



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SAN LUIS POTOSÍ
FACULTAD DEL HABITAT
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
MAESTRIA EN CIENCIAS DE HABITAT EN
GESTIÓN Y DISEÑO DE PRODUCTO

EXAMEN PROTOCOLARIO
a través de estudios de posgrado
para obtener el título de
LICENCIADO EN DISEÑO INDUSTRIAL

Tema:
**“GESTIÓN DE DISEÑO EN LA PLANEACIÓN DE
NEGOCIOS TIPO ALIMENTICIOS
BAR-RESTAURANT-CAFÉ”**

Presenta:
SANDRA ELOISA VÁZQUEZ FIGUEROA
Postulante

M.A. Eugenio Gerardo Rodríguez Báez
Asesor

M.D.I. Marco Antonio Barriga
M.D.I Gerardo Ramos Frías
Sinodales

Julio 2009

“Señor, dame la serenidad para aceptar las cosas que no puedo cambiar, valor para cambiar las que sí puedo y sabiduría para reconocer la diferencia.”

Índice

1. Visión del Diseño Industrial como profesión	3
2. Aportaciones del posgrado a la formación profesional	5
3. Protocolo de Investigación	6
3.1 Introducción	6
3.2 Problema de Investigación	7
3.3 Pregunta general de Investigación	8
3.3.1 Preguntas específicas de Investigación	8
3.4 Objetivo de Investigación	9
3.5 Hipótesis general de Investigación	10
3.5.1 Hipótesis específicas de Investigación	10
3.6 Índice tentativo	11
3.7 Método	15
3.8 Cronograma de trabajo	16
3.9 Estructura de tema	18
3.10 Referencias bibliográficas	19
3.11 Fuentes bibliográficas	34

1. Visión del Diseño Industrial como profesión

“En un mundo donde lo local no es prioridad y lo universal manda, el diseñador industrial debe encontrar el diseño ideal al contexto indicado”

Vivimos en un mundo globalizado, en donde el diseño forma parte fundamental de nuestras vidas. Todo lo que vemos y utilizamos es objeto de diseño planeado por alguien anteriormente para nuestro beneficio.

Dentro del hogar tenemos diseño reflejado en el mobiliario, en aparatos electrodomésticos, etc., en las calles, encontramos diseño en basureros, paradas de autobús, carteles de exhibición, e incluso, en la ciudad, existe diseño dentro de la planeación de edificios, que pretenden facilitar y beneficiar la vida del hombre.

Como todo lo que vemos y tocamos es planeado con una intención, podemos decir que el hombre en sus actividades diarias, está en contacto constante con objetos de diseño. He aquí el porqué de la importancia del diseño y del impacto que este genera en el consumidor.

Una de las áreas del diseño es el diseño industrial, que tiene la capacidad de transformar en forma material, la respuesta a las necesidades de otros, ofreciendo un bien. Sin embargo, el diseño se ve limitado por factores políticos, sociales y económicos del contexto, por lo que los objetos de diseño industrial no son aplicables a todas las personas ni culturas.



El diseño industrial debe crear objetos útiles para la sociedad, es decir, productos de diseño contextualizados a la vida cotidiana de cierto sector, evitando la producción de objetos-basura.

Los buenos objetos de diseño actuales son una respuesta a los problemas detectados en el pasado, mientras que los malos objetos de diseño son objetos-basura, pues no solventan una necesidad, incrementando la producción masiva de productos que no traen consigo algún beneficio.

La saturación de objetos, se ha dado en gran medida a la falta de responsabilidad por parte del diseñador al producir objetos poco benéficos para la sociedad, centrándose solo en la producción en cantidades industriales, cuando el verdadero diseñador procura, aportar objetos útiles, innovadores y de beneficio común.

Veo la práctica del diseño industrial como la respuesta a los problemas que enfrenta en hombre actual.

2. Aportaciones del posgrado a la vida profesional

“Cuando hablamos de un objeto industrial, no solo hablamos de la forma del producto, sino del conjunto que comprende la forma y su proceso de producción; la forma es la solución para el problema, el proceso de producción es el cómo de la solución.”

