

Procesos de diseño y desarrollo de nuevos productos: relación con el marketing y la ingeniería.

Federico Del Giorgio Solfa, Federico Ernesto Lagunas y María Sol Sierra.

Cita:

Federico Del Giorgio Solfa, Federico Ernesto Lagunas y María Sol Sierra (Julio, 2015). *Procesos de diseño y desarrollo de nuevos productos: relación con el marketing y la ingeniería. VI Congreso Latinoamericano en Enseñanza del Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/maria.sol.sierra/7>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/p0CX/kr5>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



Procesos de diseño y desarrollo de nuevos productos: relación con el marketing y la ingeniería

**VI Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño
Comisión Investigación, Metodología y Técnicas
Universidad de Palermo
Julio 2015**

Definiciones

El diseño industrial.

“El diseño industrial es una actividad proyectual que consiste en determinar las propiedades formales de los objetos producidos industrialmente. Por propiedades formales no hay que entender tan solo las características exteriores, sino, sobre todo, las relaciones funcionales y estructurales que hacen que un objeto tenga unidad coherente desde el punto de vista del producto como del usuario”

Tomás Maldonado, 1977



Proceso

(según la Real Academia española)

- acción de ir hacia adelante;
- transcurso del tiempo;
- conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial

para esta investigación

- realización de actividades o etapas sucesivas en pos de alcanzar un objetivo del modo más eficiente.

El proceso de diseño:

- abarca los pasos comprendidos desde los primeros bocetos hasta la definición final del objeto de diseño en sus formas, terminaciones y detalles;
- tiene como objetivo final materializar un producto.



Definiciones

Método.

- modo de decir o hacer con orden;
- procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla;
- medio utilizado para llegar a un fin (según la Real Academia Española)
- Son estudiados por la ciencia de la metodología.

Los métodos del diseño industrial, tienen en común que intentan exteriorizar el proceso de diseño que de otra forma sería interno del diseñador (Jones, 1982).



Métodos de diseño,
desde el Diseño Industrial.

Christopher Jones (1982)

Métodos de diseño

la creatividad

el control

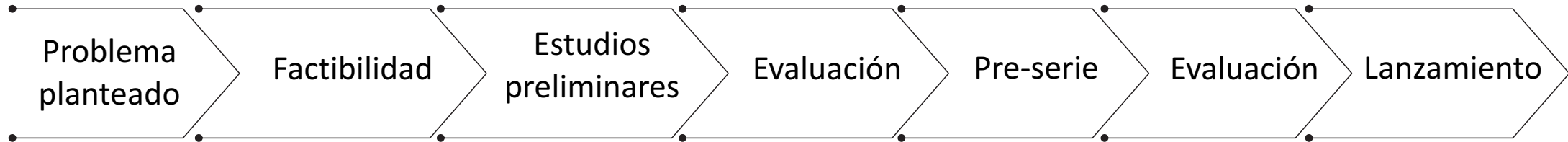


la racionalidad

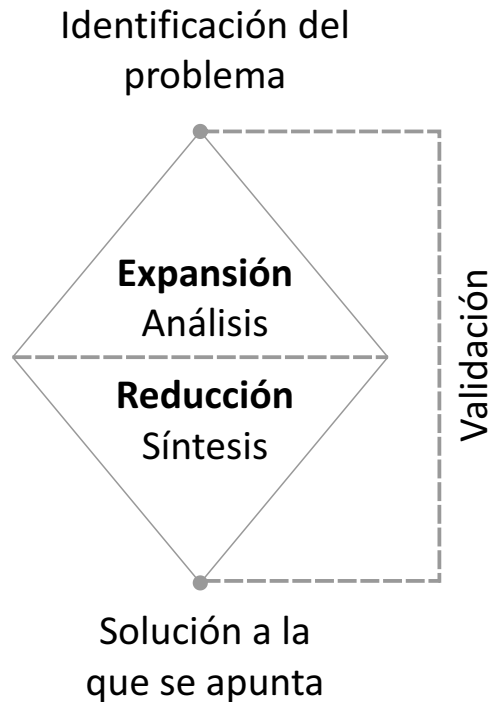


Métodos de diseño, desde el Diseño Industrial.

