

SE explicara en detalle cuando se reanuden las clases.

**LOS ASPECTOS DE GESTIÓN, ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN, EVALUACIÓN Y DESARROLLO DEL PROYECTO DE DISEÑO,** ASÍ COMO LOS PROCESOS DE PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN COMO SERVICIO PROFESIONAL.

PRESENTA  
M.C ARTURO ESTRADA RUIZ.



# LA GESTIÓN DE DISEÑO

es una herramienta que nos muestra elementos con los cuales una empresa puede llevar sus productos al mercado, involucrando los departamentos...





## **Aguayo & Soltero (2003) nos dicen:**

*ORGANIZACIÓN del trabajo entre los departamentos y áreas funcionales de una empresa, mediante el cual, el tiempo de creación del nuevo producto disminuye de forma drástica, su calidad mejora de forma ostensible y se incrementa para manejar la complejidad. Si resumiéramos las fases a seguir para la creación de un producto, serían las siguientes:*

**INVESTIGACIÓN**

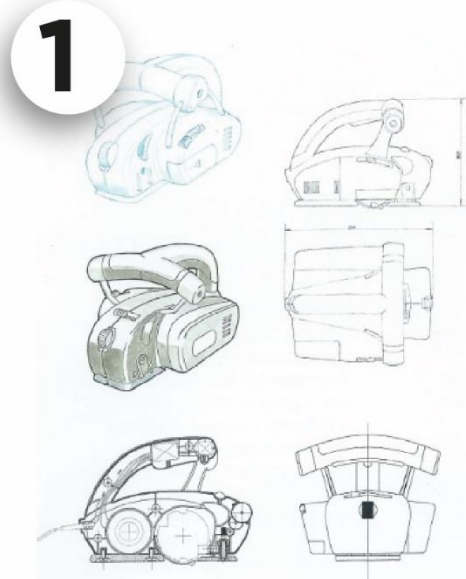
**DESARROLLO**

**ANALISIS**

**MEJORAS**

**PROTOTIPO**

**PRODUCCIÓN**





# -ADMINISTRACIÓN -

En el departamento de administración, se revisan los elementos que comprenden la entrada y salida del dinero que hace funcionar a la empresa y la fabricación de los objetos, este concepto de administrar va más allá del que se comercialice un producto y se pague a tiempo.