Gracias al plan de estudios de la maestría, obtengo una visión más amplia y rica sobre lo que comprende la planeación de un producto; no solo su forma final (el qué), sino su proceso de producción (el cómo). Por tanto, los conocimientos adquiridos, incrementan el desempeño dentro de una empresa, pudiendo detectar posibles puntos de palanca¹ para mejoramiento de la misma; además de brindarme la posibilidad de autoempleo, pues dadas las herramientas en MCH hay mayor seguridad al desarrollar proyectos propios, con la seguridad de ser respaldados.

Los diseñadores tenemos la obligación de evaluar productos y servicios, por lo que a mayor conocimiento de la gestión de productos, mayor análisis y aporte, con esto se logra innovación con diseños benéficos para la sociedad.

¹ Peter Senge, “La quinta disciplina: el arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje”- 2ª ed. 7ª reimp.- Buenos Aires: GRANICA, 2007, pag:11

3. Protocolo de investigación

3.1 Introducción

La sociedad actual, ha transformado la experiencia de comer y beber en un acto social y cultural de gran importancia, lo que requiere de espacios y ambientes agradables concebidos con el propósito de generar sensaciones.

El éxito de cualquier bar, restaurant o café está determinado por numerosos factores, pero, sin lugar a dudas, el contexto en el que desarrollan las actividades de comer, beber, etc. es un elemento básico para su aceptación.

Dichos espacios son cada vez más originales, pues con sus diseños innovadores crean ambientes placenteros, atmósferas de calidad, logrando que el diseño sea un punto que convierta al local en un lugar único, y no solo por su música, o servicio, sino por un diseño planeado espacialmente para el lugar.

Los diseñadores saben que estos lugares deben ser atractivos para los consumidores, en donde se sientan cómodos en permanencia con sus amigos o a solas. El cuidado en la iluminación, mobiliario y decoración, son tan solo algunos aspectos en los cuales, el diseñador debe poner atención para hacer del negocio un lugar ideal para el consumidor.

3.2 Planteamiento del Problema

En cuanto a negocios alimenticios se refiere, es común que transcurridos algunos meses de su apertura, la popularidad, e incluso la concurrencia a estos lugares disminuya, provocando que el establecimiento cierre definitivamente o realice alguna remodelación como estrategia para una posterior re-apertura.

En muchos de los casos, este problema es originado a causa de la gestión inadecuada en diseño, o en su defecto, por la falta de ella, ya que, el dueño, resta importancia a esta área. Con esto, limita el posible crecimiento y éxito del negocio, pues no aporta alguna innovación conceptual.

Mediante la observación, queda evidente que la mayoría de estos establecimientos dan servicio sin una correcta planeación en diseño, con supuestos de decoración a gusto personal del dueño, elección de mobiliario limitado a accesibilidad en costos y existencia dentro del mercado, etc., obteniendo con todo esto una deficiente amalgama, en donde sus componentes se eligieron bajo decisiones espontáneas y no siguiendo un proceso estructurado, donde la planeación indique lo que es adecuado para el negocio.

El problema de investigación radica en que el empresario no conoce la importancia del diseño y su influencia sobre el público, además de desconocer los beneficios económicos de contratar a un diseñador que guíe y plante una propuesta innovadora, tomando en cuenta que el diseño no se encuentra tan solo en un producto final, sino también está inmerso dentro de la planeación del mismo.



3.3 Pregunta de general de Investigación

¿Cómo lograr una correcta gestión en diseño, obteniendo así la aceptación del cliente y por tanto, ventajas sobre la competencia?

3.3.1 Preguntas específicas de Investigación

¿Cómo puede la gestión de diseño respaldar las inversiones realizadas a negocios tipo alimenticios bar-restaurant-café?

¿Qué problemática común en diseño atraviesan los negocios tipo bar-restaurant-café en San Luis Potosí, para mantenerse vigentes y dentro de la preferencia de los clientes?

¿Cómo incrementar la estadía de los negocios alimenticios bar-restaurant-café en San Luis Potosí, teniendo como punto de partida la gestión de diseño?

3.4 Objetivo de Investigación

Generar un producto de conocimiento que muestre la importancia de la gestión del diseño, y su correcta aplicación en un negocio de servicios alimenticios como lo es el bar, restaurant y café, logrando finalmente generar ventajas competitivas.

Dicho producto se basará en las distintas teorías del diseño, tomando además casos de estudio que proporcionarán datos reales sobre como el diseño representa una ventaja sobre la competencia, además de identificar cuales áreas del diseño son aplicadas y cuáles no.

