

# TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Estructura de ADN del diseño para la correcta gestión e innovación de procesos, proyectos productivos y creativos.

JESSICA MARTÍNEZ VERGARA

---

DIRECTOR: DR. MANUEL LECUONA LÓPEZ



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

## Antecedentes:

### \* Diseño es el ADN del producto:

*Propuesta del Dr. Manuel Lecuona como base de la investigación.*

---

**El diseño se hace en la empresa, la empresa se hace en el diseño**

*Finizio (2002, p.14)*



#### **Design Mix**

(Marketing Mix + Método proyectual)



#### **ADN de producto**

(identificación de la idea creativa,  
concepto de producto)

## Introducción:

- \* **El diseño se adapta y evoluciona con el tiempo.**  
(sociedad, entorno, tecnología, etc.)
- \* **Autores de divulgación e instituciones reconocidos.**  
(guías, publicaciones, libros, casos de estudio, auditorías)
- \* **Diseño es holístico y multidisciplinario.**  
(trabajo en equipo)
- \* **Diseñador involucrado con actividades empresariales.**  
(aporta herramientas propias para proyectos)

---

\* **Entorno de fluidos de nuevas interacciones y redes que actúan en libertad de los modelos tradicionales.**

*Bauman (2004, p.7)*

## Índice:

- 1. Problema**
- 2. Objetivos**
- 3. Justificación**
- 4. Metodología**
- 5. Resultados**
- 6. Propuesta**
- 7. Analogías**
- 8. Funcionamiento**
- 9. Estructura base (Discusión)**
- 10. Conclusiones**
- 11. Futuras líneas de investigación**

## 1. Problema

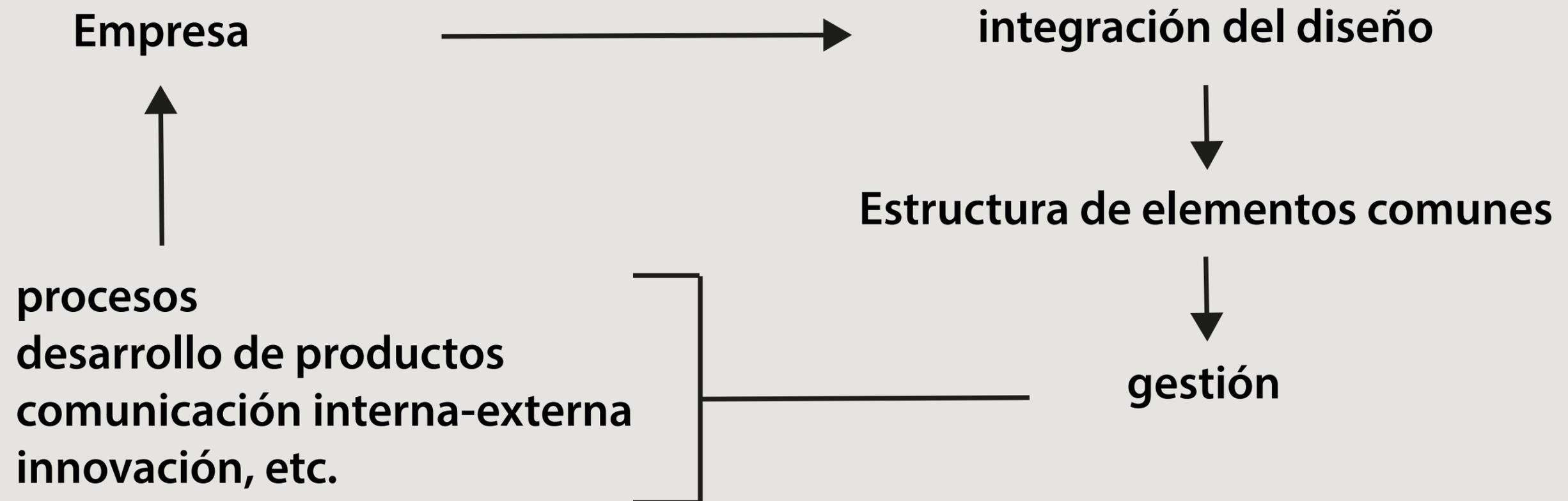
**Ausencia de una estructura de elementos comunes a toda empresa que puedan ser aplicados para la correcta gestión de procesos, desarrollo de productos y la innovación, todo esto en función al Diseño.**

- 
- Entorno cambiante para la empresa
  - Gestión de diseño integrado en la empresa
  - Mercado y sociedad de flujos

## 2. Objetivos

Definir una estructura de elementos comunes para cualquier empresa que permitan aplicar de manera sistemática la correcta gestión de procesos, desarrollo de productos, la comunicación interna-externa y la innovación, para la integración del diseño.

---



## 2. Objetivos

### Objetivos Específicos

1. Definir autores y fuentes de información divulgativa relevantes en el área de la gestión del diseño.
2. Análisis de contenidos para la elaboración de mapeos que aporten con los resultados en el esquema planteado.
3. Identificar factores relevantes que permitan el desarrollo de un sistema de procesos a seguir para la gestión del diseño.
4. Plantear una estructura que sea adaptable a cualquier tipo de empresa con una visión enfocada al diseño.

## 2. Objetivos

### Objetivos Específicos

1. Definir autores y fuentes de información divulgativa relevantes en el área de la gestión del diseño.
- 2. Análisis de contenidos para la elaboración de mapeos que aporten con los resultados en el esquema planteado.**
3. Identificar factores relevantes que permitan el desarrollo de un sistema de procesos a seguir para la gestión del diseño.
4. Plantear una estructura que sea adaptable a cualquier tipo de empresa con una visión enfocada al diseño.

## 2. Objetivos

### Objetivos Específicos

1. Definir autores y fuentes de información divulgativa relevantes en el área de la gestión del diseño.
2. Análisis de contenidos para la elaboración de mapeos que aporten con los resultados en el esquema planteado.
- 3. Identificar factores relevantes que permitan el desarrollo de un sistema de procesos a seguir para la gestión del diseño.**
4. Plantear una estructura que sea adaptable a cualquier tipo de empresa con una visión enfocada al diseño.

