

**Análisis de procesos de diseño en las empresas Emtelco, Petroworks y Fundación
Búsqueda y Rescate, para concluir con mejoras en los procesos de cada empresa**

Laura Daniela Rodríguez Panqueva

Javier Medina Novoa

Andrés Felipe Méndez Baquero

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Santo Tomás

14095: Diseño Gráfico

[Claudia Marcela Arias Mejía](#)

10 de mayo de 2021

Dedicatoria

A todas las personas que han incursionado en el mundo del diseño por las enseñanzas que nos han dado, a toda la gente que no se rinde fácilmente en sus sueños y a todos los colombianos que luchan por los sueños, derechos y la justicia del pueblo.

Agradecimientos

Primero, queremos agradecer a cada una de nuestras familias que nos han apoyado incondicionalmente a través del gran camino de convertirnos en profesionales, ya que sin este apoyo no hubiéramos podido llegar hasta este punto, además agradecer a cada uno de los profesores que nos han acompañado y guiado a lo largo de la carrera, especialmente a la profesora Marcela que nos brindó su apoyo y enseñanzas, en la realización de este proyecto, finalmente agradecemos a todos nuestros amigos y compañeros que han contribuido en nuestro proceso formativo.

Tabla de Contenido

1.	Introducción.....	9
2.	Justificación.....	11
3.	Pregunta articuladora.....	12
4.	Objetivo general.....	12
5.	Marco conceptual.....	12
5.1.	Proceso de diseño.....	12
5.2.	La comunicación corporativa.....	24
5.3.	Las empresas.....	26
5.3.1.	Emtelco cx&BPO.....	26
5.3.2.	Petroworks.....	26
5.3.3.	Fundación “Búsqueda y Rescate”	27
6.	Sistematización de procesos de diseño.....	28
6.1.	Proceso de diseño empleado en la práctica de Emtelco.....	28
6.1.1.	Trabajo del pasante.....	28
6.1.2.	Organigrama.....	29
6.1.3.	Organización de actividades.....	29
6.1.4.	Flujo de trabajo.....	31
6.1.5.	Tipo de piezas.....	37
6.2.	Proceso de diseño empleado en la práctica de Petroworks.....	39
6.2.1.	Trabajo del pasante.....	39
6.2.2.	Organigrama.....	40
6.2.3.	Organización de actividades.....	40
6.2.4.	Flujo de trabajo.....	42
6.2.5.	Tipo de piezas.....	45
6.3.	Proceso de diseño empleado en la práctica de Fundación Búsqueda y Rescate...47	
6.3.1.	Trabajo del pasante	47
6.3.2.	Organigrama	48

6.3.3.	Organización de actividades.....	49
6.3.4.	Flujo de trabajo.....	51
6.3.5.	Tipo de piezas.....	54
7.	Conclusiones.....	55
8.	Bibliografía.....	57
9.	Anexos.....	58

Lista de figuras

Figura 1. Modelo presentado por Bruce Archer.....	14
Figura 2. Modelo presentado por Brian Lawson.....	17
Figura 3. Método “Total design” de Stuarth Pugh.....	18
Figura 4. Modelo presentado por Rachel Cooper y Mike press.....	19
Figura 5. Modelo de Walker.....	20
Figura 6. Modelo de Nigel Cross del proceso de diseño.....	21
Figura 7. Modelo de Clarkson y Eckert del proceso de diseño.....	22
Figura 8. Modelo doble diamante del proceso de diseño, presentado por el Design Council.....	24
Figura 9. Organigrama pasante de Emtelco.....	29
Figura 10. Documento de Excel de pieza solicitada para Keralty el viernes 9 de abril.....	33
Figura 11. Solicitud de piezas para Colpensiones. Jefe directo y pasante.....	34
Figura 12. Envío del documento en Excel por parte del jefe directo de la pieza a realizar.....	34
Figura 13. Realización de una infografía interactiva para Keralty.....	35
Figura 14. Cambios del jefe directo de una pieza realizada por el pasante.....	36
Figura 15. Carpeta Drive de la pasante.....	36
Figura 16. Banner - Cruz Verde.....	37
Figura 17. Miniaturas - Alkosto.....	37
Figura 18. Infografía interactiva - Keralty.....	38
Figura 19. Video noticiero - Keralty.....	38
Figura 20. Organigrama Gestión humana Petroworks.....	39
Figura 21. Proceso de diseño de Press y Cooper.....	41
Figura 22. Proceso de diseño individual modificado en el momento de usar un formato ya existente para Petroworks.....	41
Figura 23. Correo electrónico enviado al jefe directo para la resolución de una pieza.....	43
Figura 24. Resolución de un formato viejo a nuevo para Petroworks.....	44
Figura 25. Jefe directo dando cambios a la pieza.....	45
Figura 26. Infoworks del mes de abril.....	45
Figura 27. Nuevos talentos - Ana.....	46

Figura 28. Actualización información póliza exequial.....	46
Figura 29. Organigrama de la Fundación Búsqueda y Rescate.....	48
Figura 30. Esquema de proceso de diseño de la pasantía Fundación Búsqueda y Rescate.....	50
Figura 31. Ejemplo de asignación de tareas vía WhatsApp.....	51
Figura 32. Ejemplo de realización de actividades.....	52
Figura 33. Ejemplo de Entrega vía WhatsApp.....	53
Figura 34. Post - Campaña “Conectando Sueños”	54
Figura 35. Post 2 - "Campaña Sueños".....	54
Figura 36. Banner - Campaña “Conectando Sueños”	55

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz de análisis de piezas realizadas por la pasante de Emtelco.....	29
Tabla 2. Matriz de análisis de piezas realizadas por el pasante de Petroworks.....	40
Tabla 3. Matriz de análisis de piezas realizadas por el pasante de Fundación Búsqueda y Rescate.....	49

1. Introducción

En el siguiente proyecto se presenta el análisis realizado a los procesos de diseño desarrollados por los pasantes de las empresas Emtelco, Petroworks y la Fundación “Búsqueda y Rescate”. Gracias a convenios interinstitucionales estas tres empresas cuentan con pasantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Santo Tomás.

Este estudio se desarrolló analizando a profundidad los procesos de diseño que realizaron los pasantes durante su estancia en las empresas, para lo cual se caracterizaron las actividades realizadas teniendo en cuenta el modo en que se solicitaron los pedidos por parte de los jefes directos, el tipo de pieza, el tiempo ejecutado en el proceso de diseño de la piezas y las distintas formas que encontró cada uno para resolver los pedidos; esto con el objetivo de definir y comparar los procesos de diseño de las diferentes empresas y poder mejorar las buenas prácticas de las mismas. Es importante señalar que dentro de los pasos previos al análisis se encontró que el primer punto en común del trabajo realizado por los pasantes es que la mayoría de piezas desarrolladas tenían como finalidad informar sobre diferentes procesos o sucesos internos de las instituciones comunicando y poniendo en contacto a diferentes actores de las mismas, por lo cual además del concepto de proceso de diseño se tuvo en cuenta el de comunicación corporativa.

Para profundizar más en el análisis es necesario entender que un proceso de diseño es “... la serie específica de eventos, acciones o métodos porque se sigue un procedimiento o conjunto de procedimientos, con el fin de lograr un propósito, meta o resultado previsto.” (Best, 2006, p. 114).

Desde los estudios cualitativos que se ocupan de los procesos de diseño se analiza la forma en que se utiliza el diseño en diferentes empresas, se tiene en cuenta cómo los diseñadores trabajan

de la mano con otras personas de distintas disciplinas y cómo se gestiona el proceso de diseño para ofrecer resultados adecuados. De esta manera se quiere saber cómo se gestiona el diseño, teniendo en cuenta cómo los equipos de trabajo solucionan y organizan las habilidades que necesitan para tener éxito (Design Council, 2007, p. 3).

Este proyecto se realiza con el interés de entender mejor el funcionamiento del proceso de diseño y sus características dentro de cada empresa, determinar sus etapas y entender los roles asumidos por los diferentes actores. Este tipo de estudios permiten proponer mejoras al interior de las instituciones, optimizar las habilidades profesionales de los egresados y a nivel educativo le proporciona la oportunidad a la academia para mantenerse actualizada sobre lo que requiere el mercado.

En el primer apartado del documento se define que es un proceso de diseño y se indaga en cada uno de los diferentes métodos que se han desarrollado en diferentes etapas históricas, haciendo énfasis en los procesos que guardan relación con los desarrollados en las empresas mencionadas. Además, se define la comunicación corporativa desde lo que plantea Capriotti (2009).

En el segundo apartado encontramos la sistematización de las experiencias de diseño de cada pasantía durante el primer trimestre de 2021, centrándose en la metodología utilizada para realizar el análisis de las actividades, el flujo de trabajo definido en cada una de las empresas, el modelo definido para cada caso y el tipo de piezas que realizaron.

Finalmente, en el último apartado se presentan las conclusiones del análisis realizado por los pasantes basándose en la sistematización de su experiencia y en los modelos encontrados dentro de las empresas.

2. Justificación

Este trabajo busca analizar y comparar los procesos de diseño realizados por los pasantes en cada una de las empresas respectivas. Esto es importante ya que nos permite evidenciar detalladamente y desde la perspectiva del pasante la implementación de los procesos de diseño en una empresa, además que este tipo de análisis dan probabilidades de mejora en estos modelos, teniendo en cuenta sus falencias y sus aciertos, sin embargo, hay que reflexionar en la importancia de estos procesos de diseño.