3.5 Hipótesis general de Investigación

Realizando un análisis de la importancia del diseño, influencia e implementación en un negocio alimenticio tipo bar-restaurant-café, se obtiene un producto adecuado en gestión, logrando así la aceptación y preferencia del cliente, incrementando su captación y por lo tanto obteniendo ventajas competitivas.

3.5.1 Hipótesis específicas de Investigación

A partir de una planeación detallada de las áreas del diseño y su correcta aplicación, tomándose en cuenta las expectativas del cliente, se puede predecir el éxito del negocio del tipo bar-restaurant-café, de manera tal que el porcentaje de rechazo sea el mínimo.

La falta de relación en cuanto a concepto, mobiliario e imagen corporativa, son algunos de los problemas de diseño que muestran la mayoría de los negocios de tipo bar-restaurant-café, en la ciudad de San Luis Potosí, perdiendo con esto el interés del cliente.

Aplicando la gestión en diseño, se puede lograr un producto innovador, que cause impacto en el cliente, incrementando su permanencia a través del tiempo.

3.6 Índice tentativo

Introducción

Planteamiento del problema

Recolección de la información

Análisis de información

CAPITULO I

1. Antecedentes

1.1 Situación actual de los negocios de servicios alimenticios

1.2 Situación problemática

1.3 Planteamiento del problema de investigación

CAPITULO II

2. Marco contextual

2.1 Ubicación del estado

2.2 Ubicación de negocios de servicios alimenticios en la ciudad de San Luis Potosí

3. Marco conceptual

3.1 Innovación en el diseño

3.2 Gestión en el diseño

3.3 Calidad



4. Objetivo de la investigación

4.1 Objetivo de la investigación

5. Variables

5.1 Variables que influyen en la aceptación de un negocio de servicios alimenticios

5.2 El diseño

5.2.1 Diseño de producto

5.2.2 Diseño de imagen corporativa

5.2.3 Diseño gráfico

5.2.4 Diseño arquitectónico

5.2.5 Diseño publicitario

5.2.6 Diseño de interiores

5.2.7 Diseño Industrial

6. Hipótesis

6.1 Hipótesis general de la investigación

6.2 Hipótesis específicas de la investigación

CAPITULO III

3. Marco teórico

3.1 Teorías en diseño

3.2 El diseño

3.2.1 El diseño como ventaja competitiva

3.2.2 La influencia del diseño

3.2.3 Innovación en el diseño

3.2.4 Países en América latina que aplican innovación en el diseño

3.2.4.1 Aportaciones en innovación

3.2.5 Gestión en diseño

3.2.6 Calidad en la empresa

3.2.6.1 Calidad en el diseño

CAPITULO IV

4. Marco Legal

4.1 Pasos para apertura de un negocio tipo alimenticio

4.2 Tramites para apertura de negocio de tipo alimenticio

4.3 Normatividad de los negocios tipo alimenticios

4.5 El diseño en la normatividad

CAPITULO V

5. Análisis de casos

4.1 CASO: caso de empresa

4.1.1 Ficha de datos generales

4.1.2 Planeación y gestión de diseño

4.1.3 Aplicación de áreas de diseño

CAPITULO VI

6. Franquicias en México

6.1 Historia y desarrollo de las franquicias

6.2 Franquicias de tipo alimenticios bar-restaurante-café

6.3 Franquicias de éxito en San Luis Potosí.

6.4 Organización

6.5 Servicio

6.6 Imagen y diseño

6.7 Marco legal

CAPITULO VII

7. Conclusión

ANEXOS

FUENTES

3.7 Método

- 1.- Definición del Tema
- 2.- Recopilación de Información relevante documental
- 3.- Clasificación de la información
- 4.- Investigación de campo
- 5.- Análisis de la información
- 6.- Conclusiones



Cuadro 1. Diagrama conceptual de trabajo

3.8 Cronograma de trabajo

	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Mes 1	Tema	Definición de Protocolo	Investigación de campo	Conclusiones
Mes 2	Definición de tema	Elaboración de Índice tentativo	Investigación de campo	Conclusiones
Mes 3	Definición de tema	Correcciones en Índice tentativo	Marco teórico vs. Investigación de campo	Conclusiones
Mes 4	Definición de tema	Recopilación de información	Marco teórico vs. Investigación de campo	Trabajo de Tesis
Mes 5	Definición de tema	Recopilación de información	Análisis de información	Trabajo de Tesis
Mes 6	Entrega de protocolo	Clasificación de información	Análisis de información	Tesis