## 2. Objetivos

### Objetivos Específicos

1. Definir autores y fuentes de información divulgativa relevantes en el área de la gestión del diseño.
2. Análisis de contenidos para la elaboración de mapeos que aporten con los resultados en el esquema planteado.
3. Identificar factores relevantes que permitan el desarrollo de un sistema de procesos a seguir para la gestión del diseño.
- 4. Plantear una estructura que sea adaptable a cualquier tipo de empresa con una visión enfocada al diseño.**

### 3. Justificación

Las bases de la justificación son:

1. **Diseño descontextualizado:** funciones y territorios difusos.
2. **Presencia activa del diseño en la empresa:** Estrategia corporativa  
Unidades de negocio  
Área operativa
3. **Método proyectual +Investigación**  
**Diseño debe aproximarse a la I+D:** Generación de conocimiento  
Soluciones alternativas
4. **Gestión de diseño (estado de madurez):** Casos de análisis  
Autores e instituciones  
Publicaciones  
Políticas de diseño

## 4. Metodología

# Análisis de Contenidos

## Metodología Cualitativa - Descriptiva:

- Análisis de textos para identificar características y factores clave del discurso.
- Procedimiento para analizar y cuantificar.
- Pretende descubrir componentes básicos de un fenómeno.
- Extrae fragmentos de contenidos como unidades de análisis.

---

**\*Comparar contenidos y valorar su presencia en el discurso del texto.**

**\*Una mayor repetición de ideas similares es el factor de búsqueda.**

## 4. Metodología

### Selección de fuentes de información

Ámbito temático	Título y año	Autor
- Gestión de diseño en la empresa	(2009) Management del diseño	Best, Kathryn
	(2003) Design Management	Borja de Mozota, Brigitte
- Producto	(2002) Design & Management	Finizio, Gino
- Procesos	(2009) The incorporation of design management in today's business practices	DME, Kootstra, Gert
	(2007) Manual sobre Gestión de Diseño para empresas que abren nuevos mercados	Lecuona, Manuel
	(2010) DISEÑO ESTRATÉGICO. Guía Metodológica. Asturias	

## 4. Metodología

### Selección de fuentes de información

Ámbito temático	Título y año	Autor
- (I+D) - Innovación	(2015) Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities	OECD
	(2006) Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación	OCDE y Eurostat
- Tendencias - Futuribles	(1998) Et si on Remettait les ordinateurs à zéro? Hypothèses pour des futurs probables	Tasma, S. y Loeb, F.

## 4. Metodología

### Características de la metodología

Método	Análisis de contenido
Tipo de estudio	Cualitativo
Enfoque	Descriptivo
Nivel	Manifiesto (1ª ronda) / Latente (2ª ronda)
Aplicación	Análisis semántico (lo que se expresa realmente)
Objeto de estudio	Libros / Manuales
Motivo de selección (objeto de estudio)	Documentos de difusión (autores e instituciones reconocidas)  Sirven para identificar elementos del ADN

## 4. Metodología

### Características de la metodología

Unidades de análisis	Frases
Registro y contexto	Desde la frase hasta un párrafo, se puede incluir figuras (texto)
Enumeración	Conteo del número de veces que se repite una idea (variable)
Categorías (variables)	Forma, Función, Proceso, Áreas, Tecnología, Innovación, Experiencias, Futuribles, Estrategias, Beneficio, Gestión experta
Marco de referencia (contexto)	Gestión de Diseño; Bases del Diseño; Filosofía, organización, procesos, comunicación; Entorno empresarial y de diseño; Identidad, marca; I+D, innovación; Mercado; Estrategias y políticas; Producto y productividad

## 5. Resultados

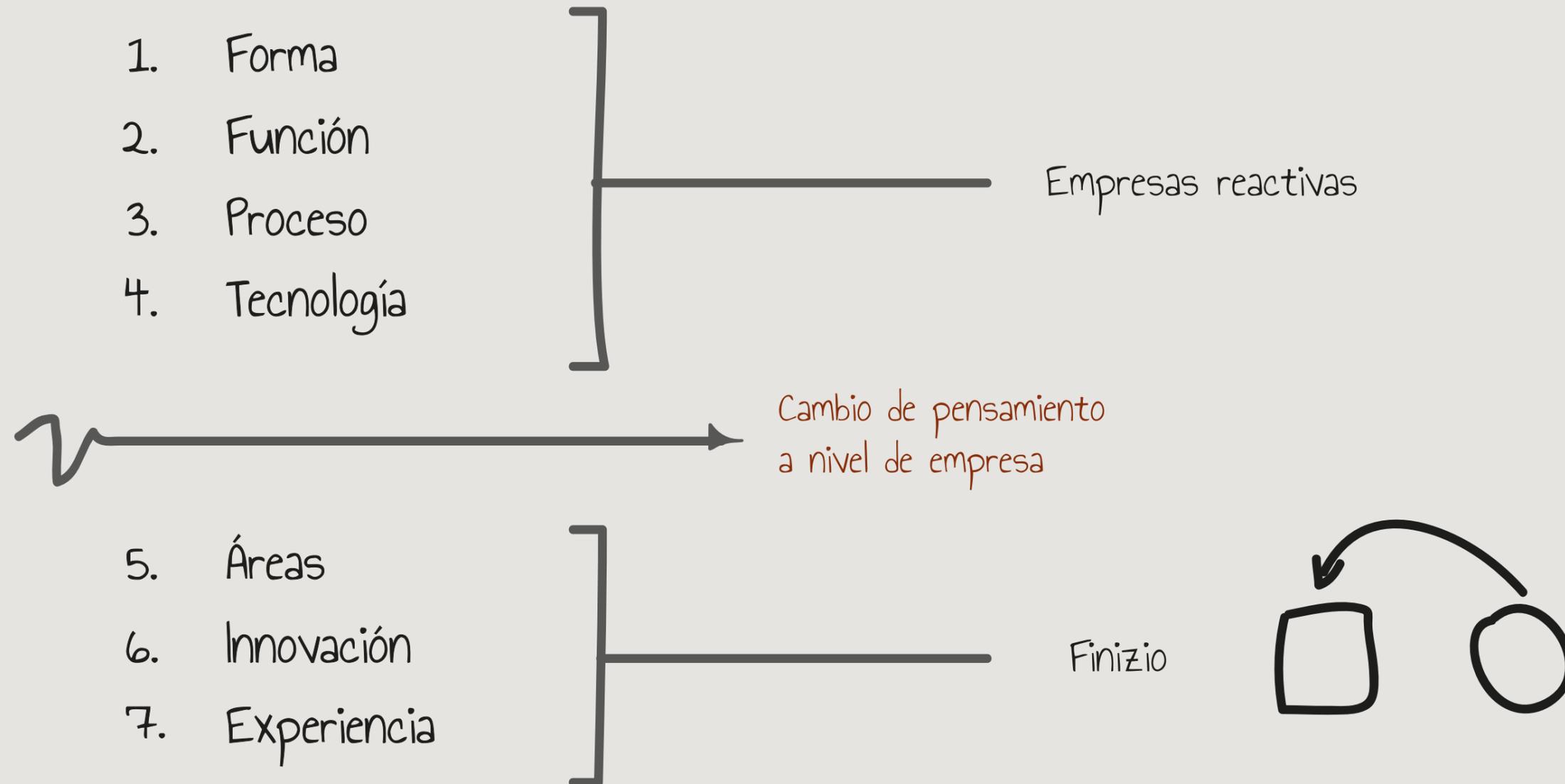
Los componentes del design mix constituyen informaciones contenidas en el código genético del producto.

