

Creación de un Protocolo de Diseño Óptimo Para el Área de Medios Virtuales en Emtelco S.A.S.

Presentado por:

Julián Esteban Guirales Celeita

Asesorado por:

Harvey Yesid Montilla Buitrago

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Sociales

Facultad de Diseño Gráfico

Prácticas laborales

Bogotá D.C.

2019

Dedicatoria

Para quienes apenas comienzan su camino en el amplio mundo de la comunicación visual, el diseño y las artes en general, confíen en ustedes mismos, en sus habilidades; nunca dejen de intentarlo y demuestren de qué están hechos y de lo que son capaces.

Agradecimientos

A mi madre, por demostrarme que nunca es tarde para aprender y seguir creciendo profesionalmente; a mi novia, por cuatro años de apoyo incondicional y confianza plena en mí; a los docentes que compartieron sus conocimientos conmigo y por los cuales siento profunda y sincera admiración y respeto y al área de Medios Virtuales de Emtelco S.A.S. que me acogieron e integraron a su equipo de trabajo y me ayudaron a crecer y a formarme profesionalmente.

Tabla de contenido

1. Introducción	5
2. Justificación	6
3. Pregunta articuladora	7
4. Objetivo general	7
5. Tema de reflexión y discusiones académicas	7
5.1. ¿Qué es el flujo de trabajo?	8
5.2. La estrategia de diseño	9
5.3. De la estrategia a la táctica	11
6. Discusión	17
7. Referencias	24

Índice de figuras

Figura 1: Táctica y estrategia – Esquema 1. (Peña, 2016)	13
Figura 2: Táctica y estrategia – Esquema 2. (Peña, 2016)	13
Figura 3: Modelo de mensaje de bienvenida para lección virtual (Elaboración propia, 2019)	19
Figura 4: Modelo de miniatura para lección virtual (Elaboración propia, 2019)	19
Figura 7: Modelo de banner para lección virtual (Elaboración propia, 2019)	20
Figura 5: Pieza infográfica para lección virtual (Elaboración propia, 2019)	20
Figura 6: Modelo de avatar para lección virtual (Elaboración propia, 2019)	20

1. Introducción

Emtelco S.A.S. es una compañía enfocada a la experiencia del cliente y a la subcontratación de procesos de negocio (CX y BPO por sus siglas en inglés, respectivamente); encargados de gestionar las comunicaciones de diferentes empresas a nivel nacional, desarrollando modelos de formación, gestión del aprendizaje y virtualización de contenidos para cada uno de sus clientes.

Para el desarrollo de las funciones relacionadas con la virtualización de contenidos está el área de Medios Virtuales, encargada de materializar las herramientas para el aprendizaje y de trasladar los contenidos y el material importante para cada cliente, desde los medios tradicionales y convencionales hasta los nuevos entornos y plataformas digitales; por medio del diseño y la producción gráfica y audiovisual.

En el proceso de prácticas laborales desarrollado en el área de Medios Virtuales en Emtelco S.A.S. en el segundo semestre de 2019, vale la pena mencionar que los aprendizajes e impactos recibidos son principalmente positivos. Sin embargo, el desarrollo de este documento está dirigido a implementar una mejora en el proceso de la creación de las distintas piezas y herramientas que se lleva a cabo en Medios Virtuales, esto partiendo de la creación de un protocolo de diseño que determine la ruta de acción al momento de la virtualización de algún contenido.

Lo anterior se llevará a cabo revisando conceptos vinculados al ámbito de la planeación en el entorno laboral, pero acercándolos a una labor creativa en este caso y sin perder de vista la participación del diseño gráfico en el proceso; lo cual se espera que resulte en la creación de un protocolo que permita la optimización en el desarrollo de las tareas que se realizan en Medios Virtuales en Emtelco S.A.S.

2. Justificación

Desde el área de Medios Virtuales en Emtelco S.A.S. se lleva a cabo la creación de diferentes piezas gráficas y multimedia que contribuyen a la labor de esta empresa como gestores de las comunicaciones a nivel nacional de otras marcas y compañías.