Cuadro 2. Cronograma de trabajo

Semestre 1

- Planteamiento de tema de investigación
- Redacción de protocolo de investigación

Semestre 2

- Recolección de títulos bibliográficos
- Revisión de contenidos
- Selección de información pertinente
- Estructuración de documento con la información encontrada
- Entrega de documento con la información obtenida

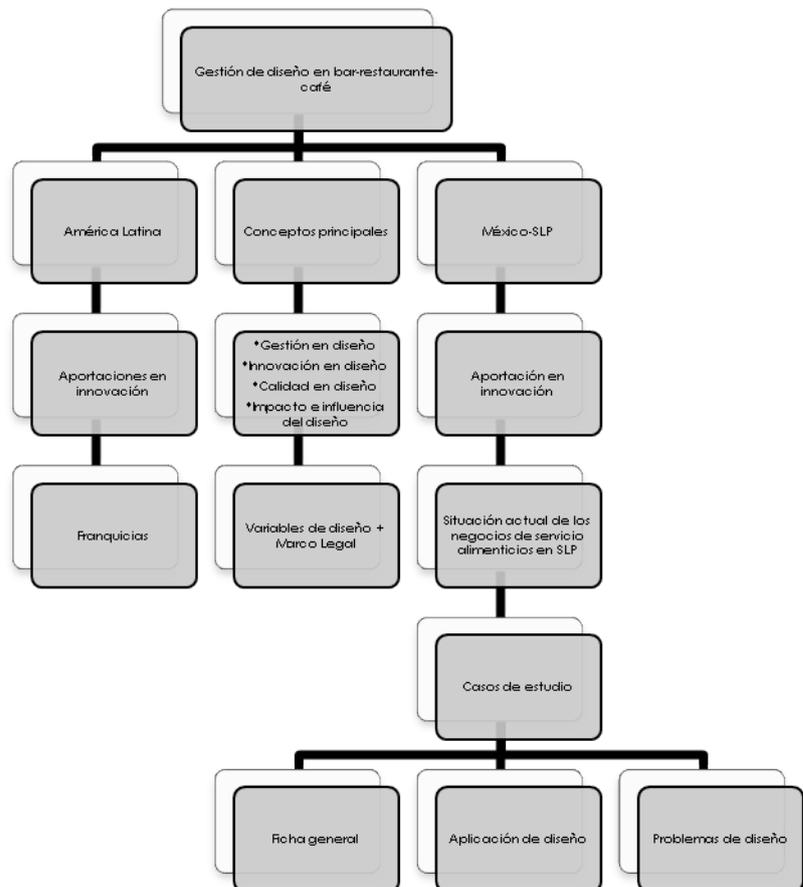
Semestre 3

- Formulación de entrevistas con objetivos claros
- Aplicación de entrevistas
- Análisis de información obtenida
- Confrontación de casos de estudio con marco teórico
- Análisis de resultados

Semestre 4

- Conclusión
- Trabajo de tesis
- Término de Investigación

3.9 Estructura de tema



Cuadro 3. Estructura de tema

3.10 Referencias bibliográficas

Introducción

En esta parte de la investigación se pretende dar a conocer el tema a tratar, la problemática que origina la investigación, además de las partes que la conforman y los métodos a seguir para lograrla.

Tema	Referencia bibliográfica	Que pretendo obtener
Planteamiento del problema	A partir de la observación de negocios tipo bar	Mantener definido el problema de la investigación
Recolección de información	A partir de bibliografías investigadas	Conocer los métodos empleados para la recolección de información
Análisis de información	A partir de la información recolectada	Método por el cual se pretende analizar la información

CAPITULO I

1. Antecedentes

Este capítulo pretende identificar problemas de gestión en diseño comunes entre los bares de San Luis Potosí, y a partir de esto establecer el problema general de investigación.