Dr. Manuel Lecuona

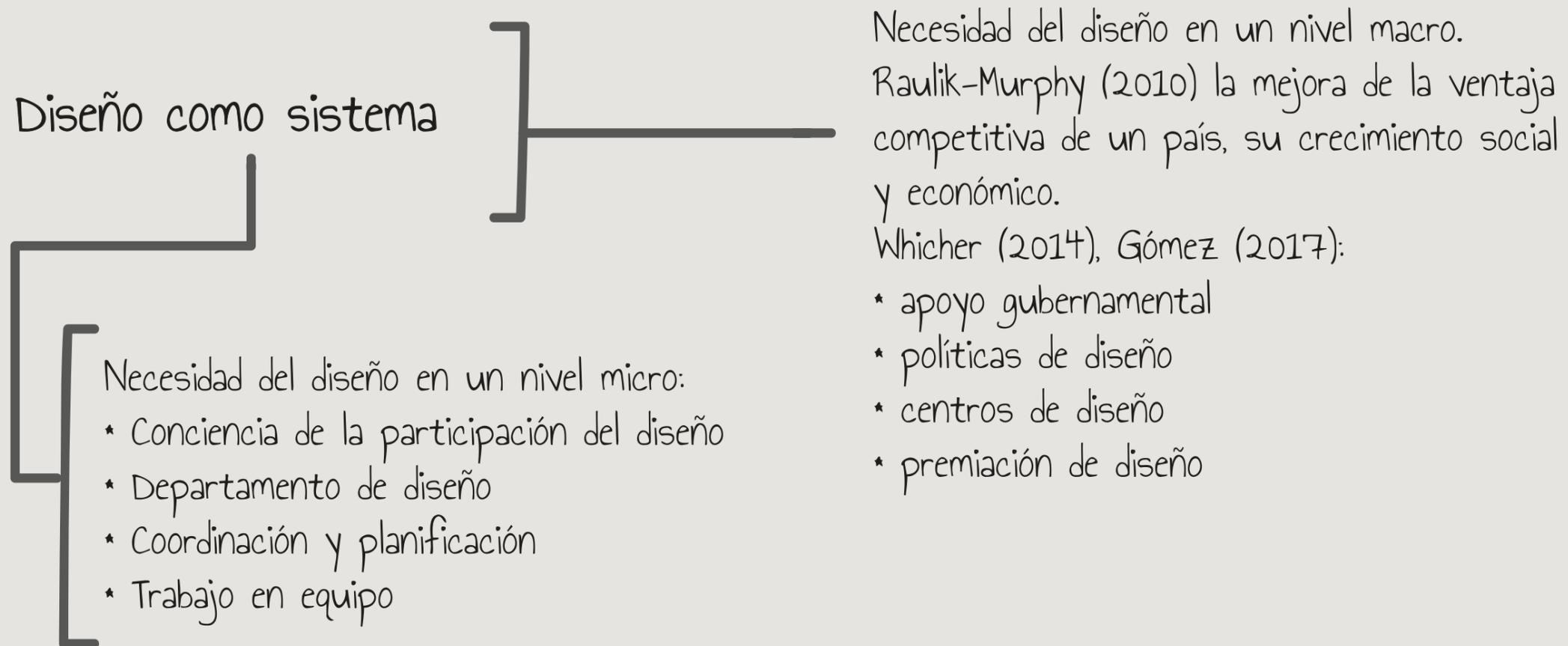


1. Forma
2. Función
3. Proceso
4. Áreas
5. Tecnología
6. Innovación
7. Experiencia
8. Futuribles
9. Estrategia
10. Beneficio
11. Gestión Experta

