, consolidando una línea de mobiliario e interiorismo contemporáneo, convirtiéndose así en un emprendedor de portafolio al llevar dos unidades de negocio de manera paralela y complementaria. Su objetivo principal fue crear y producir piezas de alta calidad destinadas a la exportación, combinando innovación, funcionalidad y una identidad estética propia que respondiera a las exigencias del mercado global.

Para materializar este esquema de operación, ha construido una red estratégica de colaboradores clave, incluyendo distribuidores, clientes, proveedores y fabricantes

altamente capacitados. Su labor implica tanto diseñar piezas innovadoras como garantizar que los procesos de producción cumplan con los estándares de calidad exigidos por su mercado objetivo. La selección de socios de confianza ha sido fundamental para asegurar que cada pieza refleje el nivel de excelencia, funcionalidad y diseño distintivo que caracterizan su propuesta.

En este sentido, ha construido una sólida red de colaboración con otros diseñadores que comparten su misma visión y dinámica de trabajo. Juntos, han generado sinergias que les han permitido desarrollar nuevos productos, mejorar sus servicios y enriquecer sus experiencias a través del intercambio de conocimientos. Son conscientes de que fomentar redes y plataformas colaborativas fortalece el ecosistema del diseño independiente, generando beneficios colectivos y de mayor proyección para todos los participantes.

Toda esta experiencia la ha vertido en su labor como Director de Diseño en diversas compañías, así como en su papel de profesor en reconocidas universidades de México, donde ha transmitido su visión sobre el diseño, la innovación y la importancia del trabajo colaborativo.

Imagen 25. Trayectoria de Diseñador autogestor: Formación y esquema de trabajo.



Fuente: Autoría propia.

La participación en concursos y exhibiciones, tanto nacionales como internacionales, la difusión de sus productos en medios de alcance global, la materialización de sus proyectos y su interacción con escenarios que reflejan las tendencias del diseño contemporáneo le han permitido consolidar una práctica profesional independiente. En este proceso, ha sabido articular diseño, emprendimiento y generación de negocios, configurando un modelo de trabajo en el que creatividad e innovación convergen con estrategias empresariales.

Para nuestro entrevistado, ser diseñador independiente ha significado asumir el rol de empresario con una perspectiva global del negocio del diseño. Su labor involucra tanto la creación de productos como la gestión administrativa, el desarrollo de proveedores y la comprensión de las dinámicas comerciales y logísticas necesarias para la distribución y comercialización de sus piezas, no solo en México sino en el extranjero.

Como diseñador que dirige una empresa creativa con una visión emprendedora, ha desarrollado una marcada capacidad de agencia (Long, 2007), diseñando estrategias y movilizand recursos para consolidar su práctica en mercados locales y globales. Su versatilidad lo convierte en un actor plural (Lahire, 2004), capaz de operar en distintos niveles y enfrentar una diversidad de lógicas de acción. La diversificación de sus esquemas de trabajo le ha permitido ampliar la cantidad, calidad y flexibilidad de sus recursos y redes de colaboración, aprovechando al máximo las oportunidades que ofrecen las plataformas comerciales y tecnológicas —tanto físicas como virtuales— en un entorno globalizado.

**2. Diseñador Hacedor, Fabricante y Emprendedor:** dotado de una mentalidad proactiva y resolutive, este diseñador posee la habilidad de materializar sus ideas y gestionar sus proyectos de emprendimiento de manera autónoma, utilizando eficientemente los recursos a su alcance.

Imagen 26. Diseñador Fabricante - Emprendedor.



Fuente: Autoría propia.

Imagen 27. Trayectoria de Materializador de Ideas.



Fuente: Autoría propia.