El desarrollo de este documento se enfocará en demostrar cómo se puede optimizar el flujo de trabajo de las piezas y herramientas virtuales creadas en Medios Virtuales en Emtelco S.A.S., pues para toda organización es necesario el desarrollo y la implementación de una estrategia o protocolo que optimice las diferentes labores que allí se realizan, reduciendo tiempos y facilitando la distribución del trabajo.

De esta forma, este documento se presenta como un medio por el cual se expondrá de manera detallada el protocolo para la optimización del flujo de trabajo para la creación de las piezas y herramientas virtuales creadas desde el área de Medios Virtuales en Emtelco S.A.S. Una preocupación que será atendida desde el perfil del diseñador tomasino como un profesional con actitud gestora preocupado por la mejora de procesos desde su disciplina, entendida como una ciencia social con una estructura para el aprendizaje basada en problemas y en la creación de soluciones para los mismos (Facultad de Diseño Gráfico & Universidad Santo Tomás, 2011).

En relación con lo planteado anteriormente, se espera que la discusión y el análisis de los elementos que se expondrán más adelante, ratifiquen la pertinencia de este documento como medio y soporte para optimizar el flujo de trabajo de las labores de diseño que se llevan a cabo en el área de Medios Virtuales de Emtelco S.A.S.

3. Pregunta articuladora

Como ya se ha mencionado, las habilidades del equipo de Medios Virtuales están a disposición de los clientes de Emtelco S.A.S., en términos de concretar las ideas que estos tengan en cuanto a la creación de material virtual para las funciones propias de cada uno, como pueden ser la capacitación de nuevo personal para atender correctamente las llamadas o la creación de aplicativos virtuales que faciliten la operación de los empleados. Este hecho ocasiona que la carga de trabajo para el área de Medios Virtuales, por lo general, sea bastante; y esto a su vez provoca cierta falta de rigurosidad al pensar en la estrategia adecuada para antes y durante el desarrollo de alguna tarea, es decir, una estrategia que reduzca tiempos y optimice el proceso en términos de diseño en general. Por lo tanto, la pregunta que se resolverá en este documento es:

¿Cómo optimizar el proceso para el desarrollo de las piezas y herramientas creadas en el área de Medios Virtuales de la empresa Emtelco S.A.S.?

4. Objetivo general

Proponer un protocolo pensado desde el diseño gráfico que optimice el flujo de trabajo de las piezas y herramientas desarrolladas en el área de Medios Virtuales de Emtelco S.A.S.

5. Tema de reflexión y discusiones académicas

La construcción de este apartado se desarrollará principalmente y en un primer momento desde la reflexión en torno a lo que es el flujo de trabajo y cómo este puede optimizarse para el caso en cuestión, lo cual atiende al por qué del desarrollo del documento; seguido de la discusión alrededor de lo que se puede entender como estrategia y táctica, concluyendo con la definición de proceso de diseño y de los factores que se deben tener en cuenta para dar paso a la

construcción del protocolo y de la herramienta que resultará de esto. Todo, bajo ámbitos teóricos propios o referentes al diseño gráfico como eje principal.

5.1. ¿Qué es el flujo de trabajo?

El “flujo de trabajo” suele entenderse como la cantidad de trabajo, bien sea mucho o poco, que se debe realizar; sin embargo, aunque no es del todo errada, esta explicación es superficial respecto a lo que en realidad significa este concepto que consiste en el estudio de aspectos operacionales de una actividad de trabajo, esto es, cómo se realizan y estructuran las tareas, cuál es su orden correlativo, cómo se sincronizan, cómo fluye la información y cómo se hace su seguimiento (GESTION.ORG, s.f.). La anterior, además de ser una definición bastante acertada tiene relación directa con la situación planteada desde el inicio para el desarrollo de este documento y alude adecuadamente al conjunto de actividades para las cuales se propondrá una estrategia de mejora más adelante.