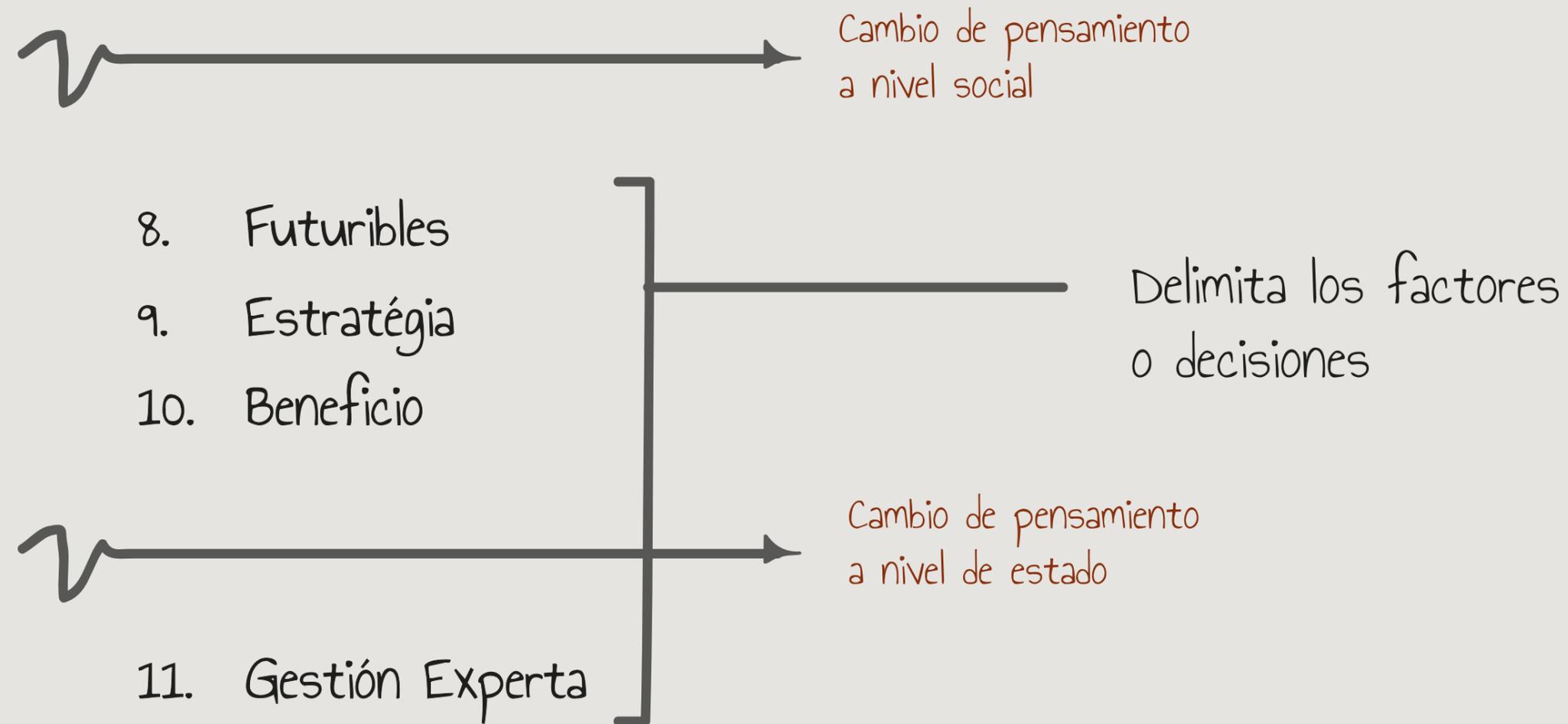
## 5. Resultados



## 5. Resultados



## 5. Resultados



## 5. Resultados

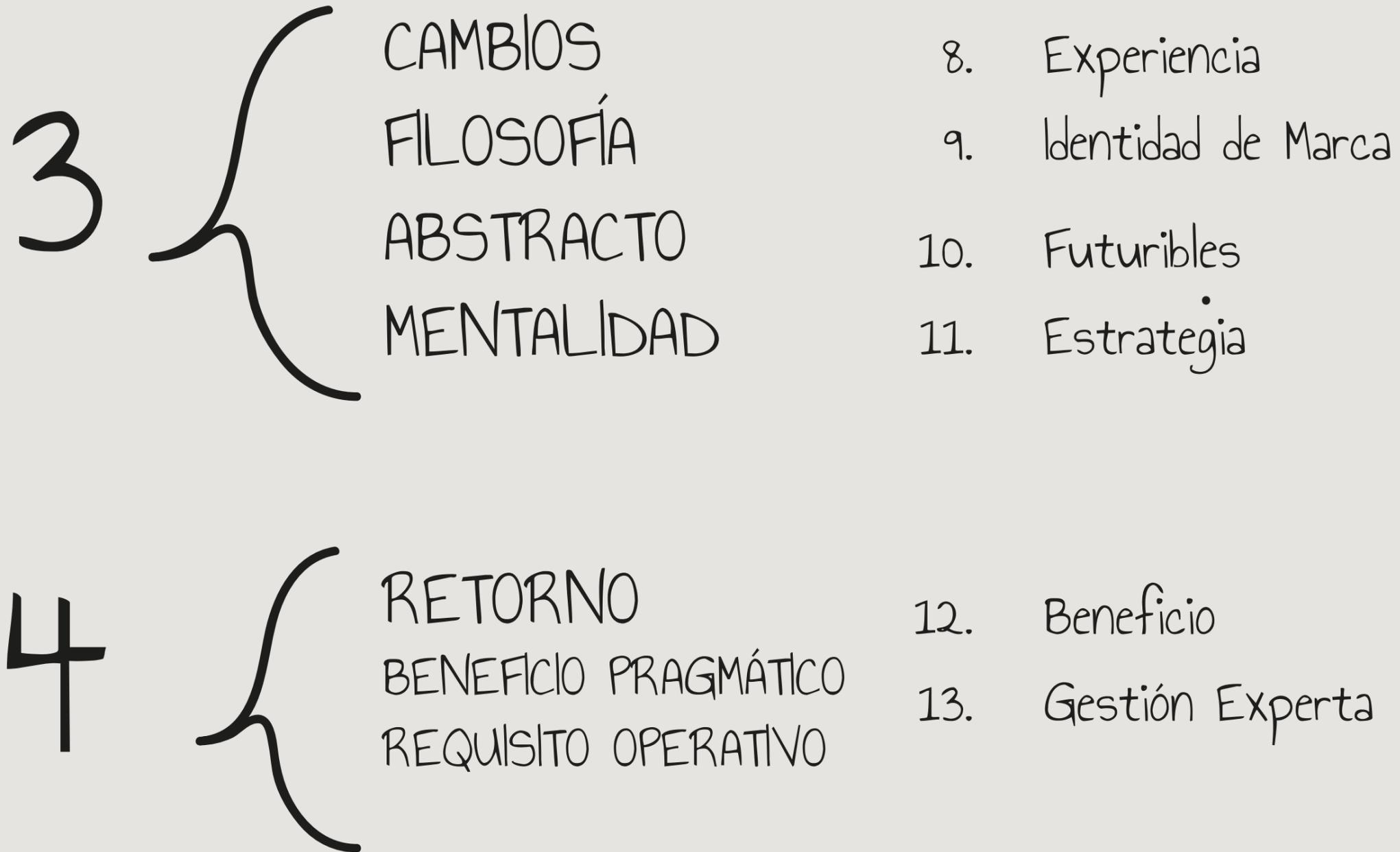
1 { FORMAL  
CREATIVO  
PROYECTUAL

1. Forma
2. Función
3. Proceso
4. Tecnología

2 { TERRITORIO

5. Áreas
6. Innovación