Durante su formación universitaria, nuestro entrevistado contó con tres recursos clave que marcaron su desarrollo como diseñador y emprendedor:

1. **Apoyo e influencia familiar:** creció en un entorno creativo, influido por su madre, artista y emprendedora, quien le proporcionó una perspectiva única sobre el diseño y la autogestión, inculcándole el valor de materializar ideas y convertirlas en proyectos viables.
2. **Creación de un taller propio:** con determinación, estableció un pequeño taller en casa, donde comenzó a desarrollar y fabricar sus primeros diseños. Adquirió maquinaria básica y construyó una red de proveedores *underground*, lo que le permitió experimentar con procesos, materiales y técnicas de producción, consolidando así su capacidad para llevar ideas del concepto a la realidad.
3. **Colaboración con compañeros de estudio:** la sinergia con otros diseñadores en formación lo llevó a expandir su taller, creando una versión más robusta y equipada. Esta experiencia le permitió no solo compartir conocimientos y recursos, sino fomentar un ambiente de aprendizaje colaborativo que enriqueció su enfoque profesional.

Estos elementos fueron determinantes en su evolución como diseñador de producto, proporcionándole una base sólida en la práctica, el emprendimiento y la gestión de proyectos.

Una vez terminada la Universidad, nuestro entrevistado —materializador de ideas— comenzó su trayectoria profesional creando sus propias oportunidades a través del emprendimiento. Como ya lo mencionamos, desde sus años universitarios, adquirió experiencia al establecer un pequeño taller donde fabricaba sus propios diseños. Este proceso lo llevó a desarrollar una red de proveedores especializados en tecnologías, procesos y materiales, sentando las bases para su futura práctica profesional.

Más adelante, decidió dar un paso importante en su carrera al fundar sus propias tiendas, donde comercializaba sus productos. A través de esta experiencia, comprendió a profundidad la dinámica del diseñador-productor-comercializador, aquel que

no solo concibe y desarrolla productos, sino que también gestiona su producción y distribución, integrando el proceso de diseño y producción, con estrategias de negocios en un solo modelo de trabajo.

Este cúmulo de conocimientos y habilidades lo llevó a establecer su propio estudio-consultoría de diseño, conocido como “Centro de Diseño”. Este espacio multidisciplinario abarcó diversas áreas, desde el diseño de productos y la comunicación visual hasta el *coaching* para la innovación, consolidando así una plataforma integral para la materialización de ideas en el ámbito del diseño y la estrategia empresarial.

**3. Diseñadora con Cultura de Trabajo, Capital Social y Apoyos Familiar e Institucional:** profesional que sabe aprovechar su red de contactos, instituciones y recursos disponibles para fortalecer su crecimiento en el ámbito del diseño independiente, potenciando oportunidades y consolidando su trayectoria.

Imagen 28. Catalizadora de Oportunidades.



Fuente: Autoría propia.

Imagen 29. Trayectoria de Catalizadora de Oportunidades.



Fuente: Autoría propia.

Durante su etapa universitaria, **Catalizadora de Oportunidades** contó con cuatro pilares fundamentales que impulsaron su desarrollo académico y profesional:

1. **Apoyo familiar:** su familia tanto le brindó respaldo económico como un soporte emocional y fraternal clave para afrontar los desafíos del diseño y el emprendimiento.
2. **Colaboración con compañeros:** formó un equipo de trabajo sólido con otros estudiantes, una sinergia que trascendió la universidad y evolucionó en un equipo de trabajo profesional.
3. **Incubadora:** aprovechó los recursos y la orientación de la incubadora institucional, donde pudo estructurar y desarrollar su proyecto con un enfoque estratégico.

4. **Red de contactos:** construyó y fortaleció relaciones dentro y fuera de la universidad, lo que le permitió identificar oportunidades, consolidar alianzas y expandir su impacto en el ámbito del diseño.

En 2010, junto con dos colegas, fundó su propio Estudio de Diseño, marcando el inicio de un proyecto colaborativo con una visión clara y estratégica. Su primer éxito profesional llegó en 2011, cuando desarrollaron un proyecto de gran impacto que les permitió posicionarse en el sector del diseño de escaparates y abrir nuevas oportunidades en la industria.