Como asegura el Design Council (2007) “Hoy en día, el diseño está integrado en muchas funciones comerciales que pueden unir diferentes actividades para formar tanto producto como ofertas de servicios que satisfagan las necesidades del cliente.” (p.12), esto genera que dentro de las empresas sea necesario e indispensable el uso del diseño como método de innovación a la hora de resolver problemas y generar soluciones. Y esto es más evidente a la hora de hablar de los procesos de diseño, ya que como pudo evidenciar el Design Council (2007) en su estudio, la definición y modelación de estos procesos permiten que de una manera organizada se identifiquen las áreas a mejorar dentro de la empresa, relacionando el buen manejo de estos procesos con el éxito de las empresas.

Además, el constante mejoramiento y evaluación de los mismos es de gran importancia ya que estos deben adaptarse constantemente a los cambios, teniendo en cuenta que los beneficios de un buen proceso de diseño van desde la empresa hasta los usuarios, pasando por el mercado e incluso el diseñador. (Design Council, 2007)

3. Pregunta articuladora

¿Qué diferencias y similitudes hay entre los procesos de diseño realizados por los pasantes de las empresas Emtelco, Petroworks y la Fundación “Búsqueda y Rescate”?

4. Objetivo General

Analizar y comparar los procesos de diseño realizados por los pasantes de las empresas Emtelco, Petroworks y la Fundación “Búsqueda y Rescate”, para buscar falencias de sus procesos y poder mejorarlos.

5. Marco Conceptual

4.1 Proceso de diseño

Cuando se habla de procesos de diseño debe tenerse en cuenta que son un conjunto de actividades y métodos que deben cumplir con ciertos requisitos con el fin de encontrar soluciones o desarrollar un proyecto (Design council, 2007). Estos procesos varían de acuerdo con el tamaño, escala y naturaleza del problema que se va a abordar. (Best, 2006)

El proceso de diseño surgió de un movimiento temprano que defendía no solo los productos sino la forma en que eran concebidos y producidos. Desde entonces el proceso de diseño ha sido aplicado en varios escenarios como la ciencia, ingeniería y fabricación serial. (Design council, 2007, p. 3).

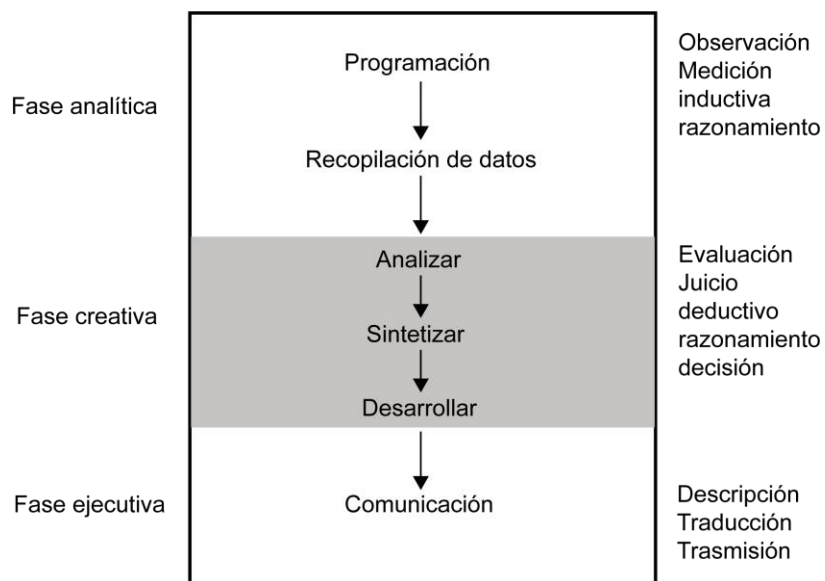
Al respecto, cuando buscamos los orígenes de estas formas de organizar el trabajo de diseño encontramos que para Adrian Forty, el caso de *Wedgwood*¹ es pionero en cuanto a proceso de diseño se refiere. En este caso se demuestra que la división de tareas condujo a un gran incremento de productividad y de manera paralela a la creación de oportunidades en términos de producción. La solución a este problema fue la de reducir las posibilidades presentadas al consumidor y estandarizar la variedad de productos mediante una selección de diseños y es allí donde Wedgwood plantea que se deben coordinar los aspectos de los nuevos procesos de producción.

La metodología del diseño propuesta por Bruce Archer fue la primera en jugar un papel importante en los estudios sobre investigación en diseño. Archer publicó un modelo del proceso de diseño en 1963 denominado “El método sistemático para diseñadores”, en su propuesta Archer define al diseño como la acción de “seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles”. Este modelo divide el proceso de diseño en unas etapas claves tal como se muestra en la figura 1.

¹ El caso de la empresa Wedgwood evidencia como la división de tareas incrementó el nivel de productividad, pero hizo que se acelerara el proceso de creación para aumentar la oferta e hizo que bajara la calidad, consistencia y producción oportuna.

Figura 1.

Modelo presentado por Bruce Archer.



Nota. Adaptado de *Eleven lessons: managing design in eleven global companies Desk research report* (p.5) por Design Council, 2007.

Las etapas clave de este modelo son:

1. Fase Analítica:

Es aquí en donde se recoge toda la información necesaria sobre las necesidades de la empresa o las que se buscan cubrir con el proyecto, el problema a solucionar, los límites del proyecto y las condiciones a seguir (definición del problema y preparación del programa detallado)

Esta fase está a su vez está compuesta de 3 pasos:

1. Definición del problema
2. Programación
3. Obtención de información

2. Fase Creativa

Esta fase inicia con el análisis de la información recopilada en la fase anterior, aquí se da el desarrollo de ideas y la selección de las mismas para llegar a la solución.

Esta fase está compuesta por 3 pasos:

1. Análisis
2. Síntesis
3. Desarrollo

3. Fase Ejecutiva

Esta fase sucede cuando se presenta la idea al cliente y se pide su autorización o su opinión para realizar cambios o mejoras a la idea para finalizar el proyecto, en este momento se da un proceso de valoración crítica, desarrollo y materialización.

Esta fase está conformada por 2 pasos:

1. Comunicación
2. Solución

Por último, la de ejecución, de igual manera estas etapas se subdividen en diferentes fases:

1. Definición del problema y preparación del programa detallado
2. Obtener datos relevantes, preparar especificaciones y con base en estas retroalimentar la fase 1
3. Análisis y síntesis de datos para preparar propuestas de diseño
4. Desarrollo de prototipos
5. Preparar y ejecutar estudios y experimentos que validen el diseño
6. Preparar documentos para la producción

Otro de los modelos importantes que precedieron al de Archer es el propuesto por Bryan Lawson. El investigador expone en su libro *“How Designers Think”* (1980), que el diseño en arquitectura, inició un proceso de generalización del concepto.

Al igual que Munari, Bryan Lawson resume el proceso proyectual generalizado en tres fases:

1. Análisis
2. Síntesis
3. Valoración

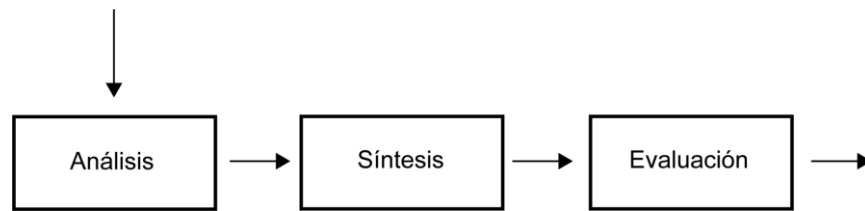
Es aquí donde asegura que mientras la ingeniería tiende al análisis, el diseño lo hace hacia la síntesis.

Aunque algunas arquitecturas y algunos diseños de productos parecen muy parecidos, es realmente el extremo del arco del frotamiento del árbol de la arquitectura contra una hoja en el extremo del árbol de diseño de productos. Tenemos que pensar que son muy similares, pero no lo son. Fundamentalmente las raíces son completamente diferentes. (Lawson, 1994, p.5)

Lawson determina que, a diferencia de las estrategias que emplean los científicos que se concentran en el problema, los arquitectos recurren a estrategias cognitivas orientadas a la solución. Lawson exploró en su libro *“How Designers Think”* (1980) las diferencias entre las formas de pensar de los arquitectos y los ingenieros, e indagó sobre centrarse en el problema o en la solución, profundizando sobre la especialidad de entender cómo piensan los diseñadores.

Figura 2

Modelo presentado por Brian Lawson.