7. Diseño como Sistema

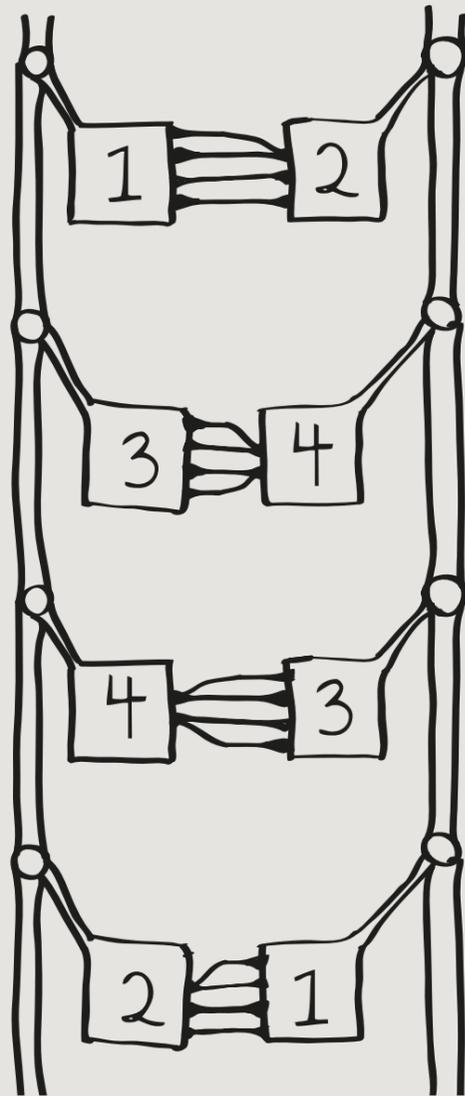
## 5. Resultados



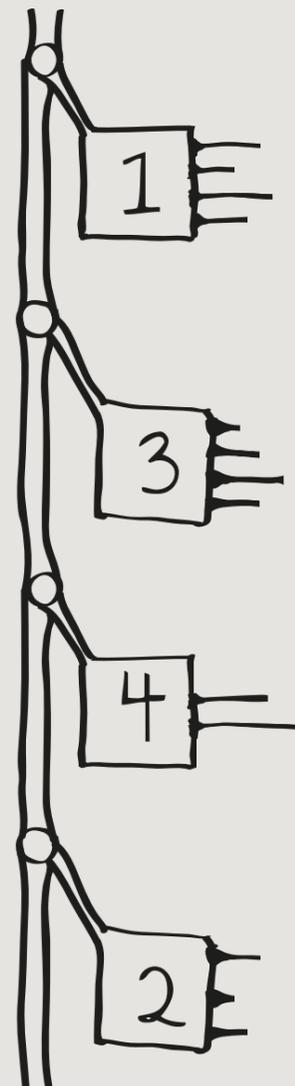
# 6. Propuesta

adn del Diseño

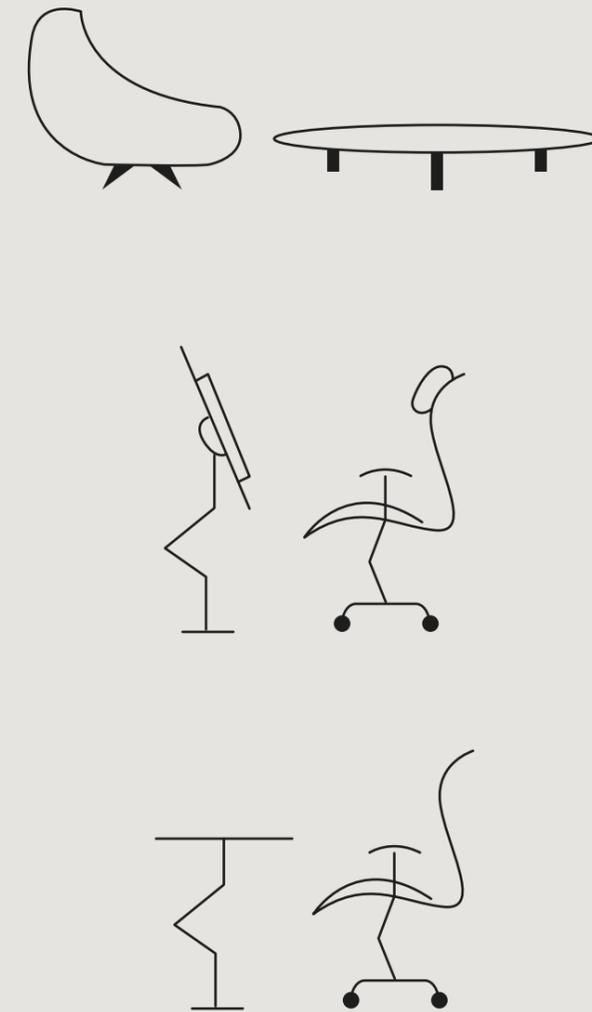
adn del diseño  
Elementos caracterizadores  
del diseño en la empresa