Tema	Referencia bibliográfica	Que pretendo obtener
Situación actual de los negocios de servicios alimenticios en San Luis Potosí	Ayuntamiento del estado. Contacto. Ulises Toro	Conocer la popularidad de los negocios de servicios alimenticios en el estado de San Luis Potosí
Situación problemática	A partir de la observación de negocios de servicios alimenticios	Identificar los problemas en común de diseño en los negocios de servicios alimenticios
Planteamiento del problema de investigación	A partir de la información recolectada	Establecer el problema a investigar

CAPITULO II

2. Marco contextual

Se pretende identificar geográficamente por medio de mapas, la ubicación de los negocios de servicios alimenticios como bares, restaurantes y cafés en la ciudad, y así detectar las zonas con una mayor agrupación, para posteriormente delimitar la zona de muestra a partir de área turística u otros y efectuar casos de estudio.

Tema	Referencia bibliográfica	Que pretendo obtener
Ubicación del estado	INEGI. Empleo de mapas	Se pretende ubicar la ciudad dentro del estado
Ubicación de negocios de servicios alimenticios en la ciudad	Ayuntamiento. Empleo de mapas	Ubicar los bares de la ciudad y conocer los puntos del estado con mayor agrupación negocios con servicios alimenticios.

3. Marco conceptual

Se pretende definir conceptos empleados en la investigación que se estarán mencionando repetidamente a lo largo de la investigación

Tema	Referencia bibliográfica	Que pretendo obtener
Innovación	*Varela Villegas, R. (2008). Innovación empresarial: arte y ciencia en la operación de empresas. Bogotá: Pearson *Carballo, R. (2006). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación. Madrid	Se pretende definir el concepto general de innovación a través de distintas bibliografías.
Innovación en el diseño	*Diseño-empresa: El diseño como instrumento de innovación y competitividad empresarial ADPV. Valencia	Se pretende conocer el concepto específico de innovación en el diseño, a través de distintas bibliografías.
Gestión	*Lecuona Lopez, M. Conceptos básicos en la gestión del Diseño en la PYMES. Universidad Politécnica de Valencia 1988	Se pretende conocer el concepto de gestión
Gestión de diseño	*Manual de Gestión del Diseño. DZ Bilbao, 1995. Centro de Diseño Industrial *Lecuona Lopez, M. Conceptos Básicos en la gestión del Diseño en la PYMES. Universidad politécnica de Valencia, 1988.	Se pretende conocer y especificar el concepto de gestión de diseño a través de distintas bibliografías.

4. Objetivo de la investigación

Se pretende definir el objetivo de la investigación, además de identificar los beneficiados con la elaboración de dicho proyecto.

Tema	Referencia bibliográfica	Que pretendo obtener
Objetivo de la investigación	A partir de los objetivos específicos de investigación	Definir lo que se desea lograr con la investigación

5. Variables

Se pretende enlistar las posibles variables que hacen a un bar exitoso o no. Poniendo mayor importancia a las relacionadas con el diseño y sus vertientes.

Tema	Referencia bibliográfica	Que pretendo obtener
Variables que influyen en la aceptación de un negocio de servicios alimenticios	A través de la observación de negocio de servicios alimenticios. Posibles encuestas a clientes y usuarios de negocios alimenticios	Enlistar todas las posibles variables que influyen en la aceptación de un negocio de tipo alimenticio por parte del cliente
El diseño	A través de la observación del negocio alimenticio, así como de investigación de disciplinas en las que interviene el diseño	Definir las distintas áreas en las que interviene el diseño dentro de un negocio de servicios alimenticios

6. Hipótesis

Se pretende establecer supuestos o posibles soluciones que guíen la investigación.

Tema	Referencia bibliográfica	Que pretendo obtener
Hipótesis general de la investigación	A través de la observación de las diferentes hipótesis	Sugerir una solución que guíe toda la investigación
Hipótesis específicas de la investigación	A través de la observación de las situaciones problemáticas	Supuestas soluciones que guíen la investigación para mayor avance

CAPITULO III

3. Marco teórico

Se pretende mostrar las diferentes teorías que sustentan la investigación, y en qué consisten.

Estas teorías son aplicadas en distintas disciplinas en las que interviene el diseño.

Se pretende conocer la importancia que tiene el diseño, así como la importancia de la innovación.

Se desea hacer ver las ventajas que da el implementar la gestión e innovación de diseño dentro de un negocio alimenticio.

