Documento de sistematización de prácticas laborales

Nombre: Ricardo Farid Hernández Bedoya

Empresa: Camacol – Camara de Construcción Nacional

Cargo: Practicante de diseño gráfico del área de mercadeo

Director: Oscar Cubillos, Co-Director: Jeiceh Hernández

RESUMEN DE LA PRÁCTICA LABORAL

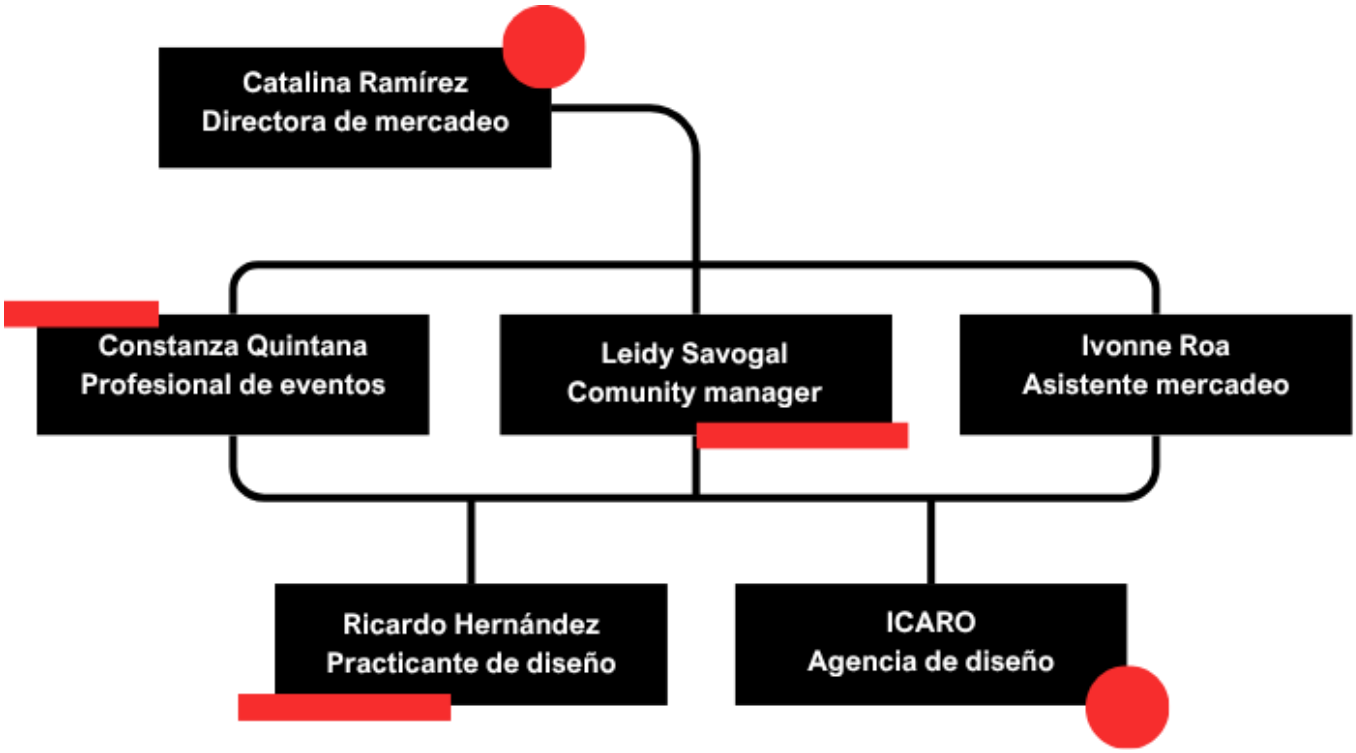
Camacol es un gremio privado sin ánimo de lucro centrado en el sector de la construcción en Colombia, aportando a temas políticos, económicos y sociales dentro de este sector. Con respecto a mis practicas laborales, estas tienen una duración de 6 meses, durante estos meses mis responsabilidades se basan en el apoyo y desarrollo de piezas gráficas que faciliten la comunicación dentro y fuera de la empresa, en este caso hago parte del área presidencial, desde donde se maneja la comunicación general de toda la empresa y además se apoya en algunas tareas a las demás sedes del país.

Piezas gráficas; Contenido digital; Desarrollo; Construcción; Identidad visual.

SINOPSIS TÉCNICA DEL TRABAJO DESARROLLADO

Para el desarrollo de mis tareas utilizo principalmente la suite de Adobe (Illustrator, Photoshop, Indesing, After effects, Premier) otras herramientas externas que manejo son Canva y Capcut, a través de estas herramientas hago el diseño, corrección y adaptación de las piezas gráficas para los canales digitales que se soliciten, una vez se finaliza la pieza solicitada se envía por medio del grupo de whatsapp del área de mercadeo, aquí pasa por una primera revisión y aprobación por parte del equipo de trabajo, posterior a esto la pieza se envía a la persona que la solicito para una revisión y aprobación final, esto en su mayoría se hace a través de canales como whatsapp o Teams, una vez ya se aprueba la pieza, se envía por correo a la persona que hizo la solicitud y a el equipo de mercadeo para dejar trazabilidad.

