

# III encuentro nacional de asociaciones de diseño

11 de junio  
12 2015

**MÁLAGA**  
La Térmica | Zona Portuaria



PROYECTO 4

**Workshop diseño\_empresa. Experiencia Proyecto READ-  
Telefónica I+D**

---



## **Grupo de trabajo Empresa+Diseño. Dynamic Introspective Workshop. READ+Telefónica I+D**

### **Coordina**

Juanfra Abad. Proyectos Estratégicos READ.

### **Objetivos**

Co-diseñar, junto con las empresas que, como Telefónica I+D ya están transformándose desde el diseño, la relación que el mundo del diseño asociativo puede construir desde la visión de intereses y valores compartidos concretadas en la reflexión, la investigación, y la puesta en marcha de proyectos.

Definir, en colaboración con las empresas, la capacidad que el diseño tiene de transformar y dinamizar sus estructuras corporativas; de redefinir valores; de orientar proyectos y construir nuevos mapas de relaciones en toda la cadena de valor.

Crear un modelo general de relación.

Visibilizar las acciones que ya se han desarrollado desde READ Proyectos Estratégicos y dibujar su visión operativa para los próximos 3 años o más.

### **Desarrollo**

#### **13:00-13:35 h. Caso de buena praxis: proyecto con la Universidad de Mondragón de Telefónica I +D y READ**

En sesión conjunta del grupo de trabajo 1ENED, Primer Encuentro de Enseñanza del Diseño, y del grupo de trabajo Empresa-Diseño, se presentará la evaluación de los primeros proyectos fruto de la colaboración de READ y Telefónica I+D.

En primer lugar, el Coordinador de contenidos del 3ENAD, Javier Fernández explicará (máximo de 5 minutos) el motivo y objetivos de esta presentación. A continuación, intervendrán Rafael Rebolleda (5-10 minutos) en representación de Telefónica I+D y Laurent Ogel (5 minutos), socio de DIMAD y miembro del equipo del proyecto READ y Telefónica I+D. Por videoconferencia intervendrá la Universidad de Mondragón (5-10 minutos), representada por Amaia Beitia, y Brigitte Sauvage (máximo 5 minutos) miembro de Eide y del equipo del proyecto READ y Telefónica I+D.

#### **13:35-14:00 h. Presentación de los participantes.**

#### **14:00-14:30 h. Introducción al Dynamic Introspective Workshop: “Design Ladder, Escalera del Diseño”,** dinámica facilitada por Laurent Ogel.

Introducción a la dinámica a desarrollar durante la jornada de tarde. Los participantes en el grupo de Empresa+Diseño, basándose en el concepto danés “escalera del diseño” evaluarán la situación de sus respectivas empresas en un *acting* colectivo que arrancará desde los jardines de La Térmica, iniciándose en el nivel 1 correspondiente al no diseño, esto es, cuando el diseño no juega ningún papel en el desarrollo de productos y servicios.

#### **14:30-16:30 h. comida**

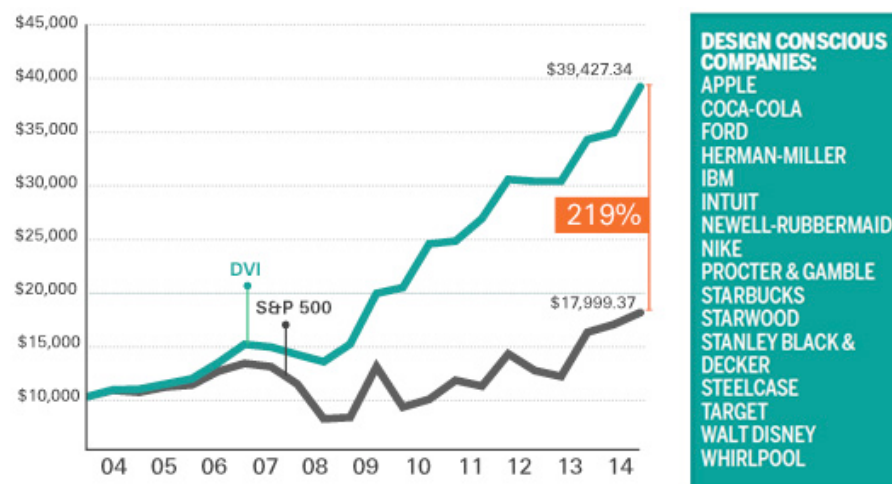
### 16:30 -19:30 h. Dynamic Introspective Workshop: “Escalera del Diseño” (2, 3 y 4)

Empezaremos por reflexionar sobre el coste de no invertir en diseño cuando está demostrado, como lo ha hecho el Design Management Institute (DMI), que invertir en diseño siempre tiene un retorno. [http:// www.dmi.org/? DesignValue](http://www.dmi.org/?DesignValue)

El DMI (Design Management Institute) y Motiv Strategies han venido analizando, desde el año 2004 hasta el 2014, las empresas que han incorporado el diseño como factor estratégico en su modelo de negocio, comparando el DVI (Design Value Index) con los resultados financieros del conjunto de empresas según el S&P Index.

