

## Resumen

Esta investigación mantiene como hipótesis la necesidad de establecer la figura del diseñador **como un agente articulador dentro de la empresa** capaz de crear pequeñas y grandes innovaciones en toda etapa del proceso empresarial, para facilitar la interacción entre el cliente/usuario y los productos/servicios. Para ello, este estudio busca consolidar el Diseño como motor de la innovación para pequeñas y medianas empresas en Chile a través de una investigación cualitativa y cuantitativa. Esta noción se apoya en un marco teórico que valida la innovación como la base del crecimiento económico de los emprendimientos. Sin embargo, para llegar a la innovación, es necesario hacer uso del Diseño como herramienta empresarial por sobre una asistencia estética y comunicacional.

Con esto en mente, esta investigación presenta una puesta en escena de los elementos que componen el entorno de las actividades de producción, la sociedad y la economía del conocimiento global, y el ecosistema del emprendedor, específicamente, en Chile. También se esclarecen los conceptos del desarrollo sostenible, la innovación, el Diseño y las políticas de fomento del Diseño en Chile. Luego, se realiza un estudio sobre el emprendedurismo en Chile, enfocado en pequeñas y medianas empresas que participan en tres Centros de Desarrollo de Negocios del Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), de tres comunas representativas de tres niveles socioeconómicos del país (Estación Central, La Florida, y Ñuñoa), en la ciudad capital de Santiago; el Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS); la Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH); y, el Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación (MinCiencia), a través de entrevistas a los directores de cada institución y encuestas a emprendedores de los Centros de Desarrollo de Negocios.

Los resultados principales de este estudio se dividieron en categorías: perfil del emprendedor, urgencias del emprendimiento, la función del diseño y ecosistema del emprendimiento e innovación. Estas categorías descubrieron que la figura del diseñador suele estar limitada a funciones básicas de estética y comunicación y se conoce muy poco sobre los beneficios empresariales del Diseño. Por ello, es crucial educar y difundir conocimiento en torno al rol del diseñador y su función desde la gestión empresarial del Diseño que lo sitúa

más allá del orden creativo en el área formal y artística en una posición estrechamente vinculada al área de la economía.

**Palabras Claves:** Diseño; PYME; Innovación, Emprendimiento; Chile.

**Líneas de Investigación:** Diseño, Diseño Industrial, Ecosistema del Emprendimiento; SERCOTEC, MinCiencia, FOSIS, ASECH.