ORGANIGRAMA DE MANERA VISUAL



Mi equipo de trabajo está conformado por Catalina Amaya, Coordinadora del área de mercadeo, Ivonne Roa, asistente de mercadeo, Leidy Savogal, community manager y Conny Quintana profesional en eventos, Cada una de estas personas brinda indicaciones sobre las piezas que se deben realizar, sin embargo, Catalina Amaya es quien se encarga de decidir quien realiza las piezas debido a que el área de mercadeo cuenta con el apoyo externo de una agencia publicitaria llamada Icaro que se encarga al igual que yo de ajustar, corregir y crear las piezas que solicitan las demás áreas.

DESARROLLO DE LA PRÁCTICA

Funciones

- Diseñador de piezas
- Editor de videos
- Diagramador de documentos

Actividades específicas desarrolladas:

Diseñador de piezas

Creación y corrección de Banners, post e historias para redes, publicaciones para mail y pagina web, piezas para YouTube.

Editor de videos

Creación de videos que contengan toda la identidad visual e información pertinente reflejada de manera dinámica según la solicitud.

Diagramación de documentos

En base a las indicaciones se diagrama los documentos que solicitan para que reflejen de manera eficaz la información que contiene.

Personas y roles involucrados

Dependiendo de la solicitud las personas involucradas varían, debido a que puede ser cualquier área la que requiera el desarrollo de alguna pieza, generalmente dentro de estas piezas se mencionan los eventos de la empresa, algunos aliados que funcionan como clientes, y el público objetivo que también varía según la intención de la pieza.

Tiempo de ejecución

El tiempo general de ejecución es de 3 días hábiles a partir de la fecha de solicitud, sin embargo este tiempo puede cambiar ya sea por la prioridad de las piezas, el tiempo que requieran para su desarrollo (piezas como los videos pueden tomar más días) o los cambios que solicitan al momento de entregarse por primera vez.

Recursos empleados

Para el desarrollo de estas funciones se utilizan diferentes herramientas, la principal es la suite de Adobe (Illustrator, Photoshop, Indesing, After effects), otra herramienta indispensable es CapCut como editor de videos y Bancos de recursos como Freepik y Pixabay.

Impactos / resultados obtenidos:

Durante las practicas se han realizado diversas entregas que se ven reflejadas en los eventos que realiza la empresa, pues son estos los que permiten ver el impacto de lo desarrollado en un solo lugar, a través de la realización de las piezas se ha logrado llegar de manera efectiva al público objetivo que se requiere según la solitud, pues se maneja un mensaje claro y una identidad grafica bien definida que permiten que los participes de estos eventos comprendan mejor aquello de lo que dispondrán allí.

Debilidades y/o aprendizajes del proceso:

Desde el análisis de las prácticas se han evidenciado algunos puntos que se pueden considerar como debilidades dentro del proceso de desarrollo de las funciones como practicante, una de estas es la falta de prioridad frente a la disposición de los elementos mínimos necesarios para el practicante, puesto que al momento de bridar las herramientas (Computador) estas no están en las mejores condiciones y limitan el desarrollo de lo que se requiere, otra de la debilidades identificadas

es que dentro de la empresa no hay una persona que guie de manera eficaz el proceso del practicante, es decir, las personas asumen desde el inicio que el practicante sabe en donde, como y a quien va dirigido cada aspecto y dinámica en la empresa, lo que genera grandes dificultades dentro del proceso formativo, puesto que la mayoría de aspectos tanto a la hora de diseñar como de las características de la empresa se deben aprender de manera empírica. Por último, la debilidad que afecta en mayor medida al proceso del practicante es la mala comunicación que se maneja, esto visto desde diferentes aspectos, todo parte desde las áreas que en su mayoría no saben expresar de manera apropiada lo que requieren, sumado a esto existen continuamente conflictos entre áreas que dificultan aún más el proceso, en consecuencia al momento de diseñar las piezas el mensaje no es claro y el proceso se ve interrumpido constantemente por la cantidad absurda de correcciones y cambios que solicitan, por esta razón el proceso se puede extender mucho más de lo necesario y los demás requerimientos se atrasan de manera negativa lo que deriva en que la carga laboral para el practicante sea innecesariamente mucho mayor.

Hablando del aprendizaje, el proceso ha sido una dinámica de prueba y error, pues al no tener una guía clara, el diseñar se convierte a un proceso de adaptación para lograr un resultado optimo dependiendo de lo que se requiera, es gracias a los conocimientos previos que como practicante he logrado desarrollar aun mas las capacidades de análisis y desarrollo a la hora de entregar las tareas asignadas, además de mejorar en el manejo del tiempo para lograr cumplir con todas las responsabilidades.