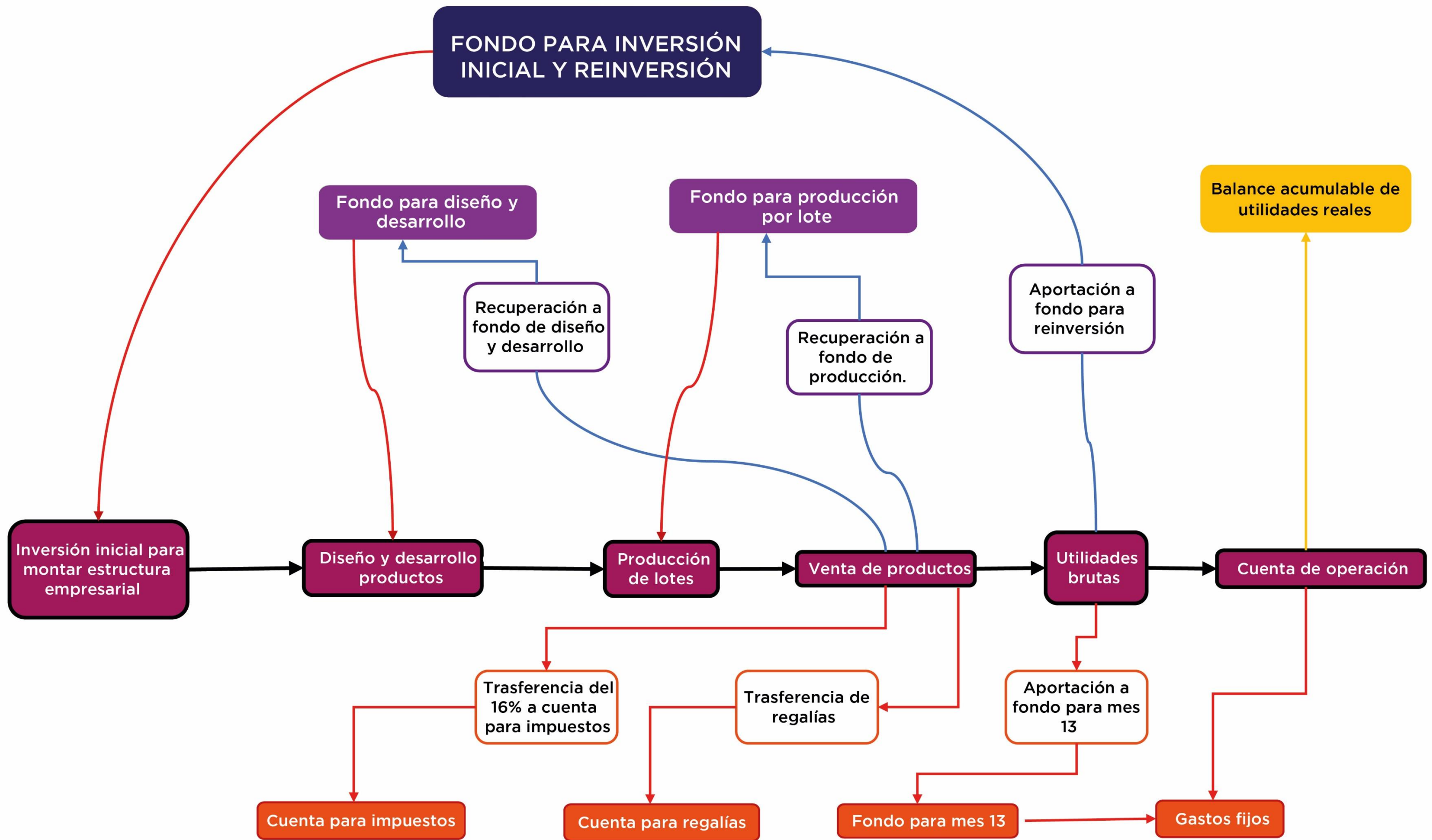
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	<b>GASTOS Y VENTAS, DESPACHO DE DISEÑO DE 2 PERSONAS</b>											
2	Inversión inicial para el despacho	\$100,000										
22	<b>GASTOS OPERACION OFICINA</b>											
23	Renta	\$4,000			\$4,000			\$4,000			\$4,000	
24	Electricidad	\$200			\$200			\$200			\$200	
25	Agua	\$100			\$100			\$100			\$100	
26	Teléfono e internet	\$800			\$800			\$800			\$800	
27	Gas	\$100			\$100			\$100			\$100	
28	Limpieza	\$800			\$800			\$800			\$800	
29	Consumibles oficina	\$250			\$250			\$250			\$250	
30	Contadores	\$400			\$400			\$400			\$400	
31	Aportación a Fondo para Mes 13	\$1,856			\$1,856			\$1,856			\$1,856	
32	Aportación a Fondo para reinversión	\$4,167			\$4,167			\$4,167			\$4,167	
33	<b>SUELDOS</b>											
34	Diseñador Empresario	\$10,000			\$10,000			\$10,000			\$10,000	
35	Diseñador Junior / Asistente	\$6,500			\$6,500			\$6,500			\$6,500	
36	Prestaciones salarios (Aproximado)	\$5,775			\$4,125			\$7,425			\$4,125	
37	<b>TOTAL DE GASTOS</b>				<b>\$33,298</b>			<b>\$36,598</b>			<b>\$33,298</b>	
39	<b>BALANCE MENSUAL</b>				<b>-\$1,808</b>			<b>\$10,637</b>			<b>\$1,341</b>	
40	<b>BALANCE ACUMULADO</b>				<b>-\$1,808</b>			<b>\$8,829</b>			<b>\$10,170</b>	
42	Fondo para mes 13				\$1,856			\$3,713			\$5,569	
43	Aguinaldos				\$0			\$0			\$0	
45	Fondo para reinversión				\$4,167			\$8,333			\$12,500	

Captura de pantalla 1. Emiliano Godoy, Taller el "diseñador empresario" La salle, Ciudad de México 2013.

	A	B	C	D	E	F	G	H
6	<b>COSTOS DE DESARROLLO A AMORTIZAR</b>							
7	Cantidad	Concepto	Costo unitario	Subtotal				
8	1	Diseño	\$ 2,500.00	\$2,000				
9	1	Prototipado y desarrollo	\$ 10,000.00	\$10,000				
10	1	Ingeniería de manufactura	\$ 5,000.00	\$5,000				
12				\$ 17,000.00				Subtotal (suma de todos los conceptos sin IVA)
13				1580				Cantidad piezas entre las que se quiere amortizar el costo de desarrollo (definida por el empresario)
14				\$ 10.76				Costo por pieza (Subtotal entre cantidad para amortización)
15	<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN POR LOTE</b>							
16	Cantidad	Protección	Insumo	Costo unitario	Costo sin IVA	% sobre costo total		Proveedor
17	10	0	Hoja MDF Deco 12mm, 122 x 244 cm	\$550	\$5,500	27.44%		Masisa
18	320	10	Galletas Domino	1.3	\$429	2.14%		Festool
19	160	2	Cajas	\$10	\$1,620	8.05%		Empack
20	160	2	Etiquetas	\$5	\$810	4.04%		RAK Diseño
21	160	2	Instructivos	\$1	\$162	0.81%		Impresos internamente
22	10	0	Consumibles	\$40	\$400	2.00%		Proveedores diversos
23	15	0	Horas de maquinado CNC	\$500	\$7,500	37.42%		TULUX
24	20	2	Horas de mano de obra	\$60	\$1,320	6.59%		Contrataciones eventuales
25	10	0	Horas de empaque y limpieza	\$60	\$600	2.99%		Contrataciones eventuales
26					\$0	0.00%		Compañía de transportes
28	158		Partes proporcionales de desarrollo	\$ 10.76	\$1,704	8.50%		Este monto se debe regresar a la cuenta donde esté el Fondo de Diseño y Desarrollo
30					\$20,045			Subtotal (suma de todos los conceptos sin IVA)
31					160			Cantidad por lote
32					1%			Porcentaje de merma
33					158			Productos efectivamente fabricados
34					\$127			Costo de producción por pieza (Subtotal entre Productos efectivamente fabricados)

Captura de pantalla 2. Emiliano Godoy, Taller el "diseñador empresario" La salle, Ciudad de México 2013.