Dentro de la estructura organizativa del estudio, cada miembro desempeña un rol clave:

- **Ella** gestiona el área administrativa, legal y contable, asegurando la estabilidad operativa.
- **Su socio** es responsable del contacto con los clientes, consolidando relaciones y generando nuevas oportunidades de negocio.
- **Su socia** lidera la producción, supervisando materiales y la coordinación con proveedores para garantizar la calidad y ejecución eficiente de cada proyecto.

Gracias a una combinación de disciplina, talento y una estrategia de posicionamiento bien definida, han logrado consolidar su estudio en el competitivo mercado del diseño. Su enfoque en la promoción y la construcción de redes profesionales ha sido un factor determinante para su crecimiento y proyección a largo plazo.



# **III. Esquema de acción, competencias y habilidades de los diseñadores emprendedores**



Es bien sabido que el emprendimiento en México y en otros países de Latinoamérica y del mundo implica un reto importante de resiliencia, trabajo multidisciplinario e infraestructura que en muchas ocasiones se va construyendo sobre la marcha.

Se ha señalado que no todos los emprendimientos logran superar el umbral de los cinco años, y que alcanzar esta marca temporal suele considerarse un indicio de cierta estabilidad dentro del mercado. Asimismo, diversas historias de vida muestran que los emprendimientos más consolidados rara vez corresponden a los primeros intentos, sino que suelen ser el resultado de procesos iterativos en los que los emprendedores, a partir de la experiencia adquirida, logran afinar y fortalecer sus propuestas. Es en estos emprendimientos posteriores donde se corrigen debilidades iniciales y se capitalizan aprendizajes previos, permitiendo una evolución más sólida y estratégica:

La relevancia de las PYMES se debe a que al ser más intensivas en trabajo que las empresas de mayor tamaño, facilitan una mejor distribución del ingreso. Además, muestran por lo general un menor componente importado en sus insumos y bienes de capital, y se adaptan con mayor facilidad a los distintos escenarios macroeconómicos, dada su estructura y funcionalidad. No obstante, a partir de la crisis de 1994, las PYMES han reducido gradualmente su participación como empleadoras, aunque siguen contribuyendo con más del 60% de los puestos de trabajo. Sin embargo, en el 2008 esta situación se revierte parcialmente para las microempresas no industriales, quizás como resultado de los despidos y del menor número de contrataciones de empresas grandes ante la crisis mundial. (Pavón, 2010, p. 13)

Es decir, con el paso del tiempo, y al *navegar con viento propio*, cada emprendedor genera un sentido resiliente ante la vida, ante el empleo y en el campo del diseño, en donde a su vez se convierten en proveedores de empleo y autoempleados. Ejercitar la resiliencia implica un alto grado de responsabilidad y tolerancia a la frustración. La resiliencia puede ser entendida como:

... la capacidad potencial que tiene un individuo para afrontar la adversidad y salir fortalecido de ella. Las características suficientes para que una persona se le pueda llamar resiliente nómico serían: autoestima, autonomía, afrontamiento, conciencia, esperanza, responsabilidad, sociabilidad y tolerancia a la frustración. (Flores Olvera, 2013, p. 7)

La capacidad resiliente se encuentra supeditada a una serie de eventos y a la manera en cómo ocurre la transición entre ellos. Para alcanzarla, es necesario adoptar una postura disciplinada ante cada hecho y hacer lo propio y requerido en cada momento; “no siempre estarás motivado, por eso debes aprender a ser disciplinado”.

Ser emprendedor desde el diseño, sea cual sea el área de especialización, implica de acuerdo con los distintos empresarios nacionales e internacionales del diseño, entrenar el carácter propio y la personalidad a una postura flexible, adaptable y transdisciplinaria que posibilite detonar el espíritu creativo e innovador.

El diseñador de México, a diferencia de diseñadores que se desarrollan en otros países de Europa o Estados Unidos, debe obtener muy buenos resultados con muy pocos recursos y ser altamente resiliente. (José de la O, 2019)

A partir de lo antes mencionado, se pueden identificar, de acuerdo con lo observado sobre los diseñadores-actores clave entrevistados, cuatro áreas generales de empleo o desarrollo profesional como esquema de trabajo: el consultor asesor, con diversificación de servicios; el director de diseño, con la experiencia para determinar líneas de productos; el generador de redes (colectivos, organizaciones, eventos de diseño); y el empresario como productor, promotor y desarrollador de productos y marca propia. Vale la pena comentar que cada tipología puede desarrollarse de forma aislada o en conjunto con alguna otra.