Evidencias:

4TO CONGRESO
CAMACOL VERDE
CIUDADES QUE INSPIRAN Y TRASCIENDEN
Café por
LA CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE
EDICIÓN ESPECIAL
MARTES
28
ABRIL
HORA
11:00 AM
VIRTUAL
Canal Youtube
CAMACOL
ANTIOQUIA
¡Te invitamos a que nos acompañes!
Hubert Klumpner
Profesor Cátedra de Arquitectura y Diseño Urbano - ETH Zurich
Urbanthinktank_next
Sandra Cardona
Directora de Comunicaciones
CAMACOL NACIONAL
Moderadora
Nicolas Vottero
Secretario de Economía Circular y Empleo Verde Ministerio de Ambiente y Economía Circular de Córdoba Argentina

El futuro
de las ventas en la
construcción se proyecta
en Barranquilla
9 y 10 de Abril
Casos reales, herramientas aplicables y networking
de alto nivel para toda la cadena de valor.
¡Inscríbete ya!
CAMACOL
Construyendo MÁS+

¡VENTAS
MARKETING
e IA en un solo lugar!
IX Encuentro
Nacional de Ventas
Barranquilla 9 y 10 de Abril
Un evento clave para fortalecer capacidades
y potenciar resultados comerciales.
¡Inscríbete ya!
CAMACOL
Construyendo MÁS+

TARIFA PROMOCIONAL HASTA EL 15 DE MARZO
AFILIADO (+ IVA)
$ 900.000
NO AFILIADO (+ IVA)
$ 1.090.000
... ¡ INSCRÍBETE YA ! ...
CAMACOL
Construyendo MÁS+

EXCELENCIA
BIM COLOMBIA 2026
SÉPTIMA VERSIÓN
BIM
FORUM
COLOMBIA
La cuenta regresiva
ya comenzo
¡Faltan pocos días para para el cierre de postulaciones de los Premios Excelencia BIM 7ma edición
Si aún no has postulado tu proyecto, asegúrate de tener lista toda la documentación requerida y completa tu inscripción a tiempo.
No dejes pasar esta oportunidad.
Participa ahora

APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO DE CARRERA EN LA PRÁCTICA

A lo largo de las prácticas ha sido necesario aplicar los conocimientos adquiridos durante el proceso formativo, como se mencionó anteriormente es gracias a estos que se ha logrado cumplir de manera eficiente con todas las responsabilidades. En caso más concretos conocimientos como el manejo de tipografías, jerarquías y composición visual vistos en asignaturas como diseño editorial o diseño de marca han sido aplicados a piezas como banners, post o historias de redes sociales, edición de videos y diagramación de documentos. Desde asignaturas como dibujo e ilustración el proceso de bocetación y storyboard para preparar las piezas se convierte en una herramienta útil para concretar las piezas finales, también el manejo de los diferentes software son habilidades adquiridas través de aplicaciones informáticas y el énfasis, esto se evidencia en el uso de estas herramientas para realizar los correspondientes diseños, por ultimo materias como campañas promocionales y ecodiseño han permitido comprender de mejor manera el funcionamiento de las dinámicas propias que maneja la empresa.

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

TAREA	PERSONAS	COMENTARIOS	FECHA
Autopautas Mayo	área Coodenada Urbana	Paginas Revistas	5 de mayo
Banners redes sociales CCV	Leidy Savogal, Área de sostenibilidad	Promoción evento congreso Camacol verde	30 de abril
Video ponentes cumbre	Santiago Pérez	Videos promoción evento Cumbre inteligencia artificial	28 de abril
Certificados PCV	Daniela Marquez	Certificado ganadores concurso CCV	27 de abril
Video dia tierra	Dailin Hernández Área de sostenibilidad		22 de abril
Video cumbre	Leidy Savogal, Santiago Pérez	Videos promoción evento Cumbre inteligencia artificial	Sin fecha especifica
Panel conferencistas CCV	Daniela Marquez	Promoción del CCV	Publicación 27 de abril
Banner home CCV	Área de sostenibilidad	Promoción del CCV	30 de abril
Video de sostenido	Daniela Marquez, Diana Sua	Video materiales de sostenido	23 abril

Banner GH	Guillermo Herrera, Catalina Ramirez	Banner propuestas presidencia	8 de mayo
Video desfile CAPITAL	Daniela Pérez	Desfile de moda sostenible	4 de mayo
Videos cortos CCV	Leidy Savogal	Promocion CCV	Sin fecha especifica
Efemerides mayo	Leidy Savogal	Fechas importantes del mes	28 de abril
Video promoción desfile	Daniela Pérez	Promocion CCV	5 de mayo
news masivo CCV	Constanza Quintana	Publicación en medios	4 de mayo
Gif tipo banner de Cumbre con los ejes temáticos	Leidy Savogal, Santiago Pérez	Promocion evento inteligencia artificial	27 de abril
Banner home CCV	Constanza Quintana	Publicación en medios	4 de mayo
Video moda y flores	Daniela Pérez	Promoción CCV	6 de mayo
Video jeans	Daniela Pérez	Promoción CCV	Sin fecha especifica
piezas masivo desfile	Camila Fernandez	Promoción CCV	6 de mayo