En relación con lo anterior, ahora desde una perspectiva más competente al ámbito disciplinar del diseño gráfico, está la gestión de diseño, que bien puede considerarse como esos aspectos operacionales que abarca el flujo de trabajo pero como su nombre lo indica, propios del diseño. La gestión de diseño “comprende el conjunto de actividades de diagnóstico, coordinación, comunicación, negociación y diseño que se llevan a cabo interactuando con la empresa” (Leiro, 2008, pág. 183).

La pertinencia de estos conceptos radica en que cada una de las áreas al interior de una organización debe preocuparse por la gestión óptima de los procesos para el desarrollo de las distintas labores, los tiempos y quienes estén involucrados en estos procesos. Es así que se

evidencia la relación entre la situación que es el punto de partida para este documento y que surge de un ámbito afín con lo planteado anteriormente.

5.2. La estrategia de diseño

Ahora bien, después de entender el flujo de trabajo desde el diseño gráfico como aquello sobre lo cual se pretende realizar una mejora para este caso en particular, es importante enfocarse en aspectos que conlleven al desarrollo de esta mejora, comenzando con la estrategia, seguida y complementada por la táctica; finalizando con la construcción del proceso o protocolo de diseño a partir de la definición de tiempos, roles e instancias que puedan hacer parte de este.

Es bien sabido desde el ámbito laboral y corporativo que el éxito en el desarrollo de las labores depende en gran parte (si no es que del todo) en la implementación de una estrategia que determine la forma en la que deben realizarse todas y cada una de las tareas, y que en términos más formales se puede entender como “la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de objetivos y metas.” (Roig, 2011, pág. 39). Lo anterior es una premisa bajo la cual deben operar también las distintas áreas o divisiones de cualquier organización y que se espera impacte positivamente en el flujo de trabajo de las mismas.

Para la situación presentada en este caso, es comprensible que la estrategia diste un poco de las que se siguen en otros ámbitos, que contemple otros factores, participantes, objetivos, tiempos, etc. Las labores creativas y de diseño requieren otro tipo de esfuerzos y formas de pensar que aquellas de índole más administrativa o corporativa,

La estrategia de diseño implica necesariamente una gestión interactiva con todos los factores del proyecto, tanto para ampliar su ámbito de información como para participar de las decisiones de

producto. La simple sumatoria de gestiones no configura una gestión estratégica si dichas acciones no integran un mismo sistema de decisiones y de seguimiento del proyecto. La estrategia de diseño se inicia con la elección de un sistema de prioridades que permita conferir al producto una genética particular. La elección de las prioridades será el resultado de una negociación con todos los actores del proyecto. (Leiro, 2008, pág. 162)

Algo importante a destacar en lo que expone Leiro en el fragmento anterior es que, independientemente de quiénes y cuántos sean los participantes en la materialización de un proyecto, los esfuerzos de todos deben estar encaminados a establecer una ruta de acción y a seguirla posteriormente para realizar su labor exitosamente y esta idea es reforzada por Puértolas (2015, pág. 9) al decir:

Somos conscientes de que la voluntad individual de todos los profesionales del sector gráfico está dirigida a potenciar sus comunicaciones individuales, pero, observando el alcance de la problemática actual, creemos que se requieren más de decisiones y voluntades comunes que individuales para crear una fluidez de comunicación en el flujo de trabajo entre procesos.

Retornando al argumento de la importancia en la definición de una estrategia para un proceso creativo, es de esperarse que al no considerar esto una prioridad no exista la garantía de calidad en los encargos que se realicen, que se retrasen los tiempos de entrega de los mismos, que se presenten roces entre los integrantes del equipo de trabajo o que la improvisación y la zona de confort se conviertan en un lugar común al momento de crear material gráfico, audiovisual o interactivo.