Tema	Referencia bibliográfica	Que pretendo obtener
El diseño como ventaja competitiva	*PIBERNAT. Diseño-empresa: el diseño como instrumento de innovación y competitividad empresarial ADPV. Valencia *Foch, J. M., Lacalle, M.d., & Fernández, (1993). Semiótica, marketing y comunicación. *Rodríguez, R. (2001). Guía de planes de negocios. México: Mc Graw Hill *Whittington, R. ¿Qué es estrategia?, ¿realmente importa?. Oxford: Thomson.	Se pretenden conocer las ventajas y beneficios que da el diseño como ventaja sobre la competencia
La influencia del diseño		Se pretende obtener información sobre como el diseño influye en el cliente, impactándolo
Innovación en el diseño	*PIBERNAT. Diseño-empresa: el diseño como instrumento de innovación y competitividad empresarial ADPV.	Se pretende conocer que es la innovación en el diseño y como se puede aplicar, además desde que distintas áreas se

	<p>Valencia *Caraballo, R. (2006). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación. Madrid. *Mendoza Carapia, R. (2009), Casos de éxito en innovación. México. McGraw Hill</p>	<p>innova en el diseño</p>
<p>Países en América latina que aplican innovación en el diseño</p>	<p>*Serrats, M. (2006). Bar Design. España: daab. Mingust, J.M. (2007). Muebles de diseño últimas tendencias. Barcelona *Kornfeld, A., & Casanar, M. (1976) Decoración de interiores y enciclopedia de estilos. Barcelona *Kliskowski, H.(2006). Nuevos bares y restaurantes. España: H Kliszowski *Frances, J.R. (1989). Decoración de interiores. México: Trillas *Entwistle, J. (2001) Diseño con luz en bares y restaurantes. México: McGraw Hill</p>	<p>Se pretenden conocer los países de América Latina que innovan en el diseño, uso de mapas.</p>
<p>Aportaciones en innovación de diseño</p>	<p>*Serrats, M. (2006). Bar Design. España: daab. Mingust, J.M. (2007). Muebles de diseño últimas tendencias. Barcelona *Kornfeld, A., & Casanar, M. (1976) Decoración de interiores y enciclopedia de estilos. Barcelona *Kliskowski, H.(2006). Nuevos bares y restaurantes. España: H Kliszowski</p>	<p>Se pretende conocer cuáles y de qué tipo son las aportaciones de estos países tanto en material, conceptual etc.</p>

	<p>*Frances, J.R. (1989). Decoración de interiores. México: Trillas</p> <p>*Entwistle, J. (2001) Diseño con luz en bares y restaurantes. México: McGraw Hill</p>	
Gestión en diseño	<p>*Manual de gestión del diseño DZ Bilbao 1995. Centro de Diseño Industrial</p> <p>*Lecuona Lopez, M. Conceptos básicos en la gestión del Diseño en la Pymes. Universidad Politécnica de Valencia 1988</p> <p>*Carballo, R. (2006). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación. Madrid</p> <p>*Chaves, N. (2003). La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos. Buenos Aires: Paidós.</p> <p>*Moreno Luzon, M.D. (2001). Gestión de calidad y diseño de las organizaciones. Madrid. Pearson</p>	Se pretende conocer en qué consiste la gestión de diseño y su forma correcta en aplicación, además de sus beneficios

CAPITULO IV

4. Marco Legal

Este capítulo pretende obtener datos sobre los trámites, permisos y puntos legales que se deben tomar en cuenta para poner en apertura un negocio de tipo bar-restaurant-café. Los datos serán extraídos a partir de entrevistas con el Lic. Ulises Toro Secretario en el departamento de Regidores del Estado de San Luis Potosí.

CAPITULO V

5. Análisis de casos

Se pretende obtener datos sobre la aplicación real del diseño en los diferentes negocios de tipo alimenticios de la muestra elegida, determinados por la ubicación geográfica.

Además de establecer si la aplicación del diseño se dio en cada caso y si esta fue satisfactoria para la aceptación del negocio. Se pretende analizar los datos y confrontarlos con el marco teórico. No. DE CASOS ES AÚN INDEFINIDO.

Tema	Referencia bibliográfica	Que pretendo obtener
Ficha de datos generales	A través de entrevistas	Se pretende obtener información del negocio, como el tiempo que lleva dando el servicio, nombre de dueño, etc.
Planeación y gestión de diseño	A través de entrevistas y la observación del negocio de tipo bar	Se pretende conocer si el decisor tomó en cuenta áreas de diseño de manera planeada, y como lo llevó a cabo.
Aplicación de áreas de diseño	A través de la observación del negocio de tipo bar	Se pretende conocer si el decisor aplicó los conocimientos en diseño planeados.