Imagen 30. Diseñador autogestor: Esquema de trabajo de diseñadores emprendedores.



Fuente: Autoría propia.

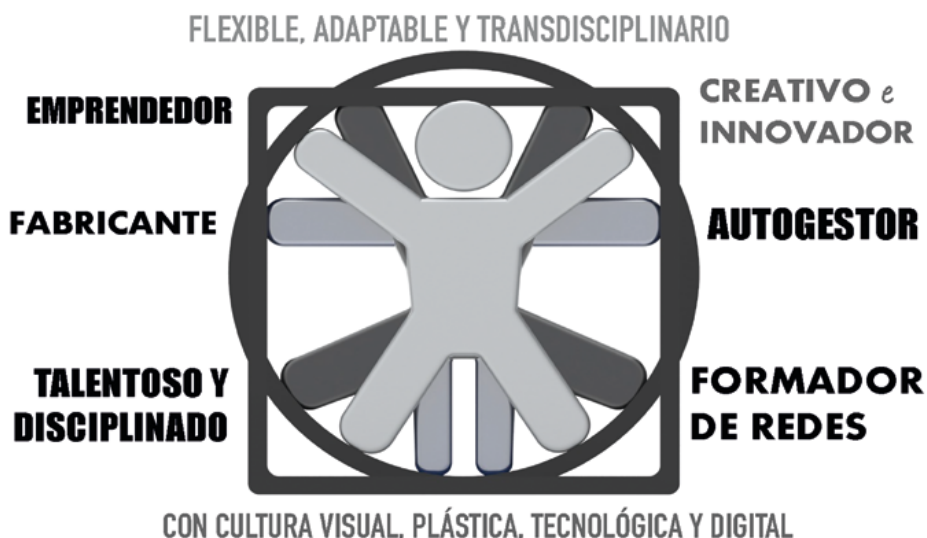
Dentro de la creatividad se encuentra la capacidad de encontrar soluciones diferentes a los problemas que se presenten; es decir, el pensamiento creativo trata de establecer diferentes posibles combinaciones de los referentes existentes, aunque estas no correspondan a algo consensuado o validado con anterioridad.

El pensamiento creativo no ocurre solamente por serendipia; también se alimenta de los referentes de donde construye el mundo. Por ello, resulta indispensable en el perfil de cualquier diseñador, ya sea que busque emprender o que ya tenga empleo en una organización, industria o institución, fomentar su acervo cultural, visual, funcional, de diseño y vivencial. Dentro del acervo cultural se incluye la cultura visual, plástica, tecnológica y digital —transitando desde lo tradicional o análogo a lo virtual y/o digital—.

El diseñador emprendedor, en el camino, se da cuenta de que requiere generar el acervo necesario al perfil creativo de su área de especialización. Muchas veces se

convierte en autogestor de nuevos mundos y rutas para llegar a diferentes lugares, haciéndose valer de los recursos que gestiona a su paso, consolidando una propia infraestructura que le brindará con el tiempo un soporte o punto de partida que crecerá y que servirá de infraestructura para otros colegas.

**Imagen 31. Habilidades, conocimientos y competencias de los diseñadores independientes.**



Fuente: Autoría propia.

Por tanto, los diseñadores que establecen una práctica independiente requieren que sus talentos y saberes sean acompañados por una gran capacidad de fabricar, emprender e innovar con un sentido de negocios, así como por una serie de habilidades blandas, sociales y cognitivas, como la disciplina antes mencionada, la autogestión, la creatividad, la flexibilidad y adaptabilidad, la formación de redes y la transdisciplina.