piezas news desfile	Camila Fernandez	Desfile moda sostenible	6 de mayo
Carrusel desfile	Camila Fernandez	Desfile moda sostenible	7 de mayo
Video jueves CU	Área cordenada urbana		7 de mayo
Pieza pantalla sostenido	Daniela Marquez, Diana Sua		7 de mayo
Video Argos	Daniela Pérez	Desfile moda sostenible	7 de mayo
Video banco de ropa	Daniela Pérez	Desfile de moda sostenible	11 de mayo

Nota: *Esta tabla contiene el cronograma de ejecución de las prácticas que están siendo realizadas realizadas*

ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA Y APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO

Durante la practica laboral ha sido necesario comprender de manera consiente las dinámicas reales que rodean un entorno profesional, la relación con las áreas, la distribución de tiempos y espacios y el uso adecuado de las herramientas son algunas situaciones que condicionan el proceso creativo como practicante, lo que lleva a desarrollar de manera más apresurada habilidades de adaptación, organización, y toma de decisiones para cumplir con los requerimientos que se solicitan, esto muestra un contraste bastante

amplio entre lo que es desempeñarse en un ambiente laboral y un ambiente estudiantil donde quizás todo parece ser más controlado.

A través del proceso creativo que requiere la practica laboral, uno de los aprendizajes más significativos ha sido la aplicación del conocimiento en diseño que se centra en este caso en la comunicación visual y el manejo apropiado de las diferentes identidades de marca que en conjunto con la elaboración constante de piezas gráficas permite el fortalecimiento del análisis crítico frente a aspectos más específicos dentro del diseño, como el manejo de la jerarquía visual, la composición y la coherencia, sumado a la necesaria interacción con las diferentes áreas que afectan directamente a la compresión del diseño como herramienta estratégica dentro de las dinámica propias de la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, a lo largo de la práctica laboral el constante cuestionamiento de ver más allá de lo técnico ha contribuido a generar una visión más crítica frente a la importancia del diseño como mecanismo para responder a las problemáticas comunicativas dentro de una empresa.

IDENTIFICACIÓN DE NECESIDAD DE DISEÑO Y MARCO CONCEPTUAL

Estado del arte

El diseño está estrechamente relacionado con el proceso de comunicación, en última instancia el propósito del diseño es llevar de manera clara y concisa el mensaje al público objetivo con una estética específica que favorezca el entendimiento del mismo, según Castellanos y Rodríguez (2016)

Se evidencia un reconocimiento de ésta como un elemento integrador y articulador que permite poner las cosas en ‘común’, lo que garantice la correcta interpretación de los mensajes para los diferentes integrantes del equipo de trabajo y los grupos de interesados que tienen relación con el proyecto.

Mencionan que la comunicación es esa herramienta integradora de todo aquel participe en el proceso de diseño, pues la correcta interpretación de los mensajes es la que permite desarrollar plenamente aquello que se requiere diseñar, esto deja en evidencia como se ha analizado la comunicación a la hora de ejecutar el proceso de diseño para comprender como esta afecta en el resultado final.

Además de aspectos como lo comunicativo y visual el diseño hace parte de las dinamicas organizacionales y estratégicas que manejan las empresas, Diversas investigaciones relacionadas con la gestión de diseño mencionan como una estructura de comunicación clara permite coordinar correctamente las decisiones y necesidades entre aquellos involucrados en el proceso creativo.

Détienne (2006) plantea que el diseño colaborativo necesita herramientas que permitan la integración de múltiples perspectivas, puesto que cada uno de los actores involucrados en el proceso de diseño brindan una interpretación de las necesidades y objetivos desde las experiencias y funciones dentro de la organización. Teniendo en cuenta esto, el desarrollo del diseño debe incluir no solo la creatividad del diseñador, sino también la articulación de las interpretaciones de las diversas áreas ya que en conjunto todas estas permiten una optimización y la mejor obtención de resultados.

En un caso similar Chiu (2002) plantea que los procesos de colaboración en diseño necesitan estructuras capaces de facilitar la comunicación de la información entre los diferentes actores implicados en el proyecto, desde esta perspectiva, la manera en que se transmiten los requerimientos y decisiones influye directamente en la eficiencia a la hora de diseñar de manera adecuada las propuestas gráficas.

Desde el contexto organizacional, la comunicación pasa a un nivel de relevancia mayor debido a que el proceso de diseño se lleva a cabo de manera conjunta entre diferentes áreas y equipos de trabajo. La correcta transmisión de la información dentro de la organización juega un papel esencial, según Naranjo Huera et al. (2016) la comunicación visual es un componente fundamental dentro de las organizaciones ya que permite fortalecer las dinámicas internas y una mejor articulación entre los actores involucrados en el proceso creativo.