pedido de diseño  
interacción con la empresa



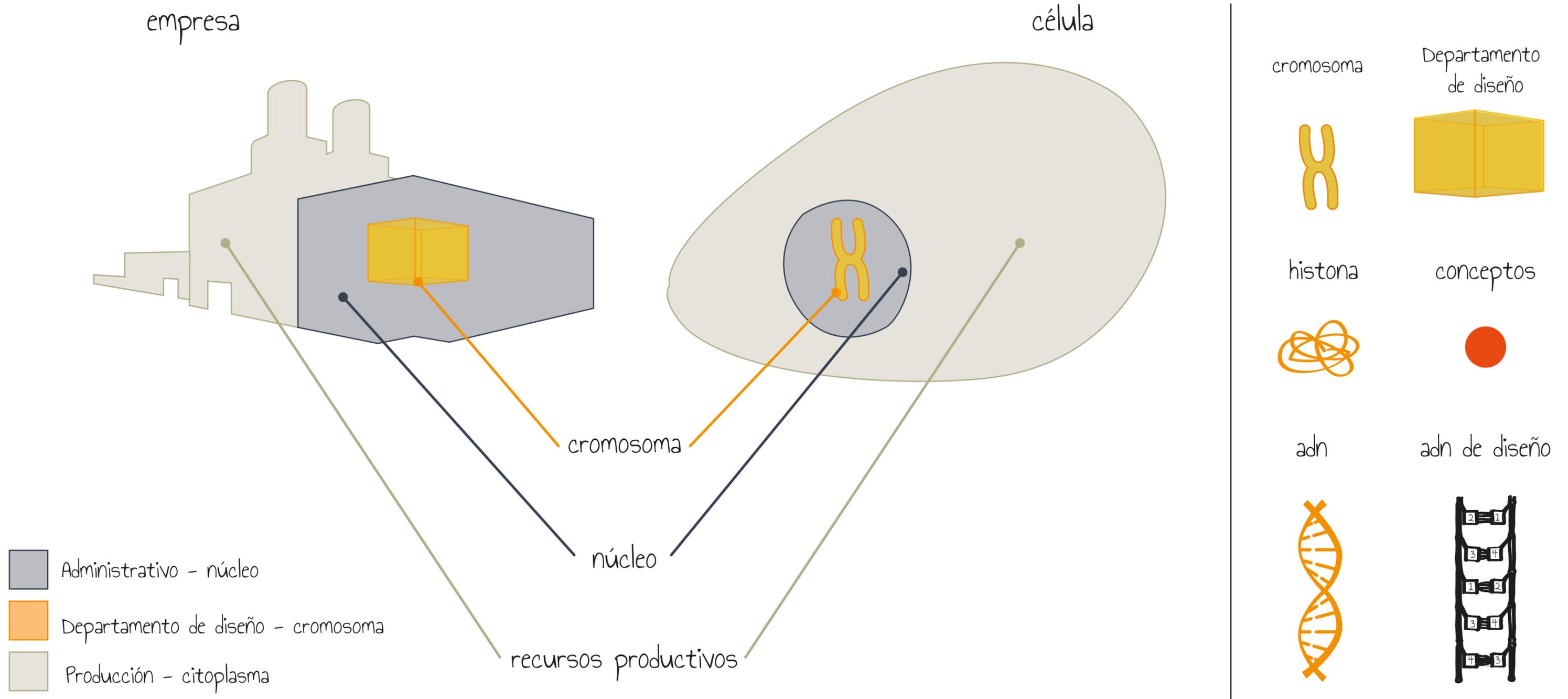
producto  
Bienes y servicios



# 7. Analogías

Comparativa de unidades productivas

adn del Diseño

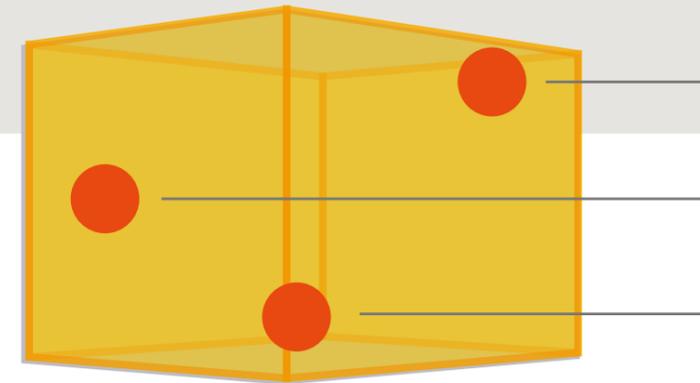


# 8. Funcionamiento

Departamento de diseño - cromosoma

a

Diseño interactua con la empresa



b

Se detecta necesidades en base a investigaciones en el mercado y empresa para desarrollar conceptos