“Los diferentes contextos o escenarios son decisivos para el armado de una estrategia; no conocerlos o no asumirlos implica caminar a ciegas, marchar hacia el fracaso antes de empezar.” (Roig, 2011, pág. 39)

5.3. De la estrategia a la táctica

En una empresa, las acciones que carecen de un pensamiento que las sustente y justifique son muy peligrosas. Pero, el pensamiento solo, sin acción, sirve de muy poco. De ahí que una vez definida y desarrollada la estrategia (...) es necesario convertirla en acción:

SOLO ASÍ SE ALCANZAN LOS OBJETIVOS Y SE OBTIENEN LOS RESULTADOS DESEADOS. (Tácticas aplicadas de marketing, 1996, pág. 45)

Sirve de poco, o nada, pensar en un plan que posteriormente no se va a llevar a la práctica. La táctica es el complemento de la estrategia, es el momento en el que se ejecutan las pautas que se han establecido para la consecución de algún fin particular; por lo cual, en el medio creativo contemplaría las acciones específicas que se deben realizar dentro de cada instancia o momento definido antes en la estrategia.

La táctica, a diferencia de la estrategia, puede estar sujeta a cambios dependiendo de un factor muy importante que son los obstáculos, en relación con esto, (Roig, 2011) afirma: “Estas pautas son coordinadas y tienen que ver con los contratiempos que se pueden enfrentar y los imprevistos con los que se encuentre el estratega en el campo de trabajo.” (pág. 41), y es que: primero, la naturaleza retadora de los obstáculos valida y ratifica la importancia en la definición de las acciones dirigidas a superarlos; y segundo,

dependiendo de cuál o cuáles sean, la táctica puede ser modificada pero siempre en pro de alcanzar las metas definidas en la estrategia.

Es importante hacer claridad en un aspecto que tal vez se ha pasado por alto hasta el momento y es el siguiente: la táctica no solo está dirigida al cumplimiento del fin último de una organización sino que puede ser ejecutada a menor escala en niveles más específicos, para las estrategias particulares de cada área o división, que finalmente también apuntan a cumplir con los objetivos definidos por la empresa. Para el caso en cuestión, por ejemplo, la estrategia que se desarrollará para la implementación de un protocolo de diseño óptimo en el área de Medios Virtuales, solo contempla acciones enfocadas a esta finalidad y no al cumplimiento de los objetivos de Emtelco S.A.S. como organización, la táctica comprende tareas de tipo conceptual, creativo y de diseño mas no administrativo o comercial; sin embargo, una mejora en este aspecto al mismo tiempo contribuye, en menor o mayor medida, a satisfacer los intereses de toda la entidad. “La estrategia y la táctica siempre deben existir en “pares” y debe existir en cada uno de los niveles de la organización. Por cada táctica (cómo) tiene que haber una estrategia (para qué).” (TDRInfo, 2016)



Figura 1: Táctica y estrategia – Esquema 1. (Peña, 2016)