Es bajo esta perspectiva que se entiende como la comunicación organizacional no solo influye en la construcción de una identidad solidad sino también en la eficiencia a la hora de diseñar. En el caso contrario se pueden generar dificultades de diseño, malas interpretaciones y constantes modificaciones durante el desarrollo de los proyectos cuando la información entre áreas no se trasmite de manera clara.

Craig y Zimring (2002) señalan que la comunicación gráfica y verbal en entornos colaborativos influye directamente en la interpretación de los implicados en el proyecto y que a su vez construyen las soluciones graficas requeridas, lo que nos permite comprender

que esas diferencias a la hora de la interpretación pueden afectar el desarrollo al no existir un mecanismo claro que estructure la información.

Debido a la complejidad del proceso comunicativo dentro de una organización, han surgido diferentes herramientas que facilitan la estructuración de la información y el desarrollo de los procesos creativos, en este caso, la herramientas mas significativa para el diseño es el Brief, un documento que contiene aquellos requerimientos, objetivos y necesidades que deben ser tomados en cuenta a la hora de diseñar

Castellanos y Rodríguez (2016) indican que el Brief constituye ese punto de partida dentro del proceso de diseño, puesto que este permite entender las necesidades del cliente y establecer la mejor ruta a tevés de la interpretación para continuar con el proceso creativo. Asimismo los autores plantea que esta herramienta es un mecanismo de comunicación que al no ser usado de manera clara puede causar retrasos en el proceso, exceso de correcciones y dificultades que afectan negativamente la productividad y calidad del resultado final.

Diversos estudios relacionados con el pensamiento de diseño mencionan que el desarrollo de estos proyectos se ejecuta bajo un contexto complejo donde intervienen diversos actores o variables organizacionales que a su vez dependen de las necesidades del diseño, Buchanan (1992) define estas situaciones como “problemas complejos” los cuales se caracterizan por la dificultad para determinar soluciones efectivas debido a las diversas interpretaciones y requerimientos que surgen en el proyecto.

Una visión contemporánea como la de Danfulani y Anwar (2019) nos muestra que el proceso de los proyecto de diseño requiere de dinámicas interdisciplinarias en donde la interacción de todos los actores determina la construcción de soluciones, lo que acompaña la idea de cómo una comunicación poco efectiva afecta sobre todo la organización y el resultado del proyecto de diseño

Desde esta perspectiva, una comunicación efectiva permite reducir estas dificultades y la articulación entre las diversas áreas, facilitando la articulación de las interpretaciones, sin embargo, cuando los requerimientos no se transmiten de manera clara se generan retrabajos constantes y dificultades operativas que afectan la eficiencia y la calidad del resultado final.

Frente a la complejidad de estos procesos comunicativos, diferentes metodologías han surgido buscando organizar el desarrollo creativo facilitando a su vez la resolución de conflictos. Rodríguez (2015) menciona que el pensamiento de diseño y los métodos proyectuales permiten la estructuración de procesos encaminados a entender las necesidades, los objetivos y desarrollar soluciones de manera sistemática. De manera similar, Cisneros Ríos (2019) plantea que el proceso creativo no depende únicamente de las capacidades individuales del diseñador, sino también de la implementación de métodos que permitan optimizar el desarrollo de los proyectos tomando mejores decisiones.

Esto nos permite tener una visión más amplia frente a como se pueden manejar los procesos de diseño dentro de una empresa, ya que la vinculación entre áreas manejando una

comunicación efectiva y teniendo en cuenta las capacidades de cada actor involucrado permiten el pleno desarrollo y ejecución de los proyectos de diseño

Algunos enfoques contemporáneos de diseño amplían el rol del diseñador dentro de las organizaciones, puesto que actividades como la gestión, la comunicación efectiva y plantear estrategias se integran dentro de lo que se requiere para este papel. Manrique López (2016) menciona que existe una convergencia entre el diseño y la gestión organizacional, ya que los procesos creativos influyen en la estructura de las dinámicas colaborativas y comunicativas de las empresas. Desde esta perspectiva, comprender problemáticas organizacionales es algo que el diseño estratégico no solo analiza desde una dimensión de lo visual, sino que también desde la optimización de procesos y la articulación de las diversas áreas de trabajo.

Marco conceptual

A lo largo del proceso de las prácticas laborales fue posible identificar diversas dificultades relacionadas sobre todo con la comunicación y estructuración de los procesos a la hora de diseñar dentro de la empresa, puesto que en su mayoría, las solicitudes realizadas por las diferentes áreas se transmitían de manera poco eficiente y sobretodo sin una estructura clara que facilitara la comprensión de los objetivos y requerimientos de las piezas graficas que se solicitaban.

Por esta razón el proceso de desarrollo se ve constantemente interrumpido causando un flujo de trabajo aún más complicado y tardado, debido a que los requerimientos de las piezas eran cambiados constantemente o modificados completamente durante la realización

de las piezas, en consecuencia muchos procesos debían rehacerse o ajustarse en repetidas ocasiones, aumentando a su vez los tiempos de producción de las piezas y dificultando en si el proceso de diseño.