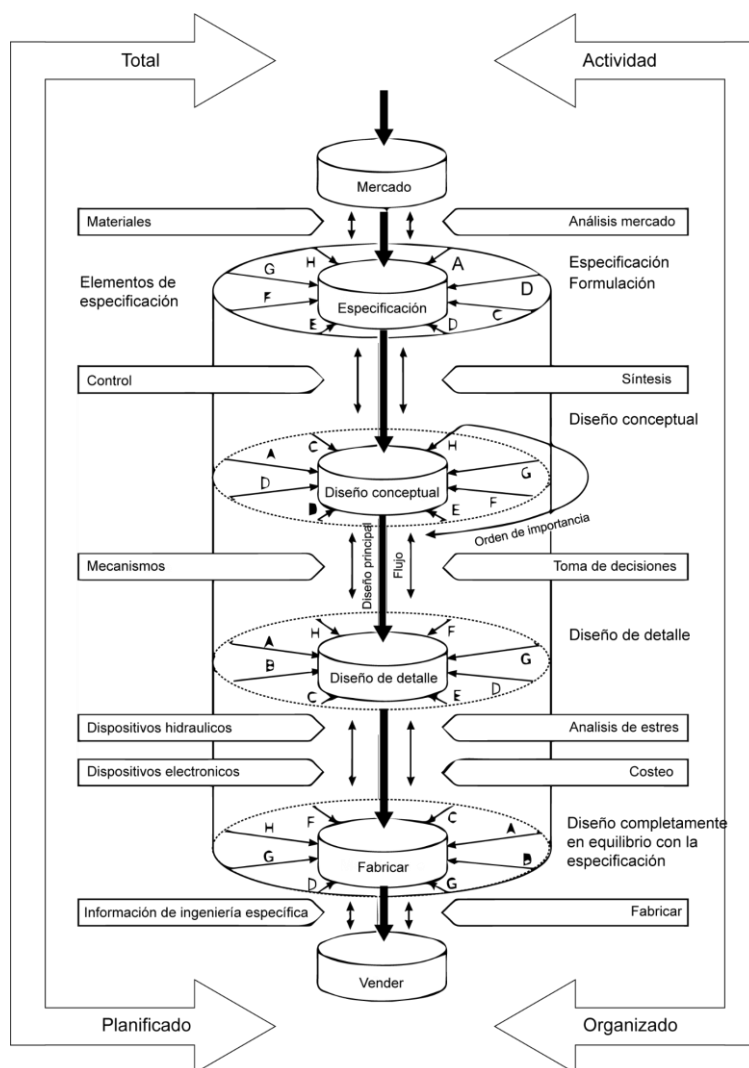
Nota. Adaptado de *Eleven lessons: managing design in eleven global companies Desk research report* (p.6) por Design Council, 2007.

Estos modelos lineales han sido reevaluados ya que sugieren que los problemas solamente se pueden resolver en una sola dirección, la revisión de modelos que incluye bucles e iteraciones son los que dan espacio para evaluar y probar ideas que le permiten al diseñador a considerar un espacio más amplio de soluciones para resolver el mismo problema.

En el planteamiento de modelos no lineales encontramos el desarrollado por Stuarth Pugh basado en un núcleo, esto sugiere que es un modelo de iteración, prueba y evaluación. Pugh se refiere al “núcleo de diseño” como las actividades de diseño que son indispensables para cualquier actividad independiente del dominio. Pugh se centró en un concepto llamado “diseño total” que según el investigador incorpora todo, desde la identificación temprana del mercado y las necesidades del usuario hasta la venta de un producto que satisfaga esa necesidad.

Figura 3

Método “Total design” de Stuarth Pugh.



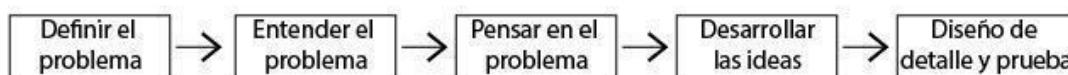
Nota. Adaptado de *Eleven lessons: managing design in eleven global companies Desk research report* (p.7) por Design Council, 2007.

En esa misma línea encontramos el modelo de Cooper y Press (1994), quienes reconocen la diferencia entre el proceso utilizado por el diseñador independiente (o *free lance*) y las habilidades de diseño que utiliza para resolver un problema, y el proceso de diseño como planificación estratégica del desarrollo de productos que involucra grupos de trabajos más

complejos. Este modelo demuestra el proceso de diseño tal como ocurre desde la perspectiva del individuo, y describe su proceso de pensamiento al abordar un problema basado en la educación y la experiencia. (Design Council, 2007)

Figura 4

Modelo presentado por Rachel Cooper y Mike press.

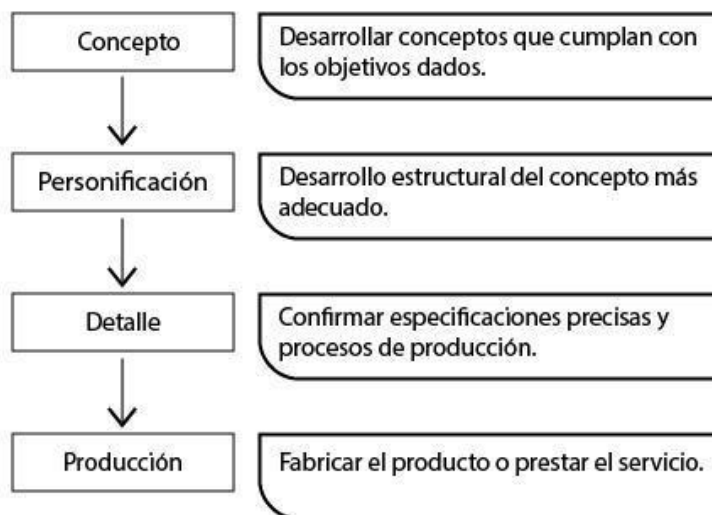


Nota. Adaptado de *Eleven lessons: managing design in eleven global companies Desk research report* (p.7) por Design Council, 2007.

Así como el modelo de Cooper y Press aborda el proceso de diseño desde la perspectiva de un diseñador que trabaja de forma independiente podemos encontrar que los estudios realizados por Walker, se refieren al proceso productivo de diseño que involucra equipos más grandes y multidisciplinarios, su modelo refleja dos actividades clave, la planificación y producción. Este modelo logra reflejar una combinación del proceso de diseño corporativo y procesos de diseño individual. Esta metodología y proceso más estructurados para diseñar actividades puede ayudar a anticipar problemas y gestionar riesgos (Design Council, 2007)

Figura 5

Modelo de Walker.



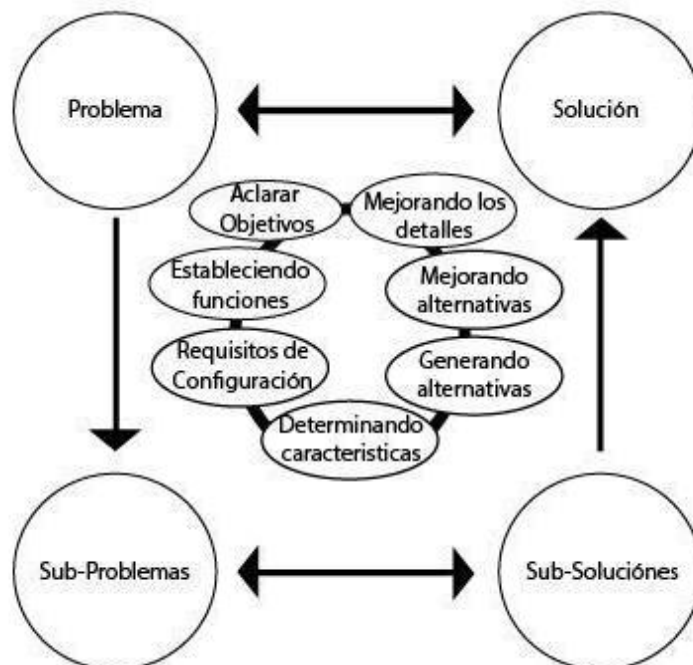
Nota. Adaptado de *Eleven lessons: managing design in eleven global companies Desk research report* (p.8) por Design Council, 2007.

Con respecto al modelo de diseño de Nigel Cross, este presentó teorías sobre cómo el diseño y la ingeniería podrían funcionar en asociación. Cross clasifica los modelos de diseño en dos grupos: los descriptivos que muestran la secuencia de actividades que ocurren en diseño, y los prescriptivos además de describir, dan pautas para desarrollar cada una de las fases y etapas del proceso de diseño

Los estudios sobre el proceso de diseño, entre otras cosas, ha dejado como resultado un sin número de propuestas para representarlo (modelos descriptivos), para realizarlo (modelos prescriptivos), para entenderlo (modelos cognitivos) y para “automatizarlo” (modelos computacionales)

Figura 6

Modelo de Nigel Cross del proceso de diseño.

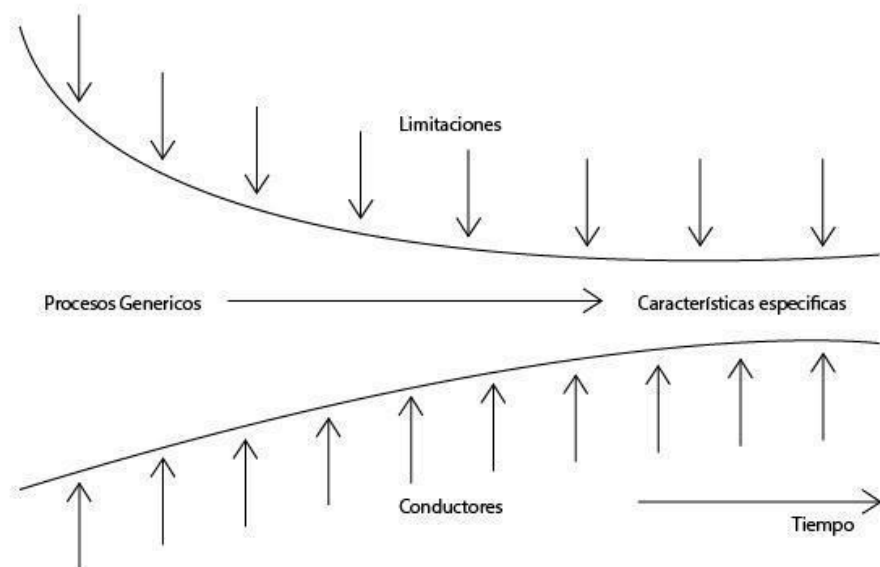


Nota. Adaptado de *Eleven lessons: managing design in eleven global companies Desk research report* (p.9) por Design Council, 2007.