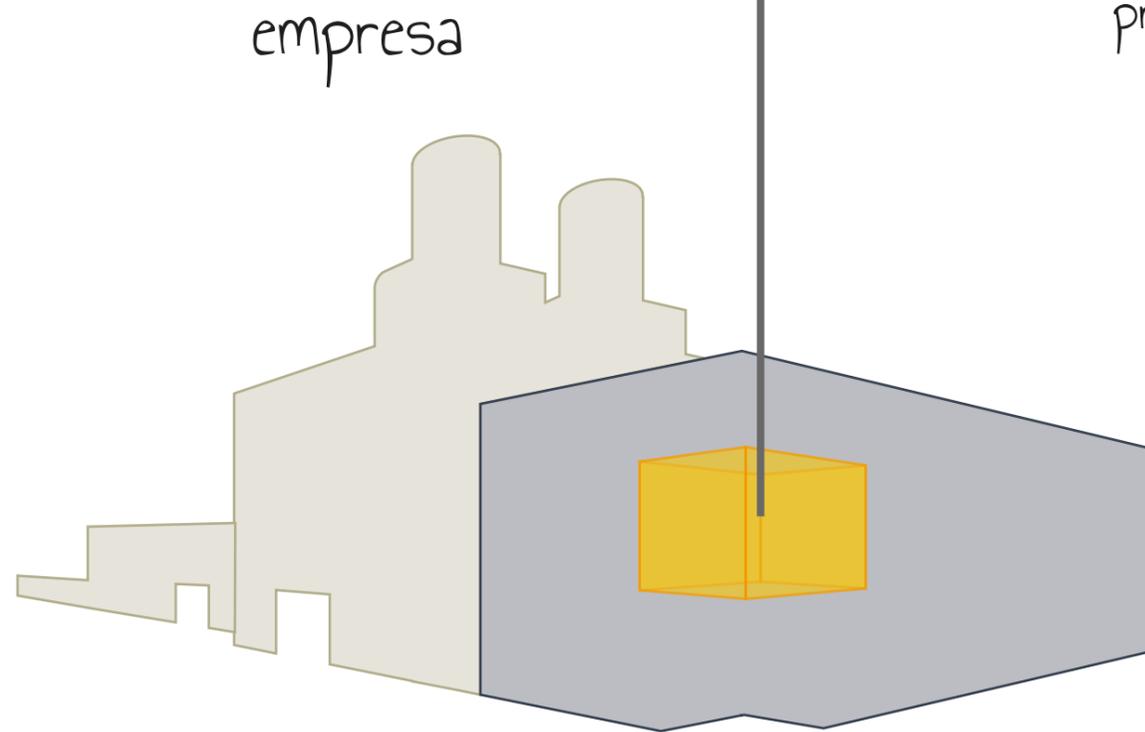
c

Concepto: propuestas creativas mediante la cultura proyectual

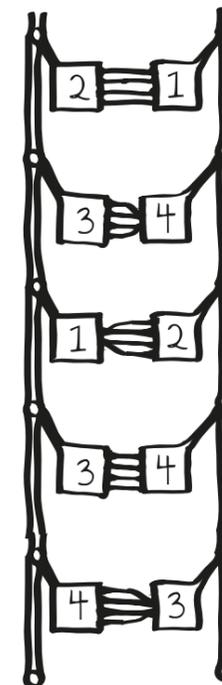


d

adn: código de elementos base para el desarrollo de proyectos de diseño



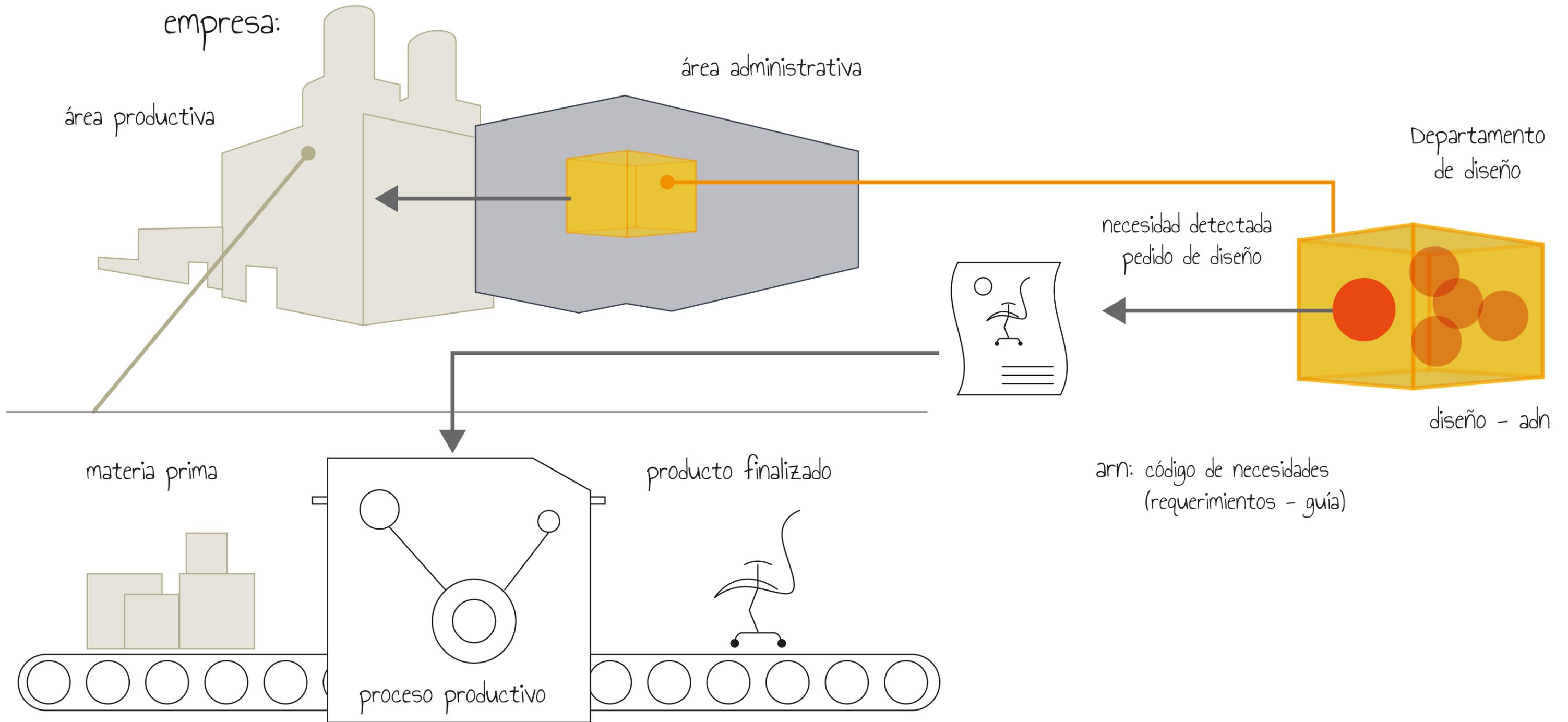
diseño - adn



# 8. Funcionamiento

Función del adn y arn (analogía)