La historia de vida desde la socialización primaria, en donde influyen el lugar de nacimiento, la familia y la educación, determina una perspectiva interesante en el camino personal de los diseñadores, la cual se reflejará en la socialización secundaria, llegando a la perspectiva profesional y a la formación de redes o *networking*:

La socialización primaria es de tipo inicial, por la que el individuo atraviesa en la niñez; por medio de ella se convierte en miembro de la sociedad. En cambio, la socialización secundaria es cualquier proceso subsecuente que induce al individuo ya socializado a nuevos rubros del mundo objetivo de la sociedad. (Berger y Luckmann, 2001, p. 81)

A partir de lo antes mencionado, y bajo un análisis comparativo de los casos de estudio revisados, se identifica como un elemento definitorio el medio o contexto en donde los profesionales comienzan a vincularse con el diseño, pasando por la formación académica universitaria y posteriormente llegando a los grupos de trabajo que se van formando, donde se insertan y ganan experiencia.

En los procesos de socialización, ya sea en una edad temprana o en correspondencia a una socialización secundaria, es determinante cómo el diseñador va desarrollando diferentes procesos de vinculación, partiendo desde los apoyos familiares y universitarios.

A continuación, se muestran un par de esquemas que aglutinan a aquellos actores y algunos ámbitos más importantes durante el proceso mencionado:

Imagen 32. Apoyos familiares.



Fuente: Autoría propia.

Como parte fundamental de la proyección y de la formación de los diseñadores como profesionales se encuentran los apoyos familiares que, de acuerdo con la investigación realizada, se subdividen en: formativos y vocacionales, económicos, sociales y emocionales fraternales. El apoyo familiar es vital para consolidar el éxito profesional; se apuntalan tangibles e intangibles que dotan de seguridad y audacia a los estudiantes, emprendedoras y emprendedores sabiendo que existe contención y respaldo de un núcleo familiar, pase lo que pase.

En este contexto surge el mayor empoderamiento porque, como en todo proceso de identidad, uno se reconoce en los otros y en sus núcleos como un ser individual y como parte de una colectividad.

Imagen 33. Apoyos de la universidad.



Fuente: Autoría propia.

Por otra parte, al exterior se encuentran los recursos de la universidad y la escuela, los cuales incluyen el capital social, entendido como aquellas redes de colaboración y *networking*; el capital cultural, que incluye los recursos, infraestructura y eventos, las gestiones y apoyos administrativos, económico o emprendedores, la conexión al mercado laboral con la bolsas de trabajo y diferentes contactos, el acercamiento a la práctica profesional con el servicio social, las prácticas profesionales y las estancias y de manera conclusiva las prácticas y conocimientos sobre el diseño.

Las universidades y escuelas de diseño ofrecen una amplia variedad de recursos para apoyar la formación y el desarrollo profesional de los diseñadores. Estos recursos no solo incluyen conocimientos académicos, sino también oportunidades para generar capital social, cultural y conexiones con el mercado laboral.

Durante la formación académica, los estudiantes tienen acceso a talleres, laboratorios análogos y digitales, bibliotecas especializadas y software de diseño profesional. Además, las asignaturas suelen integrar metodologías de investigación, talleres de diseño y desarrollo de proyectos, y algunas otras asignaturas complementarias permiten que los estudiantes adquieran habilidades técnicas y creativas fundamentales.

Como premisa general, las escuelas de diseño facilitan la vinculación con el sector profesional a través de ferias de empleo, bolsa de trabajo y programas de mentoría. Asimismo, colaboran con empresas y organizaciones para el desarrollo de proyectos reales, lo que permite a los estudiantes ganar experiencia y visibilidad en el mercado laboral.

Imagen 34. Habilidades y competencias de los diseñadores.



Fuente: Autoría propia.

A partir de este trabajo de investigación, es posible identificar, con las experiencias compartidas por los actores clave, que en un mundo cada vez más dinámico, el diseño se ha convertido en una herramienta clave para el emprendedurismo, permitiendo la creación de productos, servicios y experiencias que responden a las necesidades cambiantes del mercado. Más allá de su faceta estética, el diseño es un proceso estratégico que requiere flexibilidad, talento y disciplina para materializar ideas innovadoras.