Siguiendo con los modelos no lineales encontramos el de Clarkson y Eckert, que consideran la existencia de un núcleo central de etapas genéricas que constituyen un elemento común entre procesos de diseño. Estos puntos en común se modifican y adaptan según el problema, la necesidad del usuario o en general las características del proyecto (Design Council, 2007).

Figura 7

Modelo de Clarkson y Eckert del proceso de diseño.



Nota. Adaptado de *Eleven lessons: managing design in eleven global companies Desk research report* (p.9) por Design Council, 2007.

En la evolución sobre modelos de diseño que fueran fácilmente aplicados a múltiples escenarios tenemos el Modelo doble diamante propuesto por el Design Council, este marco de trabajo está formado por fases 4 distintas, descubrir, definir, desarrollar y entregar que se adaptan dependiendo de las características del proyecto como el tipo de producto o servicio, también hace énfasis en la fase de descubrir como una de las más críticas, y la que hace un mejor uso de los conocimientos y habilidades del diseñador. Cada fase consta de una serie de bucles iterativos donde puede ocurrir la exploración y prueba de ideas.

Para que una empresa pueda realizar modificaciones y mejoras, necesita comprender su propio contexto y definir lo que influye en sus métodos de enfoque y proceso de diseño. Para comprender bien un proceso de diseño, la empresa también necesita comprender sus limitaciones. Las presiones externas o internas, desafíos y conexiones en cada etapa del proceso de diseño (como presupuesto, tecnología, legislación, etc.). Aclarando la influencia que cada uno tiene sobre el otro también ayudará a crear una imagen concisa.

El consenso general es que no existe una mejor práctica establecida en el proceso de diseño. Sin embargo, existe acuerdo en que hay algunos puntos en común entre procesos utilizados, y que estos suelen constar de cuatro o cinco fases distintas.

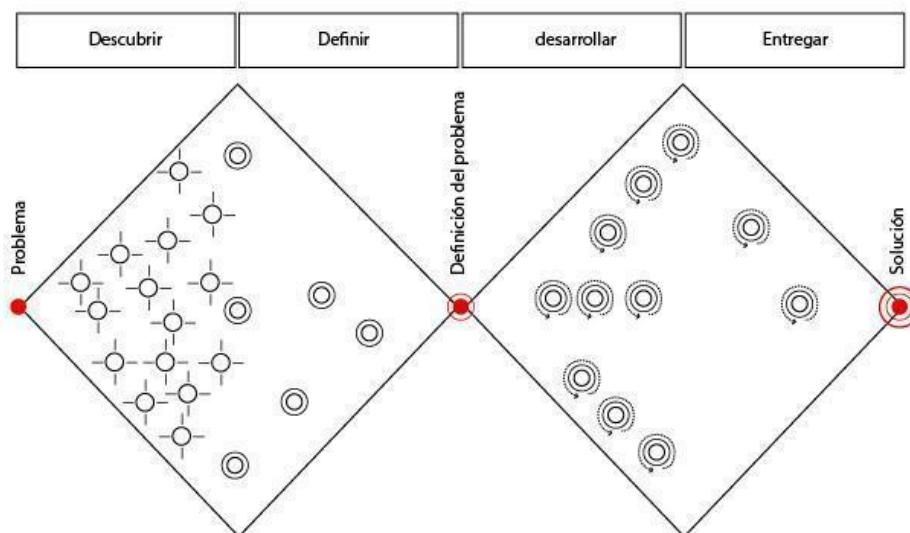
La investigación del Design Council *Eleven lessons: managing design in eleven global companies* hace eco de esta afirmación. El doble diamante (Figura 8) está formado por cuatro fases distintas. Estas son Descubrir, Definir, Desarrollar y Entregar. La forma es genérica en todos los proyectos, pero se adapta dependiendo de las características del proyecto como el tipo de producto o servicio, si hay proveedores externos involucrados, o si es un servicio completamente nuevo o es el desarrollo de uno existente. Cada una de las fases consta de una serie de bucles iterativos donde puede ocurrir la exploración y prueba de ideas.

A diferencia de algunos de los otros modelos presentados en esta investigación documental, este modelo hace énfasis en la fase Descubrir como una de las más críticas, y la que hace un mejor uso de los conocimientos y habilidades del diseñador. Esta etapa no está presente en los procesos descritos hasta ahora. Esta primera fase se ha denominado la interfaz difusa (FFE) y es fundamental para definir la naturaleza del problema que se abordarse a través del diseño (Rhea 2003). El término FFE se usa cada vez más para describir las primeras etapas del proceso de innovación

donde las ideas toman forma. Existe un nivel de ambigüedad en esta fase del proceso de desarrollo de nuevos productos.

Figura 8

Modelo doble diamante del proceso de diseño, presentado por el Design Council.



Nota. Adaptado de *Eleven lessons: managing design in eleven global companies Desk research report* (p.10) por Design Council, 2007.

4.2 La comunicación corporativa

Paul Capriotti (2009) asegura que la comunicación dentro de una organización es un concepto difícil de clarificar teniendo en cuenta todos los factores que ésta implica, sin embargo hace una división entre dos definiciones regidas por lo “académico” y lo “profesional”, en la primera de ellas, “se enfoca la comunicación como actividad profesional (la gestión de las actividades a desarrollar y los medios para hacerlo)” (Capriotti, 2009, p.38), mientras que en la segunda “incide en la idea de disciplina científica (la comunicación como una función transversal

y fronteriza en las organizaciones)” (Capriotti, 2009, p.38), Capriotti finalmente define a la comunicación corporativa como

una estructura compleja, específica y particular de relaciones que tiene una organización con sus diferentes públicos, en la que se utiliza un conjunto abierto de acciones para generar un flujo de información en las dos direcciones entre los sujetos de la relación (Organización-Públicos), que permitan alcanzar los objetivos establecidos por ambas partes. (Capriotti, 2009, p.39)

Teniendo en cuenta esto se observa que la comunicación de una empresa no se enfoca en la persuasión de su público, si no en el contacto entre el público y la empresa, además la comunicación corporativa le manifiesta al público todo lo que estos pueden esperar de la empresa como tal, y de sus productos, conectando con las mismas necesidades del público. (Capriotti, 2009)

A sí mismo Capriotti (2009) divide los componentes de la comunicación corporativa en dos: La comunicación comercial y la comunicación institucional, exponiéndolas, la primera como un proceso con fines comerciales mucho más dirigida a sus usuarios, y la segunda como una manifestación de la empresa como una entidad y dirigida a un aspecto más social, diferenciando las dos por el discurso, el objetivo y el público al que se dirige.

4.3 Las Empresas

4.3.1 Emtelco cx&BPO

Emtelco es una empresa que cuenta con más de 15 años de experiencia en ofrecer soluciones de BPO y *Contact Center* a clientes corporativos, para el desarrollo y mejoramiento de los procesos de preventa, venta y posventa; generando más valor para los negocios y asegurando que los usuarios finales sientan experiencias importantes con su marca en cada punto de contacto.

En 2003, la compañía amplió sus servicios a Call Center. En el 2009, Emtelco abrió la nueva línea de servicio: *Business Process Outsourcing* (BPO) y comenzó a operar como un *Contact Center* y a integrar otros canales de comunicación y relacionamiento que se convirtieron en parte de sus servicios.

Actualmente, Emtelco diseña soluciones de BPO para conectar clientes corporativos con sus usuarios finales a través de diferentes servicios, servicio al cliente, venta, cobranzas, *Back Office* y mesa de servicios. Esto lo hacen por medio de diferentes canales, telefónicos, virtuales y presenciales. (Emtelco, s.f.)

4.3.2 Petroworks

Petroworks se fundó en el 2003 ofreciendo al mercado del sector petrolero, servicios de reacondicionamiento, completamiento y mantenimiento de pozos de calidad y excelencia operacional, también hacen administración de equipos del sector petrolero, con altos niveles de disponibilidad, factor de servicio y personal competente. Cuentan con una flota de taladros de perforación en constante evolución y crecimiento.

Para el año del 2025 se disponen a ser líderes a nivel nacional y en Latinoamérica los mismos servicios que presenta en el sector colombiano, quieren impulsar la extracción y uso de

energías renovables, prestando integrados con altos estándares de excelencia operacional, responsabilidad social y compromiso con la sostenibilidad del medio ambiente. (Petroworks, s.f.)

4.3.3 Fundación “Búsqueda y Rescate”

La Fundación Búsqueda y Rescate es una organización sin ánimo de lucro, que desde hace 9 años tiene como objetivo favorecer a menores y sus familias en condición de vulnerabilidad en la localidad de Suba, los cuales están expuestos a los peligros de las calles de Bogotá D.C. Esto a través de actividades que pretenden inculcar el óptimo y sano aprovechamiento del tiempo libre y la importancia del aprendizaje en varios campos a través de capacitaciones espirituales, lúdicas, artísticas, deportivas y académicas, proyectando a la población a ser agentes de cambio en la sociedad.

Se proyectan como una Fundación que persevera en su labor y alto compromiso con la formación integral de los niños, niñas y adolescentes en condición de vulnerabilidad. Logrando a través de convenios con entidades de educación superior que los jóvenes puedan ingresar a la educación superior, para levantar una generación diferente y que esta sea a su vez la que apoye a aquellos que lo necesitan en su momento.