Danielle Quarante (1992)



Cada una de estas fases
implica etapas internas:

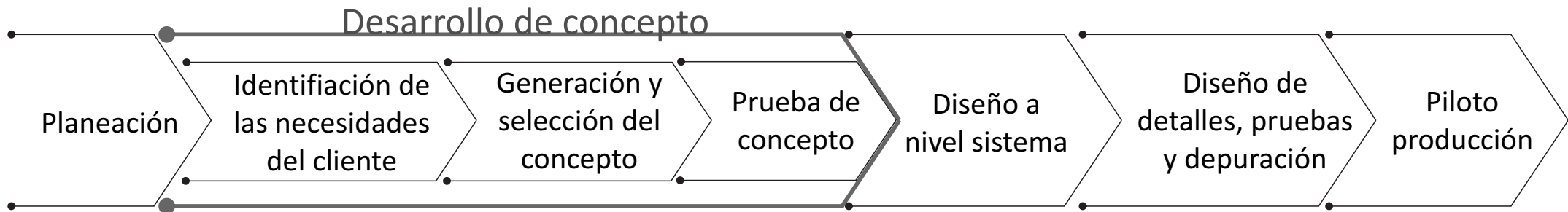


[Método Alexander]



Métodos de diseño, desde el Diseño Industrial.

Ulrich y Eppinger (2004)



Productos impulsados por la tecnología

Productos impulsados por el usuario



Definiciones

Marketing.

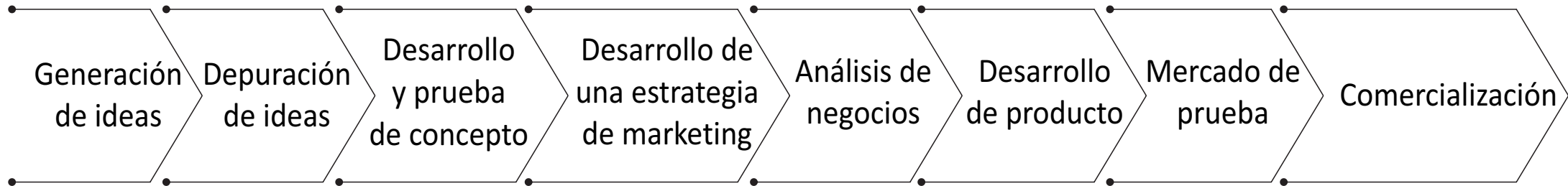
- "...es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización." (American Marketing Association)

El marketing debe contemplar los cambios en los intereses de los consumidores, los avances tecnológicos y las propuestas de la competencia entre otros factores



Métodos de diseño, desde el Marketing.

Philip Kotler y Gary Armstrong (2003)



Definiciones

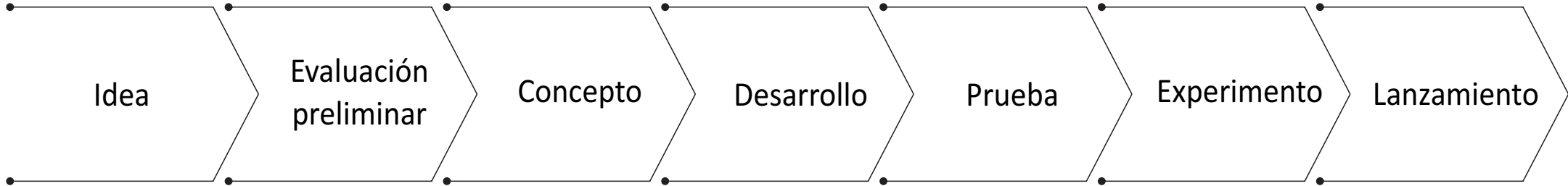
Ingeniería de producto

- proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene un elemento apto para su comercialización mediante algún proceso de fabricación.
- Por lo general comprende actividades relacionadas con optimizar el costo de producción, su facilidad de fabricación, su calidad, funcionalidad, confiabilidad y otras características importantes para el usuario.



Robert Cooper

Métodos de diseño,
desde la ingeniería.



Eric Vernetto



Conclusiones primarias.

- Las metodologías analizadas poseen características basales similares, que pueden complementarse en una estructura coherente alineada a los distintos objetivos y metas de las organizaciones productivas.
- Las características de los grupos de trabajo que ponen en práctica las metodologías evaluadas, son definitorias determinando las posibilidades de éxito y definiendo la complejidad de los procesos a encarar.
- El diseño industrial emerge a partir de este estudio como disciplina con un rol central, como articulador, ya que conecta las disciplinas de la ingeniería desplegadas en el interior de la fábrica, directamente con los usuarios, inmersos en el mercado cuyo dominio esta a cargo del marketing, a través de las disciplinas de la administración.



Gracias!