> Más allá de ser esto una dificultad operativa dentro de la empresa, esta situación representa una problemática directamente ligada al proceso de diseño dentro de las prácticas laborales, debido a que la falta de claridad en los requerimientos generaba un conflicto en la interpretación apropiada de los mensajes y limitaba la posibilidad de generar soluciones visuales alineadas con las necesidades reales de cada área.

Desde una perspectiva más aterrizada al diseño, la falta de un proceso comunicativo eficiente afecta aspectos esenciales como la toma de decisiones, planeación del proceso y la coherencia grafica de las piezas desarrolladas, esto debido a que el diseñador trabaja desde la información ambigua o incompleta ligada completamente a las decisiones de cada área.

Castellanos y Rodriguez (2016) señalan que la información debe ser comprendida bajo “los mismos términos” por todos los actores involucrados en el proyecto, generando interpretaciones comunes dentro del proceso de diseño. Sin embargo, dentro del desarrollo de las prácticas laborales se evidencio que en gran medida los requerimientos eran comunicados bajo la interpretación de solo unos pocos lo que causaba constantemente una fragmentación entre la posición de quienes solicitaban las piezas y quienes en ultima las aprobaban, puesto que al ser visiones diferentes y mal comunicadas entre si el proceso de creación de las piezas se veía constantemente afectado.

Esta situación se convierte en algo problemático puesto que, como lo dice Best (2017) el proceso de diseño requiere de una dinámica de comunicación organizada que permita coordinar todos los aspectos planteados por las áreas y que influyen en el resultado final, lo que nos lleva a comprender aun mas como el proceso de interpretación de los requerimientos durante la practica laboral se veían interrumpidos por una comunicación poco efectiva.

El diseño dentro de una organización no se limita solo al desarrollo de piezas visuales, ya que involucra también la planificación, la organización y coordinación de actividades para el desarrollo de los proyectos gráficos. Es por esto que la gestión del diseño se convierte en una herramienta relevante en el entorno laboral, ya que puede permitir la creación de dinámicas orientadas a la mejora de comunicación, que en este caso de las prácticas laborales se evidencia entre las áreas, y optimizar el flujo de desarrollo de los proyectos gráficos.

En las prácticas laborales, las dificultades durante el desarrollo de las piezas no solo depende de aspectos creativos, sino también del problema reconocible en como circula la información y los requerimientos dentro de las áreas, cuando las solicitudes son realizadas bajo parámetros poco claros, el practicante de diseño debe invertir más tiempo interpretando lo que realmente quiere cada área, lo que lleva a una productividad deficiente y un aumento en la carga laboral.

Mozota (2018) plantea que la gestión del diseño facilita la integración de dinámicas estratégicas que en últimas permiten optimizar la comunicación, la toma de decisiones y el

desarrollo de proyectos dentro de las organizaciones. Esto nos permite entender como este tipo de metodologías pueden contribuir a mejorar la coordinación entre las áreas y fortalecer de manera eficiente el desarrollo de los proyectos dentro del contexto colaborativo de la empresa.

La estructuración de los requerimientos es una de las etapas más importantes para que el desarrollo de las propuestas de diseño sea el más adecuado, pues permite que el diseñador al momento de iniciar el proceso creativo comprenda los aspectos necesarios para cumplir con el objetivo de la pieza, las necesidades de quien la solicita y las características que deben tener las propuestas gráficas.

Sin embargo durante las prácticas laborales, la información no era organizada ni clara desde el inicio, y dificultades como interpretaciones erróneas y cambios constantes durante el desarrollo eran constantes. Esto determinaba que en lugar de enfocar las capacidades en la creación de soluciones visuales efectivas como diseñador el trabajo se centrara en corregir y reinterpretar las solicitudes poco claras.

Debido a esto, la herramienta del Brief se convierte en un mecanismo de gran relevancia dentro del proceso de diseño, pues permite recopilar de manera estructurada la información necesaria para oriental de desarrollo de los proyectos y comunicar de manera clara los mensajes. Castellanos y Rodríguez (2016) mencionan que el Brief funciona como ese camino que facilita la comprensión de las necesidades y establecer los requerimientos claros para el desarrollo del proceso creativo.

Bajo esta perspectiva, una herramienta como el Brief adquiere gran relevancia dentro de los procesos de diseño en la empresa, que aunque se maneja dentro de la misma, no se usa como mecanismo para favorecer el proceso de diseño y el usarlo de la manera correcta permite de manera concreta estructurar lo relacionado al desarrollo de las piezas gráficas. Más allá de ser una herramienta con un fin de documento informativo, el Brief puede entenderse como esa dinámica capaz de articular las diferentes interpretaciones que se comunican por parte de los actores involucrados del proceso de diseño.