Por otro lado, cumplir la meta de tener una Sede propia y abrir espacios aptos para el libre desarrollo de nuestros beneficiarios, así como meta de ser una entidad auto sostenible que genere empleo y educación. (Búsqueda y Rescate, s.f)

6. Sistematización De Procesos De Diseño

6.1 Proceso de diseño empleado en la práctica de Emtelco

6.1.1 Trabajo del pasante

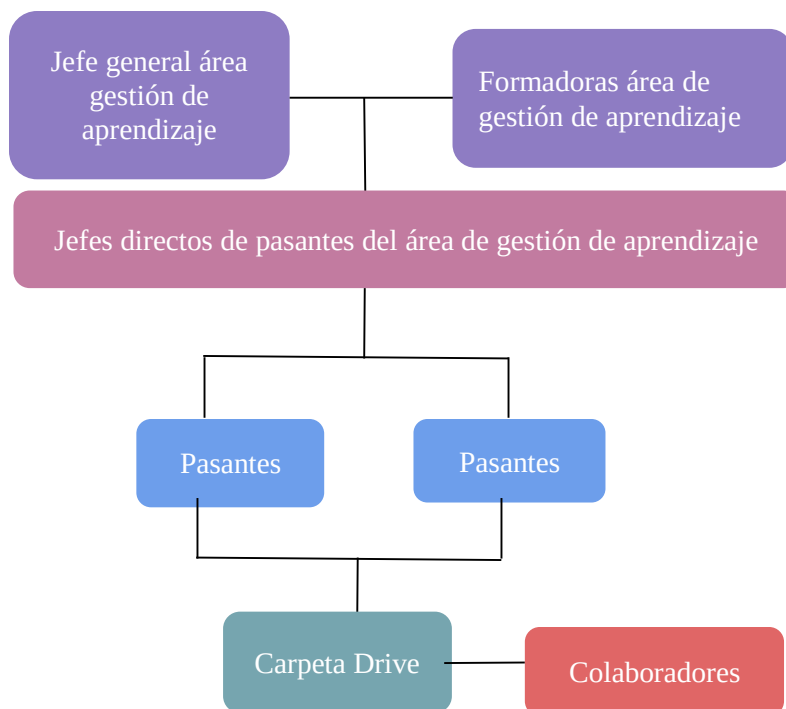
En Emtelco el grupo de Gestión de aprendizaje cuenta con diferentes pasantes, cada uno se encarga de un grupo de empresas con las que trabaja Emtelco. La pasante de diseño gráfico de la Universidad Santo Tomás realiza diferentes piezas como vídeos, *banners*, infografías interactivas, *podcast*, *pop ups*, botones, *e-cards*, plantillas y miniaturas para las intranets de las empresas con las que se trabaja como Keralty, Papa John's, Belcorp, Colpensiones, Alkosto, Previsora, Famisanar, Ecommerce, Colsanitas, EPS Sanitas, Cruz Verde, entre otras.

Una de las empresas con las que más trabaja la pasante es con Keralty, esta empresa es un grupo de EPS generador de salud, esta empresa es la que más solicita piezas para su intranet debido a los cambios de salud pública que ocurrieron entre el año 2019, 2020 y 2021. Debido a la pandemia que se vive en Colombia por Covid-19 las EPS, necesitaron modificar sus intranets para mantener informados tanto a los usuarios como a los creadores de experiencia, ya sea para informar los procesos que deben hacer los usuarios cuando informan casos positivos o las medidas de bioseguridad que adquieren los diferentes centros médicos.

5.1.2 Organigrama Emtelco

Figura 9

Organigrama pasante de Emtelco.



Nota. Elaboración propia por la pasante de Emtelco.

6.1.3 Organización de actividades

Para iniciar el análisis se organizaron las piezas realizadas en la pasantía durante los meses de diciembre a febrero en una matriz descriptiva (Ver Tabla 1) que da cuenta de aspectos clave como la solicitud de las piezas, las características de cada una, el tiempo de realización, herramientas de trabajo y tipo de pieza.

Tabla 1

Matriz de análisis de piezas realizadas por la pasante de Emtelco.

Solicitud de piezas	Características de la pieza	Tiempo de realización	Herramientas de trabajo	Tipo de pieza
El jefe directo envía un correo electrónico a la pasante donde se encuentra el excel realizado por las formadoras de las piezas a realizar.	Solicitud de un video animado que cuente con la información de la facturación electrónica que maneja Alkosto. Se envía los audios mp3 con la información correspondiente	5 horas	Illustrator Premiere Pro HandBrake	Video animado

Nota. Ejemplo del uso de la matriz descriptiva

Como se puede observar en la tabla 1, esta matriz ayuda a evidenciar de manera estructurada y detallada una de las piezas que se realizan en la pasantía y permite además categorizar el trabajo de diseño desarrollado en el periodo estudiado (ver tabla 1), para ver el formato completo referirse al anexo (Anexo 1).

Al completar el primer paso del análisis se llegó a la conclusión que el proceso que se maneja en la pasantía de la empresa Emtelco se ajusta al modelo de diseño Doble Diamante (2004), ya que al momento de realizar piezas se siguen las fases con las que cuenta este modelo de diseño.

1. Descubrimiento:

En esta fase se hace una evaluación de las piezas que se necesitan en las intranets, ya sea para actualizar información, información nueva o por ejemplo los cambios que puedan surgir debido a la pandemia que se vive actualmente en Colombia.

2. Definición:

Corresponde a una estructuración de un documento en Excel donde se especifican las piezas solicitadas, la información que debe tener cada una, tipo de pieza, en algunos casos se especifica el tamaño de la pieza y los colores corporativos.

3. Desarrollo:

En esta fase se hace la entrega de la solicitud de la pieza por parte del jefe directo al pasante.

El pasante debe enviarle al jefe directo avances de la pieza para revisar si existen correcciones o cambios de información. Al momento de finalizar la pieza el jefe directo junto con la formadora revisa la pieza para dar el aval final.

4. Entrega:

En esta fase el pasante sube la pieza a la carpeta de Drive con la que cuenta la empresa, para que los colaboradores puedan exportar las piezas y subirlas a las intranets correspondientes.

6.1.4 Flujo de trabajo

En Emtelco se hace un estudio de las piezas a solicitar por cada una de las empresas. Un ejemplo de empresa es “Keralty”, que es la empresa que más cantidad de piezas solicita, ya que requiere una cantidad alta de piezas para su intranet debido a que, por ser del área de la salud, deben mantenerse actualizados con las circunstancias sanitarias.

Debido a la pandemia, Keralty requería de varias piezas para capacitar a sus empleados de las actualizaciones sanitarias que se vive debido al Covid, ya sea como seguimiento de los usuarios contagiados, solicitudes de pruebas Covid 19, cambios en los centros médicos, entre otros. Por esa cantidad de solicitud de piezas para tener actualizados a sus empleados es que Keralty solicita el trabajo de diseñadores.

Al momento de analizar la actividad de trabajo en la empresa Emtelco, se tuvo en cuenta cómo se eligen las tareas, qué áreas estarán a cargo de la realización de esas tareas, cuál es el proceso de la realización, el tiempo establecido para la realización de la pieza requerida, los parámetros que debe cumplir al momento de la realización, si estas cumplen con las normas

exigidas por parte de la empresa que realizó el encargo, si alguna información cambia, el control y seguimiento por parte de la empresa con la recolección de piezas.

Cuando se mantiene un flujo de trabajo bien estructurado y controlado, la empresa logra que se agilice el proceso de diseño y así adquirir más tiempo para hacer crecer la producción de piezas de la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, se llega a la conclusión que el flujo de trabajo en Emtelco se conforma de las siguientes fases:

Fase 1: Proceso de trabajo en Emtelco. el jefe general y las formadoras realizan reuniones semanalmente donde se crean listas de todas las piezas solicitadas para las intranets de cada empresa.

Una de las empresas con las que trabaja el pasante y que tiene más flujo de trabajo se llama “Keralty”. En el 2019, Keralty se vio obligada a renovar y actualizar su intranet debido a la pandemia por Covid 19, por este motivo tuvo que solicitarle a Emtelco, una gran cantidad de piezas para mantener a sus creadores de experiencia actualizados, capacitados y para que puedan encontrar fácilmente las piezas con la información que necesiten.

Fase 2: Solicitud de piezas. Al momento de solicitar piezas Keralty lo hace por medio de una reunión con el jefe general del área de gestión de aprendizaje y las formadoras, estas últimas son las encargadas de realizar documentos en Excel donde se encuentra el tipo de pieza que debe realizarse, la descripción de la pieza, los elementos que deben ir en la pieza, y la información solicitada.

En estas reuniones se crean listas de todas las piezas digitales que necesitan para la intranet, las piezas más solicitadas por Keralty son los *banners* y las infografías interactivas. Estas infografías son piezas fundamentales para los creadores de experiencia, ya que contienen

información completa y directa del camino que deben seguir para completar los procesos con los usuarios.

Fase 3: Compartir solicitud. El paso a seguir es el de compartir los documentos de Excel por parte de las formadoras a los jefes directos de los pasantes. Estos documentos en Excel cuentan con el tipo de pieza que se solicita ya sea *banner*, infografía interactiva, pop up, videos, entre otros. En este documento también cuenta con la descripción de la pieza, aquí la mayoría de las veces se le recuerda al pasante las medidas que debe tener la pieza, los colores corporativos que se deben usar, si esta debe contar con avatares y por último la información que debe llevar.

Figura 10

Documento de Excel de pieza solicitada para Keralty el viernes 9 de abril.