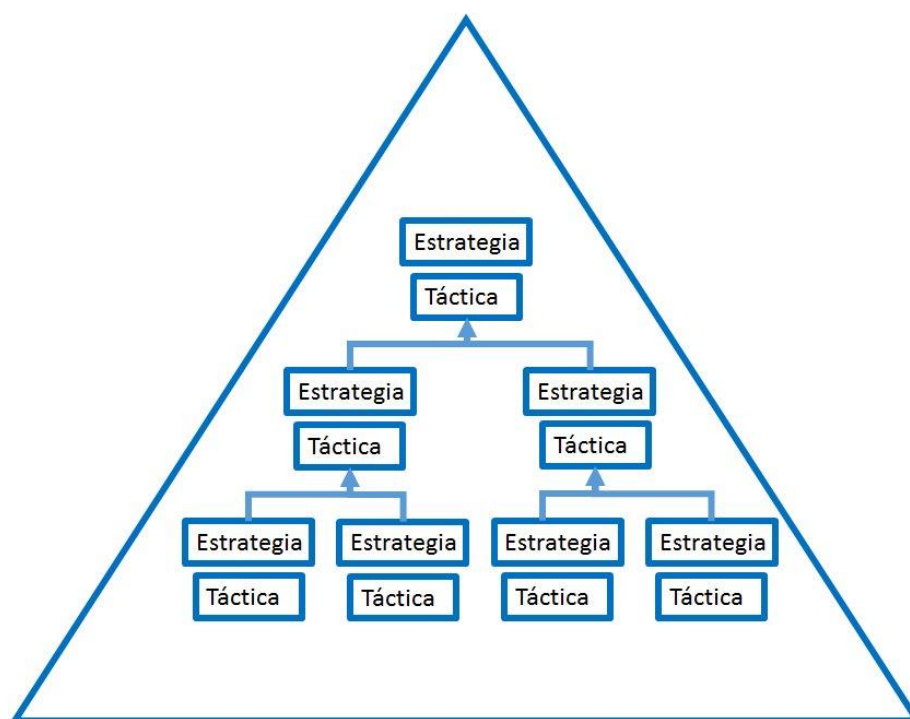


Figura 2: Táctica y estrategia – Esquema 2. (Peña, 2016)

Finalmente, cabe mencionar las que probablemente puedan ser consideradas tácticas en la creación del protocolo que se desarrollará con mayor profundidad más adelante, sin olvidar claro, que se trata de un protocolo de diseño, por lo cual las acciones a seguir deben ser coherentes e ir en relación con el proceso creativo, el diseño, la producción gráfica, multimedia e interactiva, etc. De acuerdo a lo anterior, ejemplos de tácticas para conseguir el objetivo que se presenta pueden ser:

- Conceptualización de la idea
- Búsqueda de referentes
- Búsqueda de recursos
- Tratamiento de las imágenes o recursos
- Feedback o retroalimentación

5.4. El proceso de diseño

Después de entender la estrategia y la táctica como el marco general dentro del cual se desarrollará el protocolo, ahora es importante hablar del proceso de diseño como referente principal para la creación de este. Primero, definiéndolo y ubicándolo en el contexto actual junto con los obstáculos que puede llegar a presentar y segundo, presentando los factores que debe contemplar y que posteriormente serán aterrizados al contexto particular de la situación que se ha venido presentando a lo largo de todo este documento.

En palabras de (Pietro & Hamra, 2009), el proceso de diseño “son un conjunto ordenado y adecuadamente estructurado de actividades que, partiendo de una o varias entradas (inputs) al sistema, conduce a un resultado (output).” (pág. 41). Lo cual se refiere al hecho de que pensando en la creación de una pieza o producto, se debe determinar un conjunto de acciones con un orden

específico que faciliten la creación de la pieza o producto, y que tengan en cuenta factores como el tiempo y la calidad. Como en todo, establecer un orden lógico de acción permitirá resultados más óptimos y la posibilidad de llevar un control sobre el proceso siempre en búsqueda de posibilidades de mejora.

En cuanto al contexto en el cual se viene desarrollando el proceso de diseño, se puede decir que es bastante retador y que fuerza a los creativos a replantear constantemente la manera en la que deben abordar el desarrollo de algún proyecto,

ahora constatamos que el continuo avance de la tecnología gráfica hace que los modelos de trabajo establecidos deban ser cuestionados y reorientados en poco espacio de tiempo; y que esta tendencia sigue incrementando la brecha comunicativa entre los procesos, haciendo que la transmisión de datos técnicos, verbales y escritos, sea una de las principales incógnitas a resolver. (Puértolas, 2015, pág. 9)

También es importante destacar algunos de los aportes que ya se han hecho propiamente desde el campo del diseño gráfico o el diseño en general, revisar particularmente metodologías como el diseño centrado en el usuario, el design thinking, el diseño cooperativo y el diseño participativo; hablar de sus generalidades y resaltar aquellas características por las cuales, a pesar de ser procesos vigentes y respaldados a nivel global, no es necesaria su implementación para la situación en Emtelco S.A.S.

A diferencia de otros medios o contextos, las piezas y herramientas de diseño que se realizan en Medios Virtuales de Emtelco S.A.S. se disponen principalmente para la instrucción y capacitación del personal al interior de la organización o para su uso en el manejo de las comunicaciones de sus clientes; el fin de estas es la optimización de algunas de las labores que se

llevan a cabo internamente, por lo cual, a diferencia de las metodologías mencionadas anteriormente, no se enfocan a satisfacer las necesidades de un grupo particular de usuarios, su objetivo es más de carácter organizacional.