A lo largo de las practicas y como se ha mencionado se evidencio que la gran dificultad surge por que las partes involucradas en el proceso siempre manejan interpretaciones diferentes frente a las piezas gráficas que se solicitan, en muchos casos incluso la personas que soltaban estas piezas no eran quienes daban una aprobación final, generando contradicciones constantes obligando a que como diseñador se reinterpretaran continuamente los requerimientos planteados.

Frente a esta problemática, la elaboración de un Brief estructurado permitiría establecer parámetros comunicativos comunes entre las diversas áreas que están involucradas en el proceso, mejorando la comunicación de los requerimientos comprendidos bajo “los mismos términos”, como lo plantean Castellanos y Rodríguez (2016). Esta dinámica permitiría disminuir en gran medida las diferencias a la hora de interpretar los requerimientos solicitados contribuyendo también a que las decisiones de diseño sean tomadas desde objetivos definidos y compartidos entre todos los actores involucrados.

Asimismo, implementar de manera eficiente esta herramienta permitiría organizar mucho más aspectos como los tiempos de entrega, objetivos de comunicación, elementos gráficos esperados y las necesidades específicas de cada solicitud. Todo esto en conjunto llevaría a optimizar el flujo de trabajo del diseñador puesto que la cantidad de retrabajos y modificaciones constantes reduciría significativamente.

Desde una mirada estratégica, el diseño puede intervenir en estas problemáticas no solo a través de la producción de las piezas gráficas, sino también a través de mecanismos para mejorar la organización de la información y comunicación eficiente como el Brief que bajo una buena estructura existiría un fortalecimiento en el desarrollo de proyectos.

Actualmente el diseño se interpreta más allá de una dimensión visual, se convierte en una herramienta que permite la resolución de problemas, la articulación de equipos y la optimización de dinámicas bajo un contexto organizacional, debido a esto, el diseño estratégico permite reconocer problemáticas con la comunicación y estructuración de proceso como el que se menciona se encontró durante las prácticas laborales, identificando así oportunidades de mejora capaces de fortalecer el proceso de interacción entre las diversas áreas que se ven involucradas en el desarrollo de los proyectos de diseño. Lo que marcaría una diferencia importante en un contexto donde la falta de claridad de los requerimientos afecta directamente la eficiencia del diseñador y dificulta el proceso de aprendizaje.

Lockwood (2010) nos dice que las metodologías de diseño estratégico permiten la construcción de procesos orientados en la mejora de la coordinación y comunicación dentro

de una organización. De manera similar, Brown (2019) indica que el pensamiento de diseño facilita la construcción de esas soluciones enfocadas en las necesidades reales de los contextos y actores implicados donde se desarrollan los problemas. Teniendo en cuenta lo anterior, el diseño puede intervenir desarrollando estrategias enfocadas en reducir esas ambigüedades y falta de eficiencia durante el desarrollo de los proyecto de diseño como se muestra en la problemática que se tiene dentro de la empresa pues la relación entre la estructuración de los procesos comunicativos y la organización de los requerimientos requieren de un ajuste que permita su optimización.

A partir de los conceptos desarrollados y el análisis de la situación dentro de la organización, es posible comprender que las dificultades van más allá de problemas operativos dentro de la empresa, sino también radican en un problema de gestión y estructuración de los procesos de diseño. La capacidad del diseñador se limita por la falta de claridad en los requerimientos, interpretaciones divididas entre las áreas y parámetros comunicativos poco claros, lo que lleva a una mala ejecución del desarrollo de los proceso de diseño, impidiendo así crear soluciones visuales adecuadas a los lineamientos de la empresa.

Por esto se entiende al diseño como una herramienta capaz de intervenir estratégicamente en la organización del proceso comunicativo, como por ejemplo a través del brief estructurado permitiendo que los requerimientos sean comprendidos por medio de las diferentes interpretaciones que se comparten entre las diferentes áreas. En este sentido la necesidad que se identificó durante el espacio de las prácticas está estrechamente relacionada con implementar estrategias de diseño que fortalezcan la claridad comunicativa

buscando mejorar el desarrollo del diseño y optimizando el resultado final de las piezas gráficas que se solicitan

Conclusiones

El desarrollo de las prácticas laborales permitió comprender que el diseño no se debe limitar únicamente a desarrollar piezas gráficas sino también debe ser involucrado en procesos de comunicación, gestión, y articulación dentro de las organizaciones. A lo largo de la práctica fue posible reconocer que aspectos como los requerimientos, la correcta interpretación, y la organización de los procesos influyen en la eficiencia que debe tener el diseñador y esto se demuestra en la calidad final de los resultados.