PLANES DE MEDICINA PREPAGADA		
Herramienta	Dialogo	Comentario para diseñador
Baner de bienvenida	(aparece avatar saludando) Hola!!! Soy Mafe y te apoyare durante este curso, donde aprenderás todo acerca los tipos de contrato que tenemos en mediciona prepagada	(Avatar que envio como Anexo 1 donde tenga movimiento)
Baner de contrato modulares	(aparece avatar saludando) Hola!!! Soy Mafe y veamos que son los contratos modulares, cuales son sus principales características y donde podemos encontrar información acerca de ellos	(Avatar que envio como Anexo 1 donde tenga movimiento)

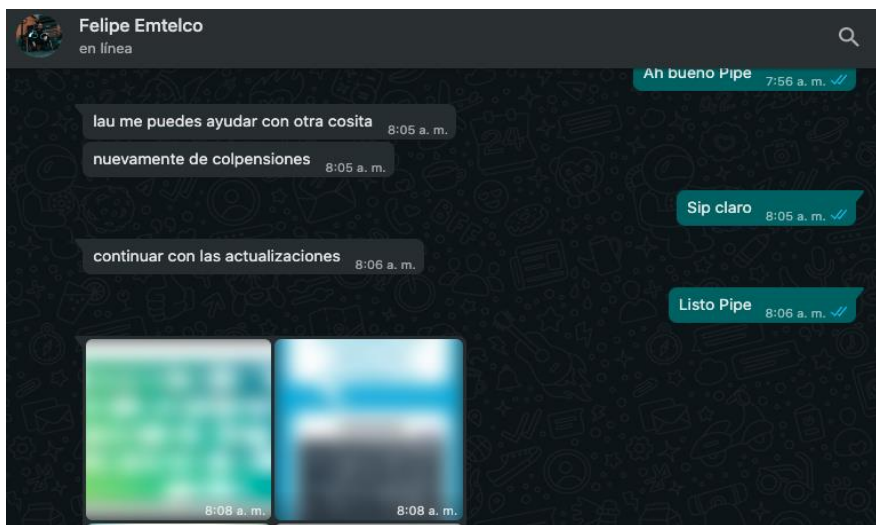
Nota. En la anterior tabla se puede observar un ejemplo de cómo está organizado el documento de Excel realizado por las formadoras.

Fase 4: Direccionamiento de jefes directos, al recibir los documentos en Excel por parte de las formadoras, los jefes directos revisan el tipo de pieza solicitado y de acuerdo a eso las asignan a los diferentes pasantes. También realizan revisiones de la información que deben ir en las piezas, que no se encuentren con errores ortográficos y que sean claros para que el pasante pueda realizar la pieza.

Luego de hacer las respectivas revisiones, se dirigen a los diferentes pasantes para la realización de las piezas, debido a la pandemia no ha sido posible tener una conexión más personal entre los jefes directos y los pasantes por lo cual la comunica con el pasante se ha hecho por medio de WhatsApp, aquí se le explica detalladamente al pasante las piezas que debe realizar.

Figura 11

Solicitud de piezas para Colpensiones. Jefe directo y pasante.

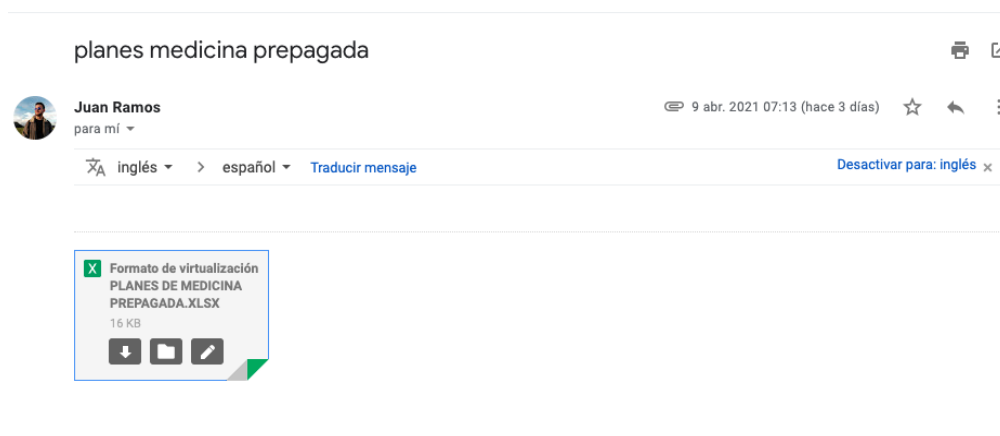


Nota. Recuperado de fotografía de chat de Whatsapp pasante de Emtelco

Luego de que los jefes directos hayan explicado la pieza, envían el correo con el respectivo Excel donde se encuentra toda la información de la pieza.

Figura 12

Envío del documento en Excel por parte del jefe directo de la pieza a realizar.

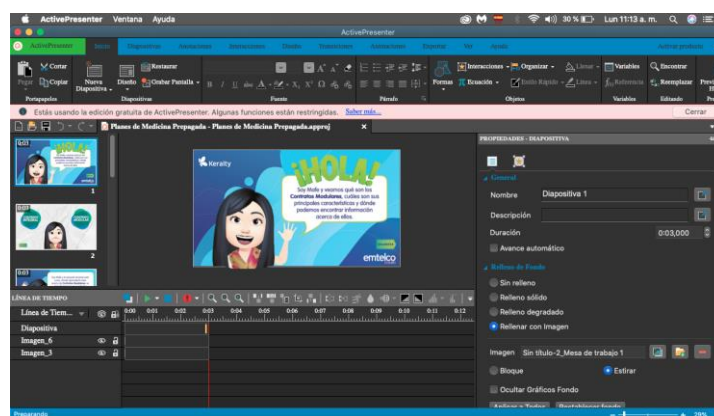


Nota. Recuperado de fotografía del correo de pasante de Emtelco.

Fase 5: Realización de piezas por parte del pasante. Al momento de recibir el correo y las instrucciones, el pasante inicia el diseño de las piezas, dependiendo de la pieza que se solicita, el pasante utiliza la herramienta adecuada para la realización de la pieza, si se requiere de un banner lo realiza en Illustrator, si es un video entonces lo realiza en el programa Premiere Pro, si es una infografía interactiva realiza las plantillas en Illustrator para pasarlas al programa *Active Presenter* y hacer toda la interactividad.

Figura 13

Realización de una infografía interactiva para Keralty.



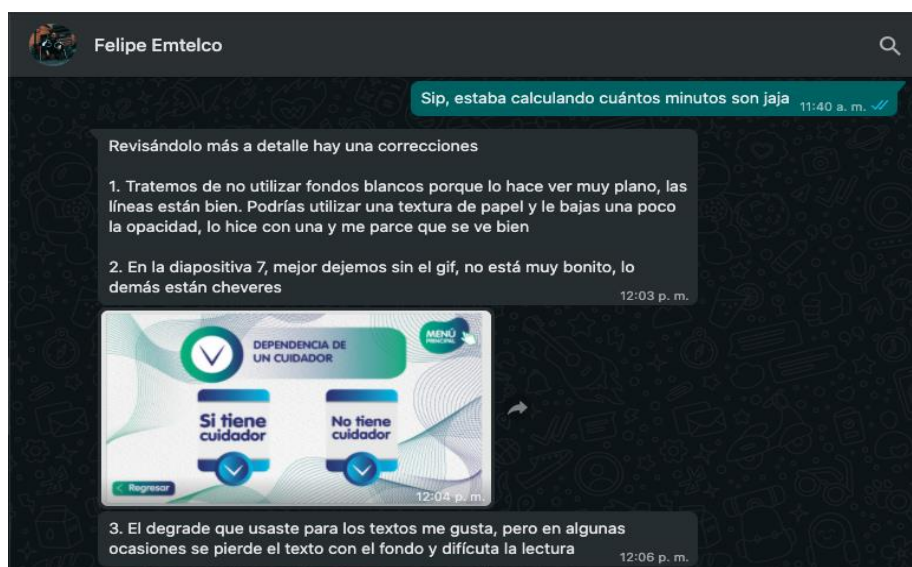
Nota. Recuperado de fotografía de infografía interactiva elaborada por pasante de Emtelco.

Fase 6: Entrega al jefe directo. Al momento de finalizar con la pieza solicitada, se realiza una entrega al jefe directo para que pueda realizar las revisiones correspondientes, ya sea de ortografía, información, botones enlazados o diagramación.

El jefe directo se comunica con el pasante por medio de WhatsApp para informar las correcciones y cambios que se le deben realizar a la pieza realizada.

Figura 14

Cambios del jefe directo de una pieza realizada por el pasante.



Nota. Recuperado de fotografía de chat de Whatsapp pasante de Emtelco

Cuando el pasante realiza las correcciones correspondientes, se dirige a una carpeta en Drive que maneja la empresa. Es aquí donde se suben en diferentes carpetas las piezas realizadas por el pasante para las respectivas empresas.