CAPITULO VI

6. Franquicias en México

Este capítulo pretende plantear el sistema y manejo de las franquicias en cuanto a diseño se refiere. El tipo de organización y la importancia que manejan en la gestión del diseño, normativas, concepto, uso de espacio, iluminación, imagen corporativa etc.

CAPITULO VII

7. Conclusión

Se pretende dar un resultado final a lo observado durante toda la investigación, finalizando con conclusiones que den solución al problema planteado en la investigación

ANEXOS

FUENTES

Fuentes bibliográficas

Fuentes de primera mano

Fuentes electrónicas

3.11 Fuentes bibliográficas

Bibliografía

Francisco, A. C. (0998). *Detalles de restaurantes. Planos de arquitectura*. Barcelona: ARCO.

Lecuona Lopez, M. (1988). *Conceptós básicos en la gestión del diseño en la Pymes*. Valencia.

Manual de Gestión del Diseño DZ. (1995). Bilbao.

PIBERNAT. *Diseño–empresa: el diseño cmo instrumento de innovación y competitividad empresarial*. Valencia: ADPV.

Quarante, D. (1992). *Diseño Industrial*. Barcelona.

Burdek, B., & Vargas Lopez, F. (2007). *Diseño: Historia, teoría y practica del diseño industrial*. México: G.Gili.

Carballo, R. (2006). *Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación*. Madrid.

Chaves, N. (2003). *La marca corporativa: gestión y diseño de simbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidos.

Entwistle, J. (2001). *Diseño con luz en bares y restaurantes*. México: McGraw Hill.

Foch, J. M., Lacalle, M. d., & Fernandez, M. F. (1993). *Semiótica, marketing y comunicación: bajo los signos, las estrategias*. Barcelona.



- Frances, J. R. (1989). *Decoración de interiores*. México: Trillas.
- Kliskowski, H. (2006). *Nuevos bares y restaurantes*. España: H Kliszowski.
- Kornfeld, A., & Casanar, M. (1976). *Decoración de interiores y enciclopedia de estilos*. Barcelona.
- Mendoza Carapia, R. (2009). *Casos de éxito en innovación: como los mejores agentes del cambio en el mundo alcanzan la cima*. México: McGraw Hill.
- Mingust, J. M. (2007). *Muebles de diseo ultimas tendencias*. Barcelona.
- Moreno Luzon, M. D. (2001). *Gestión de calidad y diseño de las organizaciones*. Madrid: Pearson.
- Rodriguez, R. (2001). *Guia de planes de negocios*. México: McGraw Hill.
- Serrats, M. (2006). *Bar Design*. España: daab.
- Quarante, D. (1992). *Diseño Industrial*. Barcelona.
- Varela Villegas, R. (2008). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la operación de empresas*. Bogotá: Pearson.
- Whittington, R. *¿Que es la estrategia?, ¿realmente importa?* Oxford: Thomson.
- BIBLIOGRAPHY \I 3082 Becerra, P. (2006). *A travez de las experiencias. Vlores y diseño en los sistemas de comercialización y consumo*. Buenos Aires: IMDI.
- Bersen, J. (1987). *La gestión empresarial del diseño*. Barcelona: Editios Design.

Cerver, F. A. (1998). *Detalles de restaurantes. Planos de Arquitectura.*

Barcelona: ARCO.

Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos.* Bolivia: Grupo Design.

Fengler, M. (1969). *Restaurantes, cafés, cantinas.* Barcelona: Blume.

Francisco, A. C. (0998). *Detalles de restaurantes. Planos de arquitectura.*

Barcelona: ARCO.

Lawson, F. (1987). *Restaurants, clubs and bars. Planing, Design and investimet for food service facilities.* Plant a tree.

Lecuona Lopez, M. (1988). *Conceptós básicos en la gestión del diseño en la Pymes.* Valencia.

Mostaedi, A. *Cafes, bars & restaurants. Architectural design.* Barcelona: Monsa.

Peñalva, S. (2002). *Diseño: Teoría y reflexión .* Argentina: Kliczkowski.

Teoría de la decoración.

Vázquez, O. M. (2007). *Drink & food spaces.* Barcelona: Monsa.

Vigorreta, F. A. (1984). *Teoría de la decoración.* Barcelona: CEAC.