Partiendo de esta idea, se reconoció que como dificultad la empresa no cuentas con una estructuración clara de los requerimientos y las diferentes interpretaciones de las diversas áreas generaban la necesidad de modificaciones constantes, retrabajos y afectaciones negativas en el flujo de trabajo. Frete a esto el análisis a partir de documento permitió reconocer esta problemática desde una perspectiva de diseño, donde la correcta comunicación y organización de los procesos de diseño son parte esencial del desarrollo eficiente de las propuestas visuales

La gestión de diseño y herramientas metodológicas como el Brief bajo esta perspectiva se convierten en un mecanismo capaz de fortalecer la comunicación como proceso indispensable para que los requerimientos sean comprendidos bajo interpretaciones comunes, convirtiendo el diseño en una dinámica estratégica que interviene en la

estructuración de la información y optimización de los procesos de diseño, ampliando le visión del diseñador más allá de una dimisión netamente visual.

Finalmente, esta experiencia permitió reconocer la importancia de fortalecer estrategias orientadas a mejorar la claridad comunicativa en los procesos de diseño que maneja en este caso la empresa. Implementar metodologías y herramientas que faciliten significativamente la organización e interpretación aumentaría la eficiencia del diseñador pues no habría tantas ambigüedades, el tiempo se optimizaría y habría una mejor articulación de las áreas. Todo esto en conjunto favorecería al proceso de diseño alineándolo aún más con las necesidades reales de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Best, K. (2017). *The fundamentals of design management*. Bloomsbury Visual Arts.

Brown, T. (2019). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. Harper Business.

Buchanan, R. (1992). Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, *8*(2), 5. https://doi.org/10.2307/1511637

Chiu, M.-L. (2002). An organizational view of design communication in design collaboration. *Design Studies, 23*(2), 187–210. https://doi.org/10.1016/s0142-694x(01)00019-9

Cisneros Ríos, R. E., Ramírez Paredes, K. G., & Flores Treviño, M. E. (2020). El proceso creativo como metodología de trabajo del diseñador gráfico. *Paradigma Creativo*, *1*(1), 66–77. https://doi.org/10.29105/pc.v1i1.8

Cornish, K., Goodman-Deane, J., Ruggeri, K., & Clarkson, P. J. (2015). Visual accessibility in graphic design: A client–designer communication failure. *Design Studies*, *40*, 176–195. https://doi.org/10.1016/j.destud.2015.07.003

de Mozota, B. B. (2003). *Design management: Using design to build brand value and corporate innovation*. Allworth Press.

Idi, D. B., & Khaidzir, K. A. M. (2018). Critical perspective of design collaboration: A review. *Frontiers of Architectural Research*, *7*(4), 544–560. https://doi.org/10.1016/j.foar.2018.10.002

Luis, D., Morales, R., & González Rodríguez, A. L. (s/f). *Ensayo: De Los Métodos Proyectuales al Pensamiento de Diseño*. Cloudfront.net. Recuperado el 10 de mayo de 2026, de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52168914/De_los_metodos_proyectuales-libre.pdf?1489612007=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEnsayo_De_Los_Metodos_Proyectuales_al_Pe.pdf&Expires=1778396638&Signature=Ve-IuirORWToskbgEGQBj0uzuN7YkfK9uFCeSW7kWoZnyxB53kS9cLQCREqyGcU6yyBKF7bF0le~Rcmi40frNWBzczzxUJ-L3j8L23cJ1qwN-yV4xiOKZu~gktPI6J6sCY0gG2Vid~ahzLI9SbrsmEOCoYeh49uqzu8UBw3k0Hcu-D5cnrrJweofIpFxnlGIB1396J63ZbfP7tGXCOcMwpBF4nuA5OphUAWqpK-rIQUv24UnMaSqwvNPy20O-HK6zemlvz2nvY1nMn8dZBfv3wXdJcUeNJ3vc4GB3UbSvganKuq2HMbQOkqJ0MlQrTZgsl8ZE3kxnY1EXJt0CD81WQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Lockwood, T. (2010). Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience and Brand Value. Recuperado el 10 de mayo de 2026, de https://www.krishnagudi.com/wp-content/uploads/2023/06/Design-Thinking-Integrating-Innovation-Customer-Experience-and-Brand-Value-Thomas-Lockwood.pdf

(S/f-a). Recuperado el 10 de mayo de 2026, de http://file:///C:/Users/User/Downloads/jdhoyosp,+Revista14_7.pdf

Naranjo Huera, V. L., Otañez Balseca, J., & Pacheco Tigselema, I. L. (2016). Diseño gráfico para fortalecer la cultura organizacional. *SATHIRI*, *11*, 86. https://doi.org/10.32645/13906925.11

(S/f-d). Redalyc.org. Recuperado el 10 de mayo de 2026, de https://www.redalyc.org/journal/646/64646279006/html/

(S/f-e). Krishnagudi.com. Recuperado el 10 de mayo de 2026, de https://www.krishnagudi.com/wp-content/uploads/2023/06/Design-Thinking-Integrating-Innovation-Customer-Experience-and-Brand-Value-Thomas-Lockwood.pdf

(S/f-f). Arxiv.org. Recuperado el 10 de mayo de 2026, de https://arxiv.org/pdf/cs/0611151