Así, se identifica que el crecimiento de un emprendimiento no ocurre en aislamiento; más bien es el resultado de la formación de redes, donde la colaboración y el intercambio de conocimientos potencian el desarrollo de proyectos. La capacidad de conectar con otros profesionales y disciplinas genera sinergias que fortalecen la sostenibilidad de cualquier iniciativa.

En este contexto, la cultura tecnológica y digital desempeña un papel fundamental. Las herramientas digitales permiten diseñar, testar y lanzar productos con mayor eficiencia, optimizando los procesos y facilitando el acceso a mercados globales. Además, la transformación digital ha impulsado nuevos modelos de negocio, donde la innovación y la adaptabilidad son esenciales para la competitividad.

El diseño se posiciona como el puente entre la visión emprendedora y la ejecución estratégica, impulsando la innovación desde la colaboración, la tecnología y la capacidad de adaptación. El emprendedurismo requiere una mentalidad flexible que permita adaptarse a los constantes cambios del entorno. Los emprendedores y diseñadores exitosos no solo se anticipan a las tendencias; son capaces de pivotar cuando es necesario, ajustando sus estrategias y modelos de negocio a las nuevas realidades del mercado. Esta flexibilidad debe acompañarse de un profundo sentido de disciplina pues la creatividad sin ejecución difícilmente genera impacto.

Por otro lado, el talento es el motor que impulsa la innovación. En un mundo donde la automatización y la IA están transformando el trabajo, las habilidades creativas y estratégicas son más valiosas que nunca. Un diseñador-emprendedor debe desarrollar tanto competencias técnicas como liderazgo, comunicación y pensamiento crítico para llevar sus ideas al siguiente nivel.

El aprendizaje continuo es otro pilar fundamental en este proceso. En un mundo en constante evolución, la capacidad de absorber nuevos conocimientos y aplicar metodologías innovadoras marca la diferencia entre el éxito y la obsolescencia. La formación constante en nuevas tecnologías, metodologías de diseño y estrategias empresariales permite a los emprendedores mantenerse a la vanguardia y generar propuestas de valor diferenciadas.



# Fuentes de consulta



- Aryana, B., y Zafarmand, S. J. (2007). “Glocal product design: A sustainable solution for global companies in regional and/or local markets”. En *International Association of Societies of Design Research (IASDR 07)*, The Hong Kong Polytechnic University School of Design, Hong Kong.
- Berger, P. L., y Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu.
- Buitrago Restrepo, P. F., y Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja: Una oportunidad infinita*. <https://doi.org/10.18235/0012837>
- Cobo Romani, C., y Moravec, J. W. (2011). *Aprendizaje invisible: Hacia una nueva ecología de la educación*. Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Edeholt, H., y Mainsah, H. N. (2014). “Glocal participatory design: Designerly approaches for trans-local climate change initiatives”. En *PDC '14: Proceedings of the 13th Participatory Design Conference: Short papers, industry cases, workshop descriptions, doctoral consortium papers, and keynote abstracts* (Vol. 2, pp. 75–78). ACM. <https://doi.org/10.1145/2662155.266218>
- Flores Olvera, D. (2013). *La resiliencia nómica. Mejor ambiente educativo, familiar, escolar y comunitario; una nueva realidad de la familia*. Instituto Internacional de Investigación para el Desarrollo.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Hatunoglu, D. C., y Kaygan, P. (2024). “Formation of industrial design culture from educational to professional life”. En *Design and Technology Education: An International Journal*, 29(1). <https://doi.org/10.24377/DTEIJ.article2213>
- Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas* (2ª ed.). Penguin UK.
- Ibarra, H., y Hunter, M. (2007). How leaders create and use networks. *Harvard Business Review*, 85(1), 40–47.
- Instructional Design Australia (IDA). (Fecha de consulta: marzo 2025). *Peer learning (shared learning)*. <https://instructionaldesign.com.au/peer-learning-shared-learning/>