# -FABRICACIÓN DE UN OBJETO -

Se muestran, el cálculo de los materiales y su mano de obra, en la realización de una pieza autorizada para su fabricación y distribución, que también son parte de la administración y que un diseñador debe de estar revisando constantemente para bajar el tiempo de producción y de materiales, para descender en determinado tiempo su costo en la fabricación y mantener su precio en el mercado, sin afectar la calidad del producto.

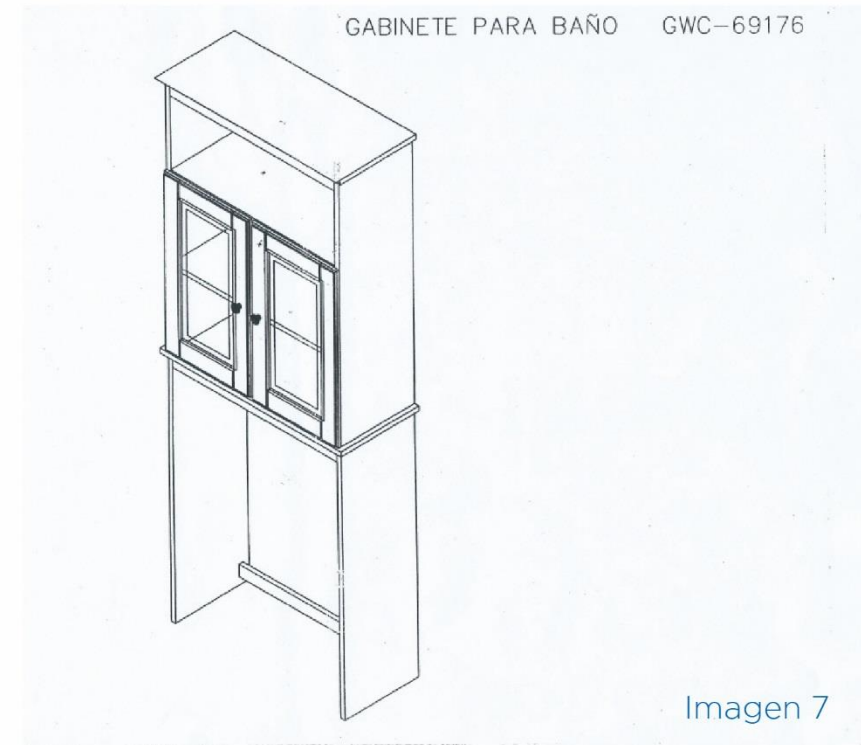


Imagen 7

RTA		DISEÑO		PRODUCTO: GABINETE PARA B.A.O.		MODELO: GWC-69176	
LISTA DE MATERIALES		ACABADO: BLANCO NIEVE		HOJA: 2 DE 4		FECHA: 24 Oct 03	
		PRODUCCION		C O S T O S			
Nº	DESCRIPCIÓN	MATERIALES	UNIDAD	CANT.	CONSUMO UNITARIO	CONSUMO REAL	CODIGO
1	LATERAL INFERIOR DERECHO	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
2		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
3		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
4		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
5		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
6		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
7	LATERAL SUPERIOR DERECHO	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
8		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
9		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
10		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
11		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
12		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
13	REFUERZO INFERIOR	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
14		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
15		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
16		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
17		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
18	REFUERZO SUPERIOR	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
19		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
20		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
21		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
22		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
23		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
24	PUERTA IZQUIERDA	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
25		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
26		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
27		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
28		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
29		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
30	UNION CENTRAL PUERTA	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
31		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
32		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
33		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
34		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
35		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
36	ABISMA SUPERIOR PUERTA	CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
37		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
38		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
39		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
40		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
41	LATERAL DERECHO PUERTA	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
42		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
43		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
44		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
45		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
46		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ

Imagen 8

RTA		DISEÑO		PRODUCTO: GABINETE PARA BAÑO		MODELO: GWC-69176	
LISTA DE MATERIALES		ACABADO: BLANCO NIEVE		HOJA: 1 DE 4		FECHA: 24 Oct 03	
		PRODUCCION		C O S T O S			
Nº	DESCRIPCIÓN	MATERIALES	UNIDAD	CANT.	CONSUMO UNITARIO	CONSUMO REAL	CODIGO
1	COBERTA ALTA	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
2		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
3		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
4		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
5		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
6		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
7	LADO SUPERIOR IZQUIERDO	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
8		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
9		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
10		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
11		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
12		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
13	LADO SUPERIOR DERECHO	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
14		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
15		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
16		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
17		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
18		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
19	ENTREPANO FIJO ALTO	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
20		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
21		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
22		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
23		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
24	ENTREPANO INTERNO	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
25		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
26		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
27		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
28		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
29	COBERTA MEDIA	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
30		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
31		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
32		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
33		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
34		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
35	REFUERZO FRONTAL	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
36		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
37		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
38		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
39		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
40	REFUERZO FRONTAL	PANEL DE AGLOMERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
41		CHAPA 15MM	210	2	0.420	0.420	MTZ
42		M.O. ENCHAPADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
43		M.O. CORTE DIMENSIONADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
44		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ
45		M.O. BARRERADO	210	1	0.210	0.210	MTZ

Imagen 9



Todos estos cálculos se realizan, con la finalidad de que lo pague el cliente y la empresa, no tenga que cubrir el costo de una sola parte de ese diseño, todos estos conceptos lo realizan en el área de administración.

## LA ADMINISTRACIÓN DEBE DE TENER EN CUENTA:

- ✓ Organización
- ✓ Control económico
- ✓ La relación y simplificación de los componentes del producto, estandarización y tipificación
- ✓ Adecuación a técnicas racionalizadas de producción.
- ✓ Facilidad en el montaje.
- ✓ Intercambio de los productos y de sus componentes.
- ✓ Adecuada selección de los materiales y tecnología, su aprovechamiento óptimo
- ✓ Seguimiento y contabilidad.
- ✓ Utilización, en lo posible, de materiales y tecnologías nacionales.

RTA		DISEÑO		PRODUCTO: GABINETE PARA W.C.	MODELO: GWC-69176						
LISTA DE MATERIALES		ACABADO: BLANCO NIEVE		HOJA: 4 DE 4	FECHA: 24-Oct-03						
		PRODUCCION		C O S T O S							
No.	NOMBRE	No. PART.	MATERIAL CARAS	MEDIDAS (MM) ESP. ANCHO LARGO	VETA	UNID. MED.	CONSUMO UNITARIO	CONSUMO REAL	UNIDAD MEDICA	CODIGO	OBSERVACIONES
1	HERRAJE		JALIZERA SATINADA					2	PZA	JJLA0013	
2			LAQUETE DE MADERA 35MM					14	PZA	TACU0001	CAMBIA
3			LAQUETE DE PLASTICO (AZUL) 1P3					4	PZA	TACU0002	
4			TORNILLO C/CABEZA MIXTA 12X2" (THORSMEX)					4	PZA	TORN 0020	
5			TORNILLO CONFIRMAT					14	PZA	26457196	CAMBIA
6			TAPA PARA CONFIRMAT BLANCA					10	PZA	04234303	CAMBIA
7			ESCUADRA DE NYLON					4	PZA	FSAN0002	CAMBIA
8			PLJA 8-12 X 13MM No.3					12	PZA	10HN 0004	CAMBIA
9			CLAVO DE 1"					14	PZA	CLAV0001	
10			TUERCA MINIFIX 15/15MM DE PLASTICO					8	PZA	26216106	
11			PERNO MINIFIX DE 34MM GRANDE					8	PZA	26228624	
12			BISAGRA SERIE H-MINI					4	PZA	32725006	
13			PLACA PARA BISAGRA SERIE H-MINI					4	PZA	32795909	
14			RESBALON (RECATON CON CLAVO)					4	PZA	RESB0001	SE AGREGA
15			ETIQUETA PARA BOLSA DE HERRAJE					1	PZA	ETIQ0002	
16			CINTA TELA PLATEADA					0.094	ML	CINT0001	SE AGREGA
17	EMPAQUE		ETIQUETA BLANCA SIN IMPRESION					14	PZA	ETIQ 0001	CAMBIA
18			INSTRUCTIVO ILLUSTRADO					1	PZA	INST 0001	CAMBIA
19			PELLICULA POLYSTYRECH					9.04	KG	PELU 0001	
20			ESQUINERO 7.5 X 7.5 X 7.5					4	PZA	ESQU 0001	
21			POLIETILENO GAL 350					9.01	KG	POLI0001	
22			CUADRIPLETICO RTA					1	PZA	QUAD0001	
23			M.O. EMPAQUE					2	MIN	EMPA 0001	
24			CAJA NUEVA (55.4 Lx 16.3 AN x 38.6 AL J")					1	PZA	PENDETE	CAMBIA
25			HOT MFAI T PARA CAJA					0.03	KG	FEGA 0001	
26			FOTOGRAFIA TAMAÑO ESTANDAR					1	PZA	FOTO 0001	
27			RESISTO. 25/ PARA FOTOGRAFIA					0.016	KG	FEGA 0005	
28			ETIQUETA PARA CAJA					1	PZA	ETIQ 0002	
29			HOT MFAI T PARA CHAPACINTA					0.031	KG	FEGA 0002	
30											
31											
32											
33											
34											
35											
36											
37											
38											
39											
40											
41											
42											
43											
44											
45											
46											
47											
48											
49											
50											
51											
52											
53											
54											
55											
56											
57											
58											
59											
60											
61											
62											
63											
64											
65											
66											
67											
68											
69											
70											
71											
72											
73											
74											
75											
76											
77											
78											
79											
80											
81											
82											
83											
84											
85											
86											
87											
88											
89											
90											
91											
92											
93											
94											
95											
96											
97											
98											
99											
100											