Una de las características más importantes en procesos de diseño es la investigación como una de las etapas fundamentales en la creación de un producto de diseño, “La investigación referente al diseño constituye hoy en día uno de los temas fundamentales de discusión en diferentes sectores.” (Batista, 2010), sin embargo, toma tiempo desarrollar una investigación de forma acertada y, por otro lado, es una herramienta que se integra de mejor manera a desarrollos más extensos y de mayor profundidad, que demanden y dispongan de mucho más tiempo del que muchas veces se tiene en áreas que funcionan como complemento de otras y no independientemente.

Por otra parte, procesos como el diseño cooperativo y el diseño participativo integran a sus funciones la participación del usuario en el proceso de creación, pues son ellos quienes finalmente evalúan la calidad del producto o la pieza en términos estéticos y de calidad; pero es una estrategia poco pertinente para esta situación particular, porque no se dispone con el tiempo para ejecutarla y porque, como ya se mencionó, las herramientas en este caso persiguen finalidades logísticas y organizacionales, sin perder el sentido estético pero anteponiendo a este la funcionalidad.

Otro aspecto a considerar entre las metodologías de diseño más reconocidas y la que se pretende implementar en Emtelco S.A.S. es que las primeras se dirigen principalmente al desarrollo de productos más elaborados, dirigidos a un público masivo y que por lo general compiten contra otros de características similares.

Con todo lo anterior se destaca el hecho de que el panorama actual para el diseño como un proceso es más complejo de lo que muchos piensan, y que por ende, no se debe tomar a la ligera y requiere tanta atención y rigurosidad como la creación de un proceso de cualquier otro tipo.

Para este caso, la creación del protocolo se llevará a cabo partiendo de esta descripción y considerando elementos tales como los participantes, la distinción entre un proceso para publicación digital (que es el caso) y para publicación impresa, el tiempo promedio que actualmente toma el desarrollo de los procesos y la calidad de la pieza final; reuniendo todo dentro de dos grandes fases principales, la primera de conceptualización y la segunda de ejecución.

6. Discusión

Como bien se ha venido mencionando, existen distintos aspectos que se deben tener en cuenta para el desarrollo de un proceso creativo, en términos de funcionalidad, tiempos y quienes estén involucrados, pero también entran en consideración elementos como la creatividad, originalidad y sentido estético de la pieza que se va a realizar.

Es importante hacer una salvedad para este caso y antes de proceder con la creación del protocolo. Por lo general, las piezas y productos en el medio creativo obtienen y se aprecian con más valor por proponer una gráfica original o cuando menos creativa; pero como ya se ha mencionado antes, no es lo que buscan las piezas que se elaboran desde Medios Virtuales en Emtelco S.A.S. Sin embargo, aunque no sea la prioridad, es un aspecto que se considera y se maneja dentro de las limitaciones, si se pueden llamar así, que se presentan al interior del área, como lo pueden ser: la gráfica de las piezas y herramientas se define por la del cliente para el

cual se está desarrollando (colores, tipografía, etc.), clientes con una identidad gráfica bien definida como lo son Keralty, Belcorp, Papa John's, entre otros; los tiempos de entrega para los encargos son cortos, lo cual no permite mayor detenimiento en la exploración gráfica de estos. Por otro lado, no es el equipo encargado del diseño las piezas quienes más influyen en la estética de las mismas sino quienes las solicitan desde un principio. Y finalmente, para Emtelco S.A.S. prima la funcionalidad y el cumplimiento de los objetivos para los cuales son creados estas herramientas.

Sin embargo, y sin importar lo difícil que pueda llegar a ser proponer nuevas líneas gráficas, no deja de ser algo fundamental para el diseño gráfico como disciplina y es por eso que el tratamiento de los recursos contemplado en el protocolo que se establecerá a continuación, así como las piezas que se han desarrollado desde el comienzo de las prácticas laborales, contemplan esta preocupación en cierta manera y dentro de lo que se puede hacer en un contexto que sea bastante de un estudio creativo o de cualquier otro donde se permite mayor exploración en este aspecto.