El S&P 500 es acrónimo de Standard & Poor’s 500, que incluye a las 500 empresas más representativas de la bolsa neoyorquina, cuya importancia, junto con el Dow Jones, es la de evaluar las empresas que juegan en la plaza financiera más importante del planeta: Wall Street. Standard & Poor’s 500 evalúa los méritos de la empresa utilizando los siguientes criterios básicos: la capitalización de mercado, liquidez, domicilio, libre flotación, clasificación por sectores, la viabilidad financiera, el tiempo que lleva cotizando en bolsa...

El DVI incluye 16 compañías: Apple, Ford, Herman-Miller, IBM, Intuit, Newell Rubbermaid, Nike, Procter & Gamble, Stanley Black & Decker, Starbucks, Starwood, Steelcase, Target, The Coca-Cola Company, Walt Disney y Whirlpool Corporation. Los resultados de estas 16 empresas en comparación con las 500 del S&P 500 son:



El nivel 2 de la escalera del diseño contempla las empresas que consideran el Diseño como estilo (diseño solo relevante en términos de estilo); el 3, Diseño como proceso (diseño integrado en el desarrollo de procesos, incluyendo el *service design*) y el 4, Diseño como estrategia (diseño como clave estratégica para el fomento de la innovación).

Cada nivel se desarrollará en diferentes espacios, que serán escenario de cada fase del workshop y finalizará con unas conclusiones finales redactadas por Juanfra Abad.

Haciendo referencia a la Design Ladder, metodología desarrollada por los daneses en un estudio realizado hace tiempo pero aún válido, la principal conclusión es que, sobre una inversión anual en diseño en torno a 1.000

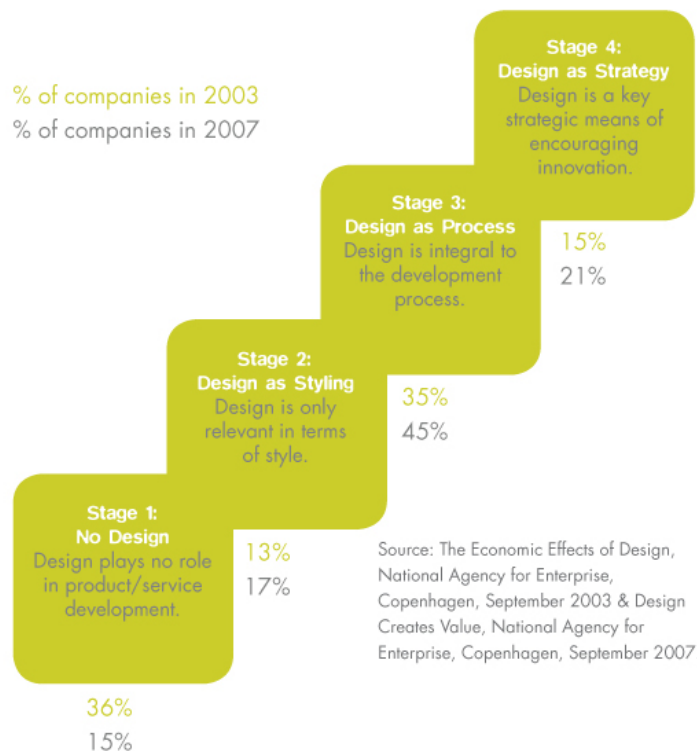
millones de euros por parte de las empresas danesas, las que se sitúan en los "peldaños" 3 y 4 de la escalera crecen un 22% más que las que se quedan abajo. Una cifra similar a los resultados del DMI.

Otra observación importante es la "escalada" realizada en cinco años: las empresas que no invierten en diseño y las que invierten solo en "estética", apenas representarían hoy el 25% de las empresas, mientras que las empresas que invierten en diseño para la mejora de sus procesos y el diseño del servicio se estiman que hoy podrían ser una de cada dos, y las empresas que consideran el diseño como estratégico (con diseñadores sentados en los respectivos Consejos de Administración), hoy representarían el 25%.

Está claro que la intención de cualquier empresa es conseguir ese crecimiento del "22%", incluso si fuera necesario inventarse un quinto escalón. El reto está, por lo tanto, en subir juntos, empresas con diseño y empresas de diseño, "condenadas" a contar las unas con las otras.

En esta dinámica, dialogaremos y reflexionaremos sobre las vías a seguir o abrir, equipadas o no con anclajes. Bienvenido al mundo de las reuniones en pared, rapeles, cordadas, etc.

(\*)<http://www.seeplatform.eu/casestudies/Design%20Ladder>



### 19:30-20:00 h. Conclusiones.

Resultados:

Identificaremos el lugar en la escalera de los participantes. Descubriremos las palancas necesarias para subir en la escalera y el papel de READ en ese proceso, en términos de sinergias, relación y proyectos.

**Materiales:**

10 trozos de cartón pluma de aprox. 1 x 1,30 cm  
post-it de colores, medianos (cuadrados) y grandes  
rotuladores  
si es posible, un par de caballetes al menos  
cámara video para entrevistas  
conexión y material para la videoconferencia