# -EVALUACIÓN- Y -DESARROLLO DE PROYECTO-

## Evaluación

Permite a los diseñadores mejorar sus resultados, antes de que salga a la venta el producto, fortaleciéndose con el feedback del cliente y del público objetivo, al llevar el prototipo a sus manos y dejar que experimenten con el diseño.



Por autor, (2019) Imagen 10.- Hoja de seguimientos de materiales, mano de obra y maquinaria de un producto.



# LOS CONCEPTOS QUE SE EVALÚAN:

- ✓ Factor humano-Ergonomía: Facilidad de uso, facilidad de mantenimiento, facilidad de asimilación, seguridad. (Avila, Flores, Espinoza, Cárcamo, Gamboa, González, p. 40)
- ✓ Materiales.
- ✓ Procesos de producción.
- ✓ Costos.

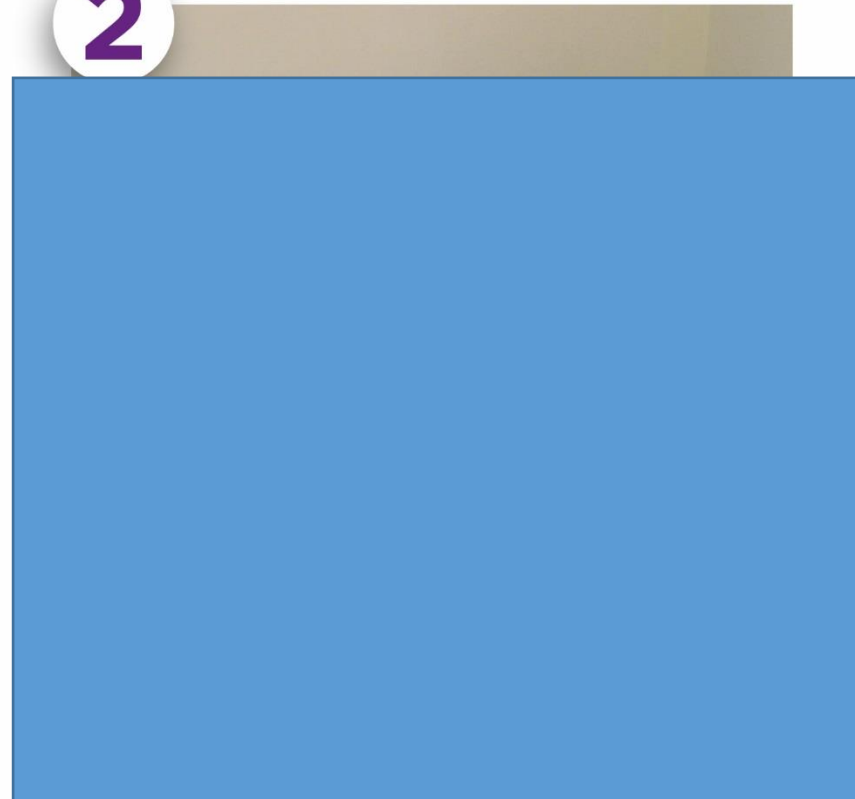


Se analizan los resultados positivos y negativos de cómo fue la interacción, **USUARIO-PRODUCTO**, y determinar si la solución propuesta cumplió con los objetivos del encargo.