Figura 15

Carpeta Drive de la pasante

emtelco Office 365					
+ Nuevo ▾ ↕ Cargar ▾ ⬇ Descargar					
Mis archivos > Medios Virtuales > 1 ELEARNING GROUP > LAURA RODRIGUEZ [✉]					
📁 Nombre ▾	Modificado ▾	Modificado por ▾	Tamaño de arc... ▾	Compartir	
📁 ALKOSTO	15 de enero	Colaborador invitado	13 elementos	[✉] Compartido	
📁 BannersPeru	24 de febrero	Colaborador invitado	8 elementos	[✉] Compartido	
📁 Colpensiones	16 de marzo	Colaborador invitado	2 elementos	[✉] Compartido	
📁 Colsanitas-Keralty	6 de enero	Colaborador invitado	7 elementos	[✉] Compartido	
📁 EPS	7 de enero	Colaborador invitado	3 elementos	[✉] Compartido	
📁 EPS Sanitas	6 de enero	Colaborador invitado	0 elementos	[✉] Compartido	
📁 Famisanar	10 de febrero	Colaborador invitado	3 elementos	[✉] Compartido	
📁 Keralty	5 de enero	Colaborador invitado	21 elementos	Privado	
📁 Lección odontología	10 de marzo	Colaborador invitado	3 elementos	[✉] Compartido	
📁 Papa John's	2 de febrero	Colaborador invitado	4 elementos	[✉] Compartido	

Nota. Recuperado de fotografía del Drive pasante de Emtelco

Fase 7: Entrega final. Cuando el pasante ya cuenta con el aval del jefe directo de subir las piezas a la carpeta de Drive, este lo hace en la carpeta de la empresa con la que se hizo el pedido y con el nombre de la pieza correspondiente. A esta carpeta tienen acceso los jefes directos, el pasante y los colaboradores. Estos son los encargados de recolectar las piezas correspondientes y subirlas a la intranet de la empresa a la que pertenecen las piezas.

6.1.5 Tipos de piezas realizadas

Figura 16

Banner - Cruz Verde.



Nota. Elaborado por Laura Rodríguez Panqueva

Figura 17

Miniaturas - Alkosto.



Nota. Elaborado por Laura Rodríguez Panqueva

Figura 18

Infografía interactiva - Keralty.



Nota. Elaborado por Laura Rodríguez Panqueva

Figura 19

Video noticiero - Keralty.



Nota. Elaborado por Laura Rodríguez Panqueva

6.2 Proceso de diseño empleado en la práctica de Petroworks

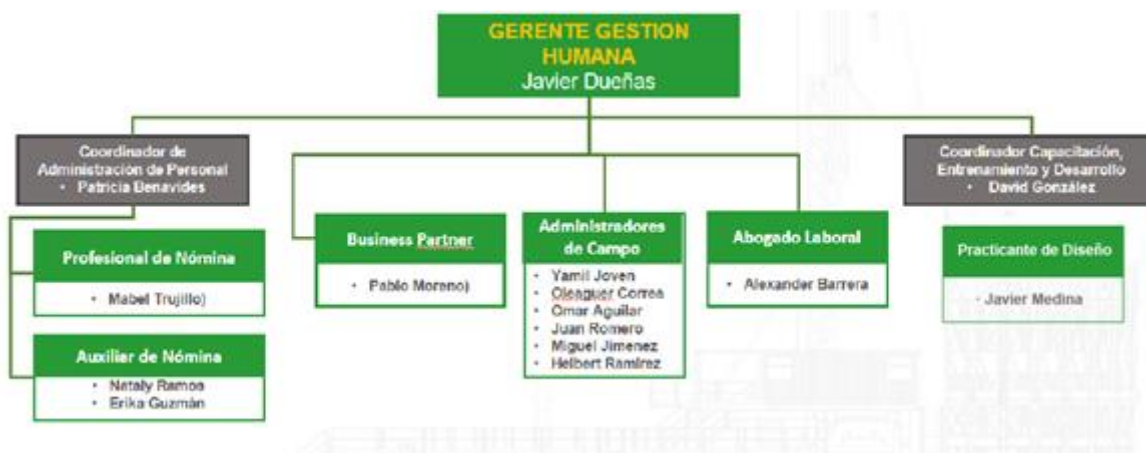
6.2.1 Trabajo del pasante

En Petroworks el pasante trabaja en el área de coordinación, capacitación, entrenamiento y desarrollo que se vincula con gestión humana, allí se encarga del diseño de piezas para *mailing* las cuales todas son usadas para comunicación interna que buscan mantener siempre a los empleados de Petroworks bien informados, ya sea información sobre la actualidad colombiana o información importante que quiera hacerse conocida por los jefes de área hacia la empresa.

6.2.2 Organigrama Petroworks

Figura 20

Organigrama Gestión humana Petroworks.



Nota. Recuperado de *SharePoint Petroworks*, por Petroworks, s.f., Modificado por pasante Petroworks, 2021.

6.2.3 Organización de actividades

Las piezas desarrolladas durante los meses de febrero a abril de 2021 se organizaron en una matriz descriptiva (ver Tabla 2), la totalidad de la matriz se puede ver en el anexo 2.

Tabla 2

Matriz de análisis de piezas realizadas por el pasante de Petroworks.

Nombre de la pieza	Fecha Solicitada	Fecha Entrega	Tipo de pieza	Publico objetivo	Como se hace el encargo	Equipo de trabajo	Descripción de pieza
Infoworks marzo	26/feb/2021	15/mar/2021	Boletín informativo	Empleados Petroworks	1. El encargo es pedido por Whatsapp, mandando la noticia que va a ser expuesta y un excel con los cumpleaños del mes. 2. Se entrega en el drive sobre las imagenes y logos de PW para usar en el boletín informativo.	Jefe inmediato (gestión humana), Javier Medina (pasante diseño gráfico).	Son piezas para mailing de divulgación digital. Estas son piezas que informan a los trabajadores sobre la situación actual del país. Información sobre los indicadores corporativos y de los cumpleaños del mes correspondiente.

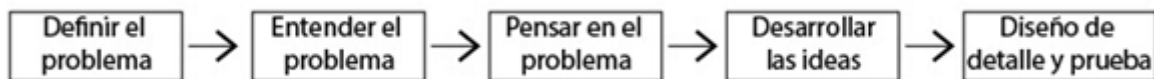
Nota. Ejemplo del uso de la matriz realizada para describir las tareas desarrolladas durante 3 meses de pasantía.

El análisis nos permitió entender que, debido al tamaño de la empresa el proceso de diseño es principalmente de carácter lineal, en ciertas ocasiones se repetían los pasos de resolución de tareas por cambios necesarios para las piezas en lo que podíamos considerar iteraciones, pero siempre se mantenía el mismo patrón para resolver las piezas.

Uno de los instrumentos de diseño usado por la institución es un tipo de *brief*, que especifica lo que la empresa requiere, el problema y posibles ideas para resolverlo, sin embargo, no se puede afirmar que exista un formato estandarizado para tal fin. Posteriormente se hace una lluvia de ideas, buscando la mayor efectividad tanto de entrega como de calidad, de aquí se pasa a hacer la bocetación de lo planteado anteriormente y entrega para aprobación, luego de que se da el aval por parte del jefe directo se dan detalles finales para la entrega. Por lo cual, comparando el proceso de diseño que realiza el pasante con los anteriores ya vistos, se encuentra que el modelo más parecido es el de Cooper y Press (ver figura 21).

Figura 21

Proceso de diseño de Press y Cooper.

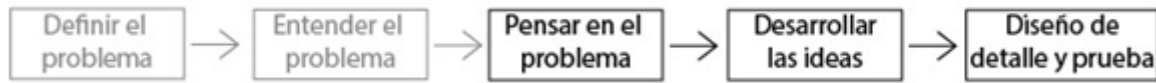


Nota. Adaptado de *The Design Agenda* (p.36), por Cooper y Press, 1995

Pero cuando se usa una pieza ya existente en la empresa, por ejemplo, la figura 26 y 27, se omiten los 2 primeros pasos (Figura 22) lo cual permite que la resolución pueda ser más rápida para la pieza que se esté haciendo, donde solo se necesita pensar que es lo que necesita ponerse en el nuevo formato, pasar al desarrollo de las ideas y finalmente dar los detalles finales y la prueba de la pieza para su aval.

Figura 22

Proceso de diseño individual modificado en el momento de usar un formato ya existente para Petroworks.



Nota. Adaptado de *The Design Agenda* (p.36), por Cooper y Press, 1995, modificada por pasante Petroworks.