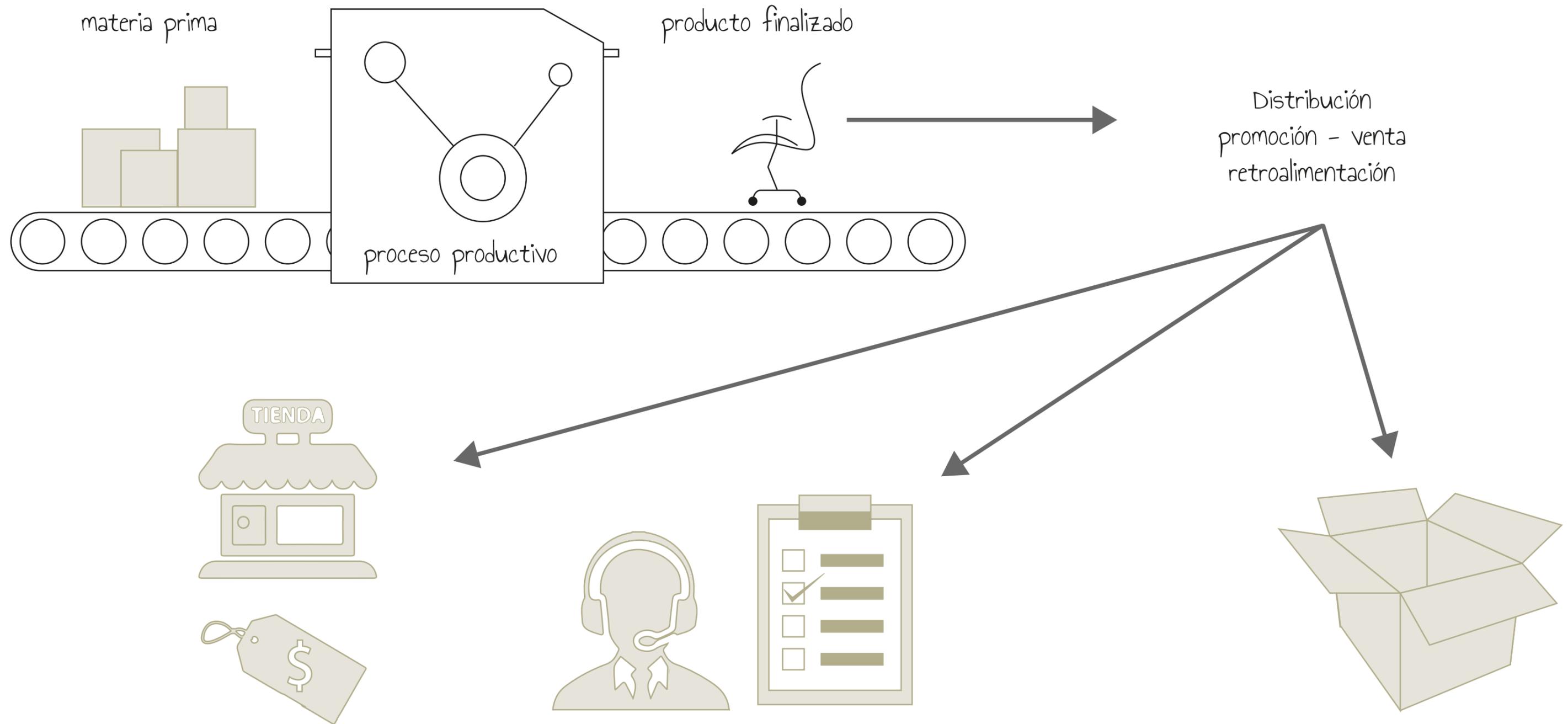
adn del Diseño



# 8. Funcionamiento

Función del adn y arn (analogía)

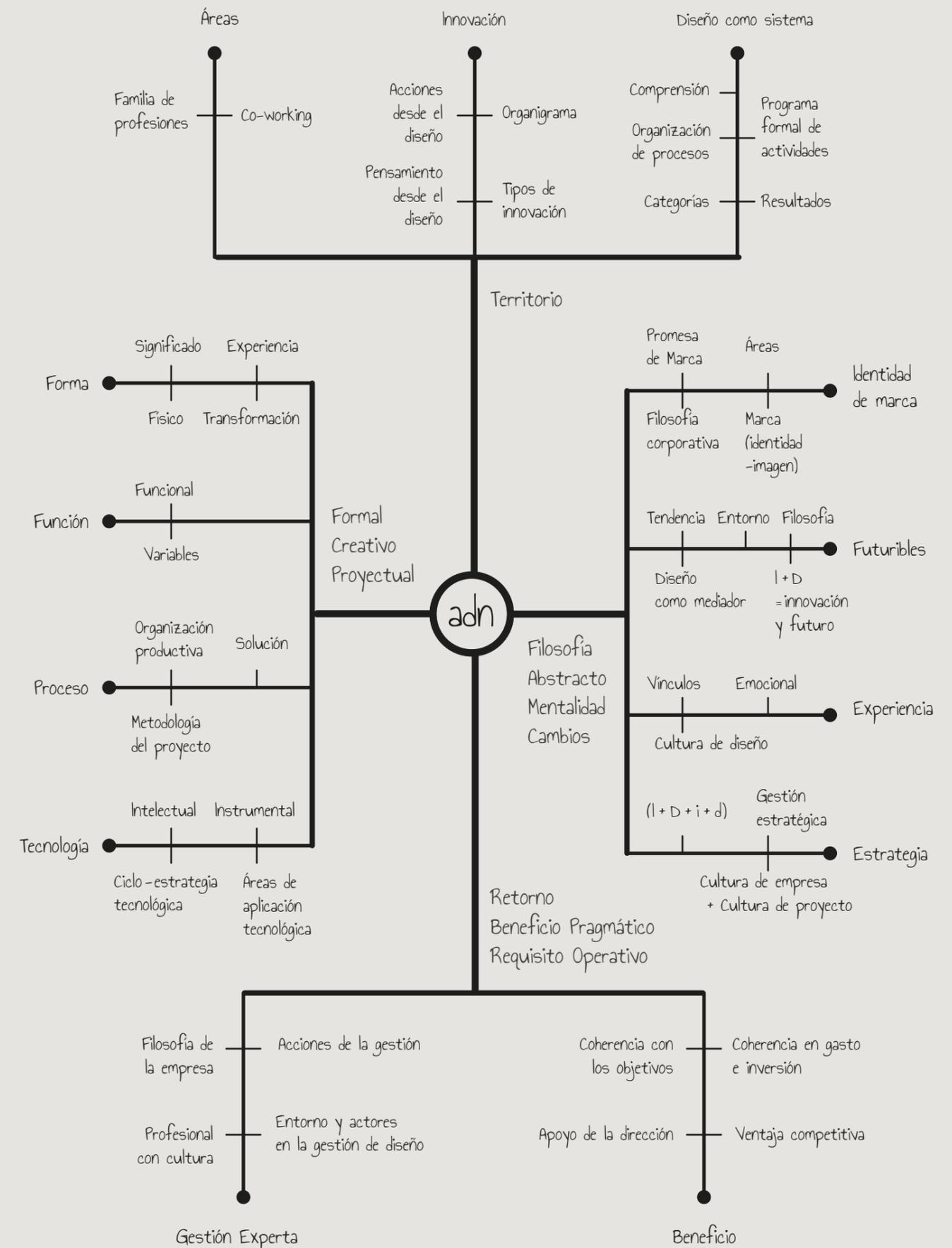
adn del Diseño



## 9. Estructura base (Discusión)

El ADN del Diseño debe adaptarse a los procesos de la empresa y la empresa debe adaptarse al ADN del Diseño.

Flexible  
Dinámico  
Adaptable



## 10. Conclusiones

1. Se generó concordancia en temas de la gestión del diseño, políticas de diseño, integración del diseño y el diseño como impulsor de la innovación, entre otros.
2. Se encontró nexos temáticos que han dado paso a una esquematización y organización de contenidos.
3. Los resultados dieron paso a la confirmación de elementos del modelo básico e integración de nuevos
4. Los 13 elementos definidos representan el sistema de procesos esenciales que una empresa puede aplicar.
5. El diseño se posiciona a través del ADN como un eje y nexo entre los actores asociados a la actividad productiva y la cultura proyectual

## **11. Futuras líneas de investigación:**

- 1. Investigación a nivel doctoral a futuro:**
- 2. Generación y validación de una herramienta de evaluación mediante los elementos del ADN del Diseño.**
- 3. Tipologías de empresa acorde a los elementos del ADN del diseño se-gún su avance e implementación.**
- 4. Integración del diseño a todo nivel, a través de estrategias y políticas derivadas del ADN del diseño.**

# GRACIAS



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

**2017**