1



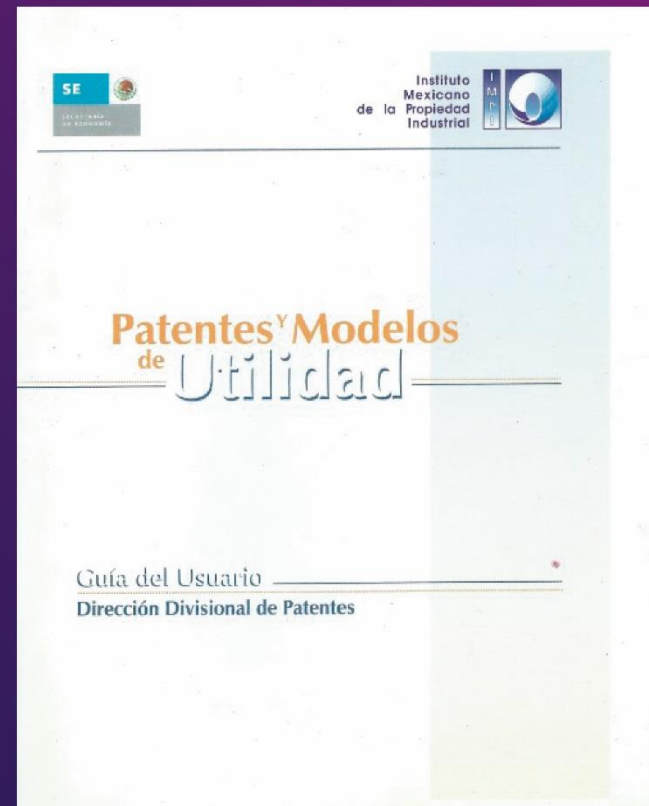
2



3

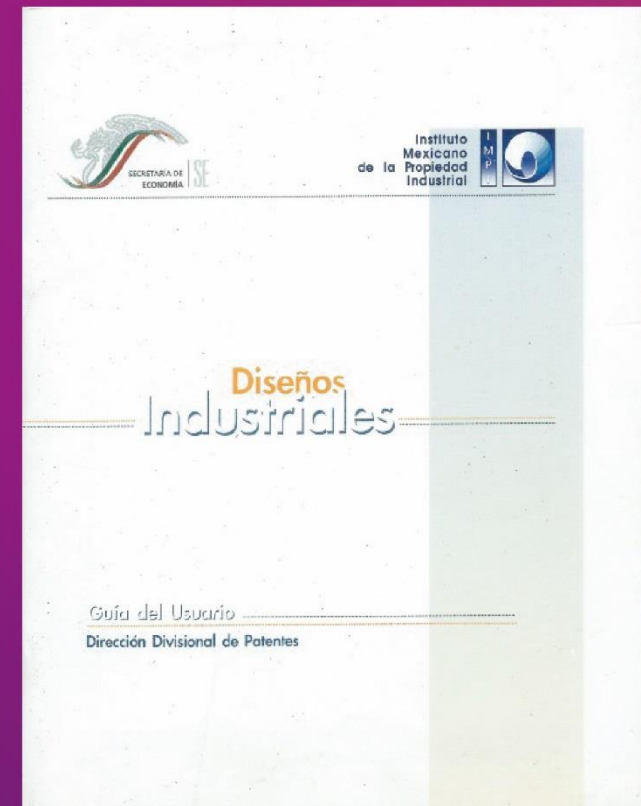


# REGISTRAR TODOS LOS PRODUCTOS ANTE EL IMPI EN LA SECCIÓN DE PATENTES Y MODELOS, AYUDA A PROTEGER LOS DISEÑOS Y EVITAR QUE CUALQUIER EMPRESA IMITE ESOS PRODUCTOS QUE SE LLEVARON HORAS DE PLANEACIÓN Y LOS COMERCIALICE EN EL MERCADO SIN RESTRICCIÓN NI TIEMPO PAGADO EN DISEÑO ALGUNO.



Por autor (2019) Imagen 19- Render.

Por autor (2019) Imagen 26.  
- Solicitud Patente.



Por autor (2019) Imagen 27.  
- Manual diseños industriales

Por autor (2019) Imagen 28.  
- Solicitud de registro de diseño industrial.



**(Swann. 2002, p 114):**

*“La publicidad puede ser una forma de comunicación cara y peligrosa porque, en un brevísimo período de tiempo y utilizando una cantidad de espacio limitada, hay que transmitir y comunicar un mensaje positivo”.*

*“Hay que escuchar al consumidor”*

**Y con la promoción de un producto o una marca, nos acercamos al público target para el cual fue diseñado un objeto.**

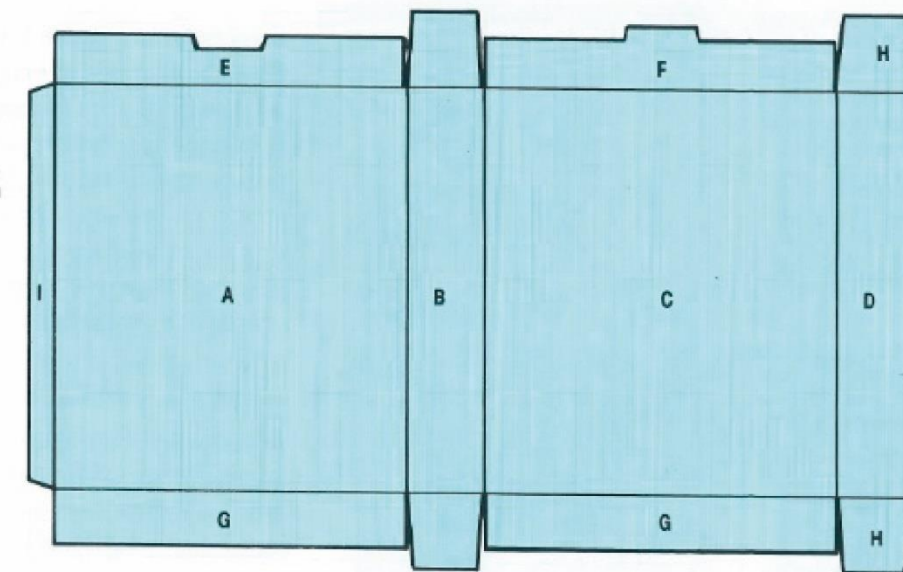
- ✓ DEFINICIÓN.
- ✓ INVESTIGACIÓN.
- ✓ IDEACIÓN.
- ✓ PROTOTIPO/MAQUETA/BOCETOS
- ✓ SELECCIÓN.
- ✓ IMPLEMENTACIÓN.
- ✓ PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.
- ✓ FEEDBACK (RETROALIMENTACIÓN).