- Joore, P., Stompff, G. y van den Eijnde, J. (Eds.). (2022). *Applied design research: A mosaic of 22 examples, experiences and interpretations focussing on bridging the gap between practice and academics*. CRC Press.
- Lahire, B. (2004). *El hombre plural. Los resortes de la acción*. Barcelona. Ediciones Bellaterra.
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología, El Colegio de San Luis.
- Maya, T., y Serrano Orellana, B. (2016). Desarrollo de soft skills: Una alternativa a la escasez de talento humano. *INNOVA Research Journal*, 1(12), 59–76. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n12.2016.81>
- Mentessa. (2024, August 8). *Unlock the power of peer learning: Boost skills*. <https://www.mentessa.com/unlock-the-power-of-peer-learning-boost-skills/>
- Merriënboer, J. J. G., & Kirschner, P. A. (2007). *Ten steps to complex learning: A systematic approach to four-component instructional design*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Pavón, L. (2010). *Financiamiento a las microempresas y a las PYMES en México (2000-2009)*. Naciones Unidas CEPAL.
- Polanyi, M. (1966). *The tacit dimension*. Doubleday.
- Rodríguez Illera, J. L., y Escofet Roig, A. (2006). Aproximación centrada en el estudiante como productor de contenidos digitales en cursos híbridos. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 3(2), 20–28. Universitat Oberta de Catalunya.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. <https://doi.org/10.2307/259121>
- Sánchez, L. (2005). Los tres pilares de la educación y el papel del maestro en el taller de habilidades de pensamiento crítico y creativo. *Procesos Psicológicos y Sociales*, 1(1).
- Westhead, P., y Wright, M. (1998). Novice, portfolio, and serial founders: Are they different? *Journal of Business Venturing*, 13(3), 173–204.
- De la O, J. (2019, octubre 30). Diseño mexicano: ¿Entre la funcionalidad, la artesanía y el ornamento? *Revista Código*. <https://revistacodigo.com/disenio-mexicano-funcionalidad/>

### *Joaquín Trinidad Iduarte Urbieta*

Es doctor en Antropología Social por la Universidad Iberoamericana, graduado de la Maestría en Ciencias del Diseño por La Universidad Estatal de Arizona, con especialidad en Diseño Estratégico por la UAEMEX, y Diseñador Industrial por la misma universidad. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores y profesor de tiempo completo en el Centro de Investigación en Arquitectura y Diseño de la Facultad de Arquitectura y Diseño, en donde ha sido coordinador de Posgrado y de la Maestría en Diseño. Trabaja temas de administración y práctica del diseño industrial e investigación cualitativa aplicada al desarrollo de proyectos.

### *María Trinidad Contreras González*

Es doctora en Diseño y docente en la Facultad de Arquitectura y Diseño (FAD) de la UAEMEX. Jefa del departamento de Gestión de Proyectos Culturales de la Dirección de Innovación Cultural en la misma universidad. Forma parte del Comité de Género y del cuerpo académico Tecnologías para el Diseño de la FAD, UAEMEX. Es Candidata del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNI) y actualmente realiza una estancia posdoctoral en la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación sobre estudios de la imagen y perspectiva de género.

Basado en una serie de entrevistas con diseñadores industriales emprendedores, este libro ofrece un análisis profundo sobre los conocimientos, habilidades y estrategias clave que han permitido a estos profesionales destacarse en el ámbito nacional e internacional como emprendedores del diseño. Más que un simple manual, es una guía estratégica que desglosa los temas fundamentales para el éxito en el diseño emprendedor: desde el conocimiento del diseño y la conformación de redes hasta la visión glocal, la capacidad de investigación y la gestión empresarial. También explora el papel de la tecnología, los espacios de aprendizaje y la adaptación a la realidad profesional. Dirigido a diseñadores independientes, estudiantes y profesionales en formación, este libro proporciona herramientas valiosas para navegar los desafíos del emprendimiento en diseño, ayudando a consolidar proyectos sostenibles y visionarios. Una lectura imprescindible para quienes buscan innovar, crecer y posicionarse en un mercado competitivo con una visión estratégica y proactiva.

SECRETARÍA DE IDENTIDAD  
Y CULTURA