A continuación, para aterrizar un poco lo que se ha venido mencionando, se presentan algunas de las piezas diseñadas durante la práctica laboral, que se crearon para la construcción de distintas lecciones virtuales montadas en la plataforma moodle; y que se utilizan para la instrucción y formación del personal de (en este caso) Papa John's.



Figura 3: Modelo de mensaje de bienvenida para lección virtual (Elaboración propia, 2019)



Figura 4: Modelo de miniatura para lección virtual (Elaboración propia, 2019)

PAPA JOHN'S

PIE DE AREQUIPE Y GUAYABA
Pie de arequipe con un toque de dulce de guayaba cubierto con azúcar glasado. 12 Unidades - hecho en masa personal.
\$13.900 SIN QUESO - \$14.900 CON QUESO

BROWNIE
Delicioso y exclusivo brownie familiar recién horneado con chispas de chocolate que se derriten en tu boca.
\$19.900 - 9 UNIDADES

MEGA COOKIE
Nuestra original mega galleta con chispas de chocolate recién horneada. Un deleite para compartir.
\$17.900 - 8 UNIDADES

PIE DE CREMA DE AVELLANAS Y CHOCOLATE
Pie de crema de avellanas y chocolate doradito cubierto con azúcar glasado, hecho en masa personal.
\$16.900 - 12 UNIDADES

ROLLS (JAMÓN ROLLS - PEPPERONI ROLLS)
Deliciosos rollitos rellenos de pepperoni o jamón canadiense, queso y salsa ranch. Horneados en nuestra masa fresca.
8 UNIDADES x \$10.900

PALITOS DE PAN
Palitos de pan Acompañados de dos salsas de tu elección (BBQ, Pizza, Ajo, Ranch). Hechos en nuestra deliciosa masa fresca.
6 UNIDADES x \$7.900

PALITOS DE AJOS Y PARMESANO
Nuestros palitos de pan horneados cubiertos con nuestra sabrosa salsa de ajo acompañada de 2 cups de salsa de tomate.
6 UNIDADES x \$10.900

GARLIC KNOTS
Deliciosos nudos de masa fresca, horneados a la perfección y bañados con nuestra exquisita salsa de ajo a la parmesana.
8 UNIDADES x \$6.900

CHEESESTICKS
Barritas de masa de pizza fresca recién horneadas, cubiertas con queso. Para sumergir en nuestras tradicionales salsas Pizza o Ajo.
MINI \$14.900 - GRANDE \$21.900

En cada llamada debes ofrecerle al cliente los acompañantes y nuestros deliciosos postres, realiza una descripción del producto que le estás ofreciendo, así lo antojarás y lograrás aumentar tu Ticket promedio.

Postres y Acompañamientos

Figura 6: Pieza infográfica para lección virtual (Elaboración propia, 2019)

WEB DELIVERY

El siguiente video tutorial está dividido en 3 fases, mira cada una de las fases del Web Delivery y escucha atentamente a la explicación, toma nota de los términos importantes.

Figura 7: Modelo de avatar para lección virtual (Elaboración propia, 2019)

INGREDIENTES

Es hora de conocer todos nuestros ingredientes, nuestras pizzas se preparan con los mejores. Interactúa con cada contenido para conocer los ingredientes.

Figura 5: Modelo de banner para lección virtual (Elaboración propia, 2019)

Para comenzar con la creación del protocolo, es importante desarrollarlo partiendo de tres aspectos importantes que ya se han expuesto anteriormente; el primero de ellos es el objetivo, el que se presenta para el desarrollo de este documento y que es optimizar el flujo de trabajo en el Área de Medios Virtuales de Emtelco S.A.S. El segundo es la estrategia, que se definió tanto a nivel general como particular y que para este caso específico es la creación del protocolo de diseño que permita el cumplimiento del objetivo. Y por último, la táctica, que como acciones para el desarrollo de la estrategia, o sea, de la creación del protocolo, contemplará las siguientes:

1. Definir momentos o instancias
2. Determinar las labores específicas a realizarse dentro de cada momento o instancia
3. Determinar tiempos estimados para cada una de estas labores

Así entonces, se definen dos momentos principales dentro del protocolo, que serán:

1. Conceptualización
2. Ejecución

Para la **fase de conceptualización** se seguirá el siguiente orden de acción:

- 1.1 Búsqueda de referentes. Se buscan referentes para el desarrollo técnico y gráfico de la pieza, teniendo en cuenta también las limitaciones que pueda tener la creación de la misma.
- 1.2. Definición del estilo / línea gráfica de la pieza. De todos los referentes consultados se escoge uno o los que más se acerquen a los requerimientos y expectativas del solicitante (no más de tres).