- 1 ¿Quién es el cliente y el público objetivo? (tamaño, tipo, características)
- 2 ¿Qué solución de diseño tiene el cliente en mente? (impreso, internet, vídeo)
- 3 ¿Cuándo se necesitará el diseño y durante cuánto tiempo? (plazos del proyecto)
- 4 ¿Dónde se utilizará el diseño? (medios de comunicación, localización, país)
- 5 ¿Por qué el cliente cree que necesita una solución de diseño?
- + ¿Cómo se implementará la solución? (presupuesto, distribución, campaña)



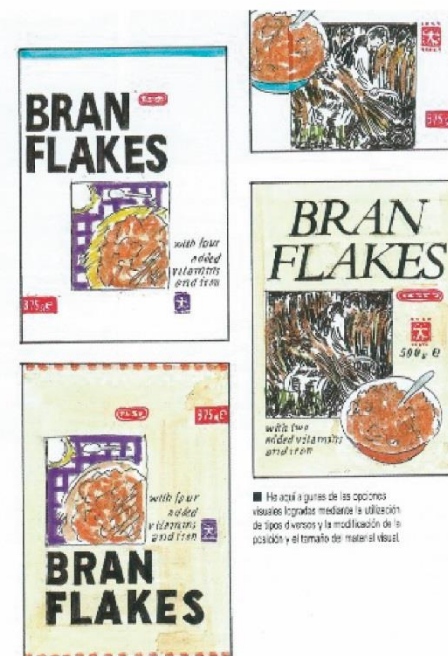
# PROTOTIPO/MAQUETA/BOCETOS

Puede aparecer el packaging (embalaje) novedoso (Harris. 2010, p.22) y los aspectos visuales, colores, texturas, entornos, para transmitir la idea en un cartel, las frases cortas y pegajosas, el acabado en una impresión o con cartón y plumones se presenta en esta etapa.



- A Delante
- B Lado
- C Detrás
- D Lado
- E Solapa frontal
- F Contralapa para la solapa frontal
- G Solapas interiores
- H Solapas laterales
- I Rebordé para el pegado

Swann (2002) Bases del diseño gráfico. Imagen 31, p 135



Swann (2002) Bases del diseño gráfico. Imagen 32, p 135

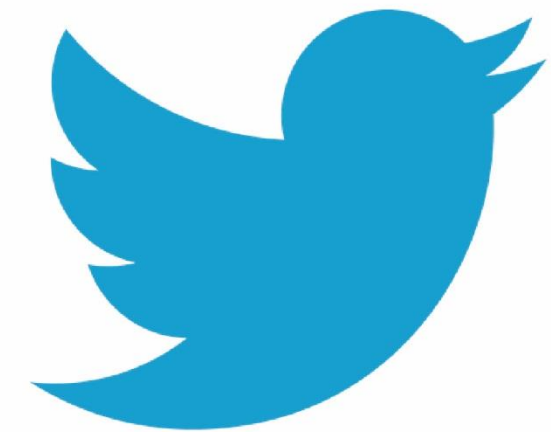


Swann (2002) Bases del diseño gráfico. Imagen 33, p 135



# PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.

Casi por último, el medio de comunicación, número uno actualmente, el que ha evitado la generación de nuevas paginas de internet y fomentar el solamente crear un perfil en su red social. Nos referimos a las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.





