

Código	Título	Investigador	e-mail
881-000006	Identificación y análisis de variables para la construcción de un modelo para medir la contribución del diseño en las empresas locales	Maria Cristina Hernández  Santiago Ruiz Arenas	<a href="mailto:mhernand@eafit.edu.co">mhernand@eafit.edu.co</a>  <a href="mailto:sruizare@eafit.edu.co">sruizare@eafit.edu.co</a>
<b>Disciplina</b>	<p>Cumplir con cualquiera de las siguientes dos opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingeniero de diseño de producto graduado, que haya cursado la línea de énfasis en gerencia de diseño y/o que haya terminado la especialización en gerencia de diseño.</li> <li>• Egresados de ingeniería de diseño, ingeniero de cualquier otra rama, diseñador industrial, o profesional en mercadeo que haya terminado especialización en áreas afines a la gestión de diseño e innovación.</li> </ul>		
<b>Resumen</b>	<p>Tradicionalmente, la aplicación del diseño dentro de las compañías se limitaba al desarrollo de productos tangibles con el fin de diferenciarse de la competencia a través de la funcionalidad y la estética del producto. Sin embargo, factores asociados al ejercicio del diseño tales como, la capacidad de resolución de problemas, creatividad, habilidades comunicativas, trabajo en equipo y co-creación basado en procesos iterativos ha demostrado ser de gran utilidad para empresas de múltiples y diversos sectores. Esto ha hecho que la aplicación del diseño se vea en un proceso expansivo, en el cual se ha logrado evidenciar una importante contribución en los resultados de innovación de las compañías, y en la competitividad de las mismas. A pesar de ello, la aplicación del diseño en Colombia es aún limitada, y subvalorada por las empresas. Esto se debe a los costos asociados a su implementación y a la incertidumbre que implica el no poder cuantificar o demostrar a través de datos concluyentes la importancia del diseño dentro de las compañías, y su aporte en la mejora del desempeño de las mismas. El presente proyecto busca determinar maneras de evaluar el valor del diseño en la industria local, a través del desarrollo de un modelo que explique la relación entre las variables asociadas a la implementación del diseño y los indicadores de desempeño de las empresas. Con esto se busca reducir la incertidumbre que genera en los gerentes de las organizaciones las decisiones asociadas al diseño, favoreciendo así la obtención de los beneficios que éste implica a nivel micro y macroeconómico.</p>		
<b>Objetivo General</b>	<p>Determinar cómo medir la contribución del diseño en las empresas del área metropolitana de Medellín a través del desarrollo de un modelo que explique la relación entre las variables involucradas. A través de esto se busca:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encontrar medios para predecir las implicaciones asociadas a las decisiones estratégicas de diseño,</li> <li>• Fomentar la implementación del diseño en los diferentes niveles de gestión de las compañías locales.</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el nivel de competitividad de la empresa y a contribuir a alcanzar los objetivos de sostenibilidad de la misma.</li> </ul>
<p><b>Objetivos Específicos</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar y clasificar los indicadores que actualmente se utilizan para medir la contribución del diseño en las compañías y aquellos que se usan para evaluar el desempeño de la empresa, a través de una revisión de literatura, análisis de casos de estudio y aplicaciones industriales documentadas.</li> <li>2. Hacer una clasificación de las empresas del área metropolitana de Medellín, según su aplicación del diseño, considerando factores como: nivel al que se aplica (operativo, táctico, estratégico), resultado de diseño (producto, servicio o experiencia), integración en la estructura organizacional (centrado en un departamento de diseño, o distribuido en múltiples áreas), entre otros. Esto con el fin de definir qué tipos de indicadores son requeridos para el contexto nacional.</li> <li>3. Seleccionar dos categorías de empresas, a partir de la clasificación definida en el objetivo 2, considerando como criterios de selección factores como: cantidad de empresas disponibles, accesibilidad a las empresas, impacto sobre la economía nacional, distribución geográfica de las empresas, entre otros. Esto con el fin de determinar el tipo de empresas más adecuadas para la ejecución de procesos de validación posteriores.</li> <li>4. Identificar las variables asociadas al ejercicio del diseño que influyen en mayor medida en el desempeño de la compañía, a partir de un análisis de campo que involucre un grupo de empresas pertenecientes a las categorías seleccionadas.</li> <li>5. Analizar en qué medida los predictores identificados influyen en el comportamiento de las variables de desempeño de la compañía, tomando como base información recabada en las empresas previamente seleccionadas.</li> <li>6. Interpretar los resultados obtenidos a partir de un análisis cualitativo que involucre expertos y miembros de las compañías analizadas. Esto con el fin de entender la relación causa-efecto que explica la influencia de las variables evaluadas en el desempeño de la compañía.</li> </ol>