En la segunda mitad, en la **fase de ejecución**, se realizarán las siguientes labores:

- 2.1. Búsqueda de recursos. Fotografías, íconos, vectores, fondos, etc. Por cuestiones de tiempo, se procurará evitar la elaboración propia de los recursos a no ser que la pieza lo requiera. Para este caso, los repositorios virtuales son una herramienta válida.
- 2.2. Tratamiento de los recursos. Se refiere a la edición o ajustes que requiera alguno de los recursos dispuestos para la creación del proyecto; desde cambiar un color hasta quitar un fondo o complementar con algún diseño o elemento de elaboración propia.
- 2.3. Diseño preliminar. Algo rápido a modo de bosquejo, se pueden ubicar los recursos tentativamente y no es necesario definir tipografía y colores aún. Lo importante es crear una idea casi definitiva de la distribución de los elementos en el diseño.
- 2.4. Definición de estilos y colores. Se determinan de acuerdo a los referentes y al tratamiento de los recursos de cada pieza en particular. Se busca que se adecuen al diseño preliminar.
- 2.5. Depuración. De ser necesario, se harán cambios menores a la pieza que no signifiquen mayor esfuerzo o tiempo de trabajo.

De esta manera se determina el protocolo para la optimización del flujo de trabajo en el Área de Medios Virtuales de Emtelco S.A.S.; una medida que se espera pueda ser implementada en el futuro cercano de las labores del área.

El diseño como se ha venido desarrollando hasta el día de hoy requiere de una organización meticulosa y planeación estratégica, la labor de un diseñador o creativo en general no puede ser tomada a la ligera.

Desde nuestro saber es importante educar a aquellos, bien sean individuos u organizaciones, en términos de los alcances que puede tener la producción gráfica, interactiva y/o multimedia, y la propuesta de valor que trae independientemente del ámbito en el que se implemente.

Para el proceso en Emtelco S.A.S. se evidencia una situación que se atiende desde el perfil del diseñador tomasino (aún en formación) como un individuo que se preocupa por su crecimiento en el entorno laboral como complemento de su formación académica y que en el proceso enaltece el nombre de su institución y se apropia del de la entidad para la cual labora.

7. Referencias

- Batista, M. Á. (11 de Noviembre de 2010). *No Solo Usabilidad*. Obtenido de http://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.htm
- Facultad de Diseño Gráfico, & Universidad Santo Tomás. (2011). *Proyecto Educativo del Programa*. Bogotá D.C.
- GESTION.ORG. (s.f.). Obtenido de <https://www.gestion.org/que-es-workflow-o-flujo-de-trabajo/>
- Leiro, R. J. (2008). *Diseño, Estrategia y Gestión*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Monastoque, J. S. (2019). Optimización de procesos en la producción de las cápsulas informativas al Interior del Banco Falabella. Bogotá D.C.
- Peña, S. (2016). *TDRInfo*. Obtenido de <http://teoriaderestricciones.info/2016/02/20/estrategia-tactica-desde-la-perspectiva-teoria-restricciones/>
- Pietro, S. S., & Hamra, P. (2009). *Diseñar hoy: visión y gestión estratégica del diseño*. Buenos Aires: Nobuko.
- Puértolas, R. P. (2015). *La comunicación técnica entre el proceso de diseño y la producción gráfica*. Madrid: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación.
- Roig, F. A. (2011). *La estrategia creativa. Relaciones entre concepto e idea*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Tácticas aplicadas de marketing*. (1996). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.