# FEEDBACK

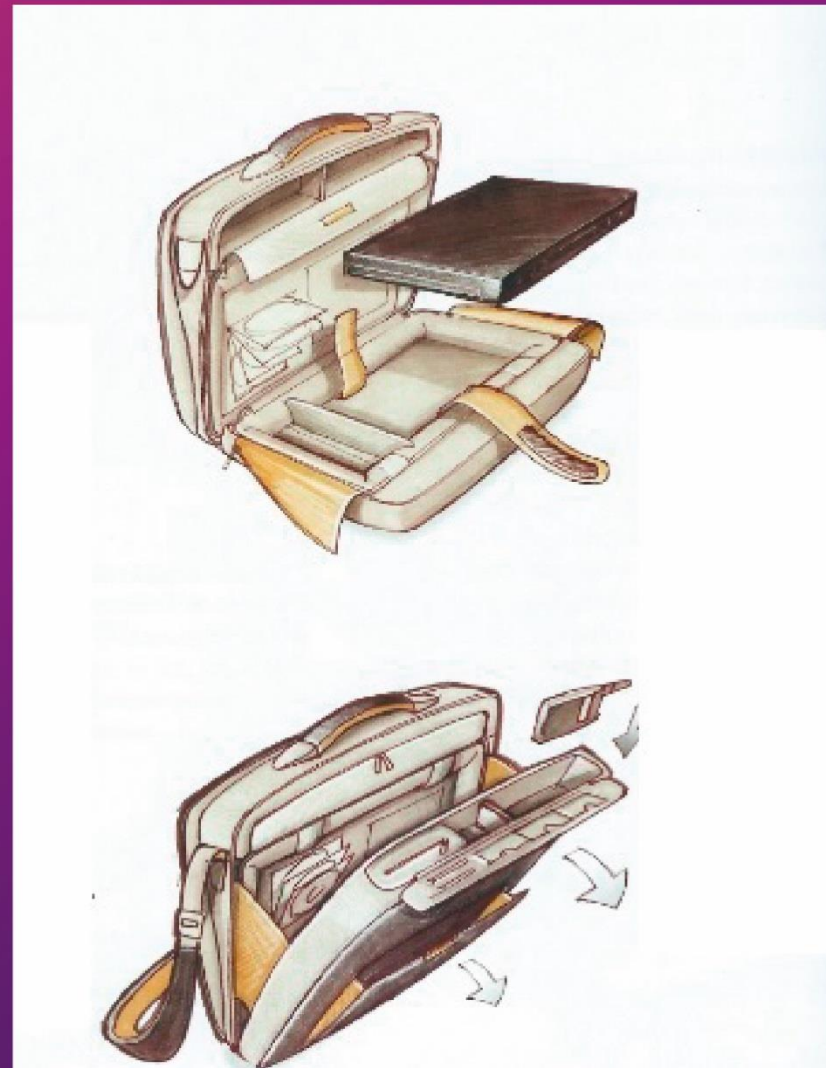
Esta etapa incluso en la escuela la encontramos en el último peldaño del temario de una materia, debido a que todo el desarrollo de un producto se va deshilando y mandando a su respectiva área para que nos entregue de regreso un objeto en tres dimensiones.





# LA GESTIÓN DE DISEÑO

es una organización interna dentro de una empresa, que le permite al diseñador saber que concepto o departamento seguir durante todo el proceso de diseño, de esta forma puede dar respuesta a las preguntas estratégicas que las empresas se plantean para que su proyección en el mercado sea eficiente.





# BIBLIOGRAFÍA

- Abad, A. (1990) Manual del diseñador. (1993). Ciudad de México. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Aguayo, F & Sánchez, S (2003) Metodología del diseño industrial, un enfoque desde la ingeniería concurrente. Alfaomega. Ciudad de México.
- Ávila, R y Flores, C. (2007) La adecuación ergonómica; objetivo de los estudios antropométricos. Diseño y usuario. Aplicaciones de la ergonomía (pp.42-47) Ciudad de México. Designio.
- Barbero, S y Cozzo, B. (2009) Ecodesign. H.F.Ullmann. Italia.
- Caplan, R. (1982) By design. (2005). New York. Fairchild.
- Campos, C. (2006) Diseño de productos. Maomao. Barcelona.
- Flores, C. (2001). Ergonomía para el diseño. Ciudad de México. Designio.
- Harris, A (2010) Metodología del diseño. Barcelona. Parramón.
- Heskett, J. (2005) El diseño en la vida cotidiana (2da. ed. 2002) Gustavo Gili. Barcelona.
- Julián, F y Albarracín, J. (2011). Dibujo para diseñadores industriales. Parramón. Barcelona.
- Martin Juez, F. (2002) Contribuciones para una antropología del diseño. Gedisea.2002. Barcelona.
- Munari, B. (1983) ¿Cómo nacen los objetos? (2002) Gustavo Gili. Barcelona.
- Newark, Q (2002) ¿Qué es el diseño gráfico? Manual de diseño. Gustavo Gili. Barcelona.
- Norman, D. (2004) El diseño emocional. (2005) Barcelona. Paidós.
- Sanz Adán, F & Lafargue Izquierdo, J (2002) Diseño industrial, desarrollo de producto. Thomson. España.
- Serrats. M, (2006) P.O.P. Diseño de puntos de venta. Maomao. España
- Swann, A, (1990) Bases del diseño gráfico. (2002) Gustavo Gili. Barcelona.
- Romero, L &. Atilano, R (2006). Introducción a los factores técnicos-económicos en el diseño industrial. UAM.
- Consultas en internet.
- Comercial de Carl's Junior. Robot comiendo hamburguesa. Recuperado el 23/01/19 del sitio Youtube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=z9jkNCpQ5rM>
- Comercial de Carl's Junior. Modelos y todo público comiendo una hamburguesa. Recuperado el 23/01/19 del sitio Youtube comercial de Carl's Junior.  
<https://www.youtube.com/watch?v=iO-t6R02N9E>



***¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN!***

M.C ARTURO ESTRADA RUIZ.