6.2.4 Flujo de trabajo Petroworks

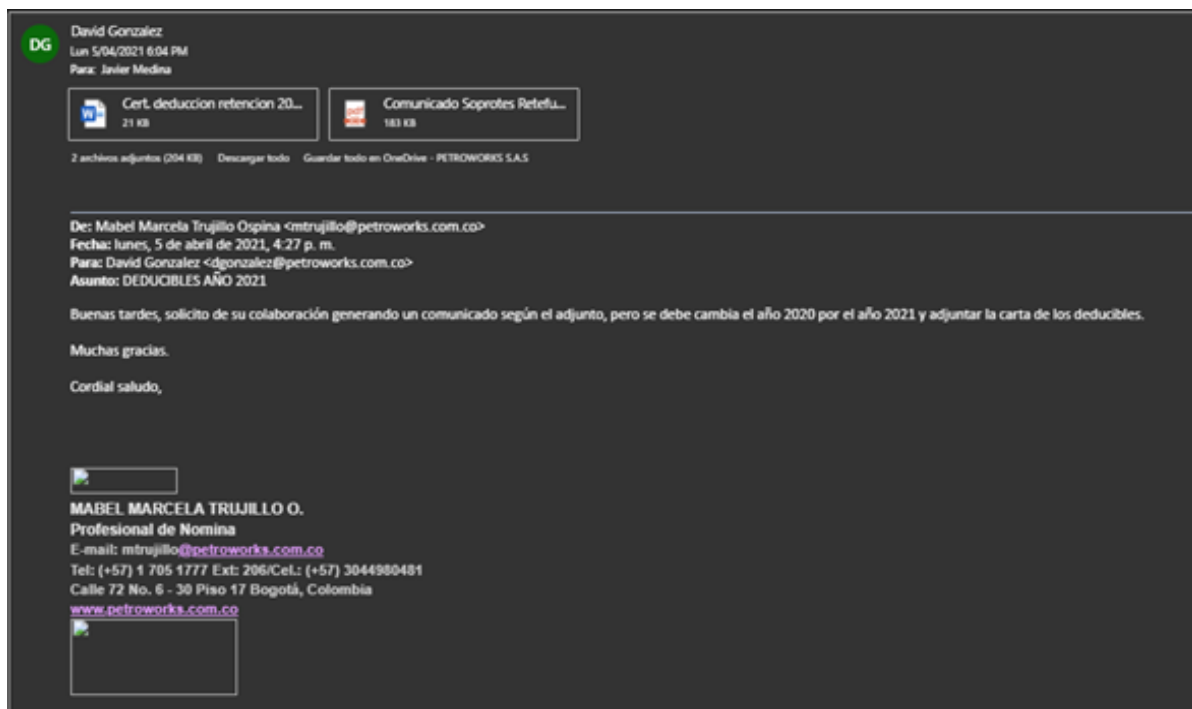
Dentro de Petroworks se maneja un flujo de trabajo rápido por el lado del área de gestión humana, la mayoría de tareas propuestas por las demás áreas al jefe directo son normalmente con formatos ya hechos que hacen el proceso mucho más rápido, también hay que tener en cuenta la necesidad de las piezas y el tiempo que den para la resolución de estas, teniendo en cuenta esto, el flujo de trabajo se lleva a cabo por áreas, donde en el área de gestión humana y la parte de diseño se rigen por el coordinador de capacitación, entrenamiento y desarrollo, el cual es el encargado de entregar las tareas al pasante, por esto se ve de la siguiente forma las fases del flujo de trabajo:

Fase 1: Solicitud de piezas. Cuando solicitan piezas, son directamente con el coordinador quien es el jefe directo, donde le piden las piezas y lo que cada dependencia necesite por medio de correo electrónico de las diferentes áreas presentes en la empresa, de aquí se ven dependiendo del trabajo el formato que necesiten para la resolución de la tarea.

Fase 2: envío de solicitud. Luego el jefe directo se encarga de enviar el correo con la información al pasante, donde se explica sobre la resolución de la pieza y qué va a acompañar esta misma, en el momento de la publicación al mail, si falta algún tipo de información relevante el pasante lo hace saber al jefe directo para buscar contacto con el área.

Figura 23

Correo electrónico enviado al jefe directo para la resolución de una pieza.



Nota. Recuperado de fotografía del correo del pasante de Petroworks.

En la anterior Figura se puede ver un ejemplo de lo que viene dentro del correo con un formato viejo que toca actualizar y un documento de Word que va a ir acompañado en el mail e información relevante que deba contener la pieza a crear.

Fase 3: Realización de piezas. En esta fase el pasante da el paso para empezar la bocetación de la pieza para enviar y dar aprobación, para esto tiene en cuenta el manual de identidad de la empresa y la información encontrada en el correo para la aprobación de ésta, los bocetos son casi terminados, donde tienen ya la información, colores e imágenes necesarias para la comunicación de la empresa, luego de enviar estos bocetos el área o jefe directo escoge cual es

el más adecuado y se termina de trabajar los pequeños detalles de las piezas para así entregar la pieza final o para correcciones.

Figura 24

Resolución de un formato viejo a nuevo para Petroworks.

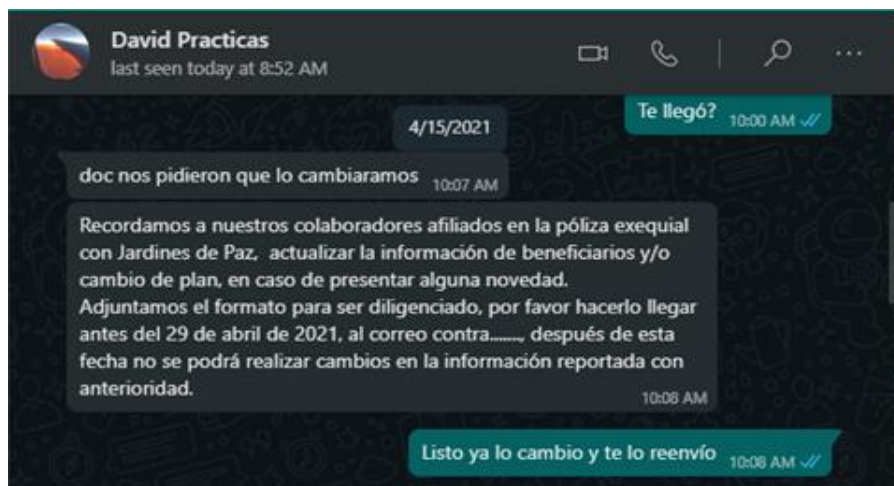


Nota. Recuperado de fotografía pieza del pasante de Petroworks.

Fase 4: entrega al jefe directo. De aquí se le manda por medio del correo la pieza al jefe directo, donde este mandará al área encargada o mirarán los cambios que necesiten en el momento; aquí el jefe directo al tener correcciones le escribe por medio de Whatsapp al pasante para informarle de los cambios y poder efectuarlos, luego de aplicarlos se envía por correo evidenciando el cambio, para buscar nuevas correcciones o ya sea la entrega final donde no se pedirán más cambios para esta tarea.

Figura 25

Jefe directo dando cambios a la pieza.

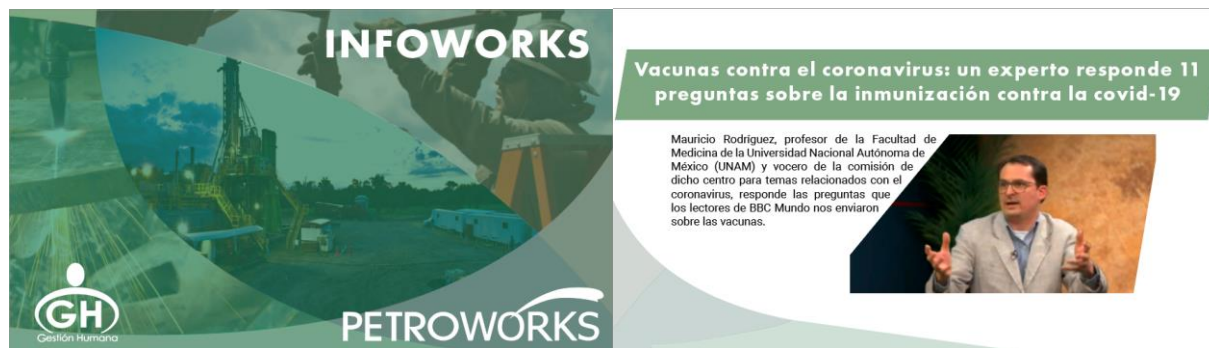


Nota. Recuperado de fotografía del WhatsApp del pasante de Petroworks

6.2.5 Tipos de piezas realizadas

Figura 26

Infoworks del mes de abril



Nota. Pieza tipo Boletín informativo para mailing. Elaborado por Javier Medina Novoa

Figura 27

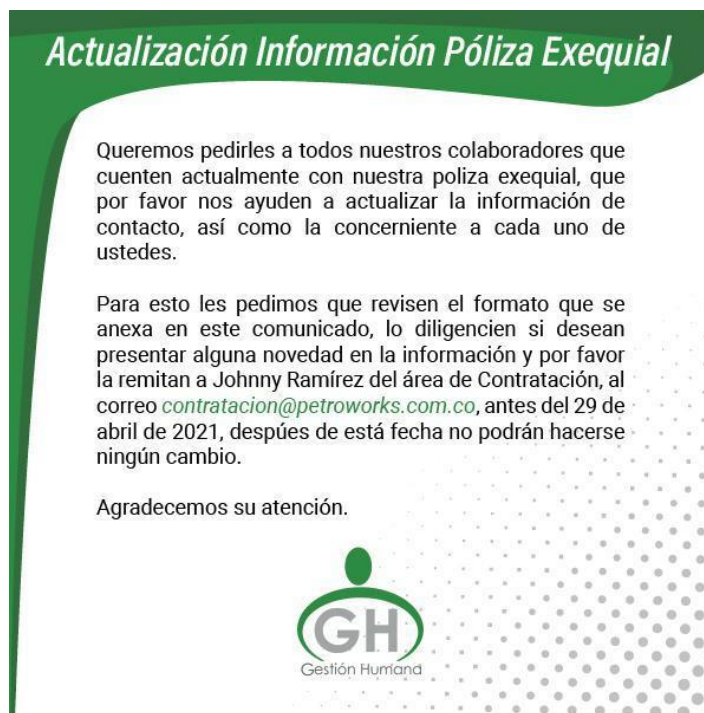
Nuevos talentos - Ana.



Nota. Pieza informativa de empleados nuevos entrantes a la compañía. Elaborado por Javier Medina Novoa.

Figura 28

Actualización información póliza exequial.



Nota. Pieza informativa de actualización de datos para los empleados de Petroworks. Elaborado por Javier Medina Novoa.

6.3 Proceso de diseño empleado en la práctica de Fundación Búsqueda y Rescate

6.3.1 Trabajo del pasante

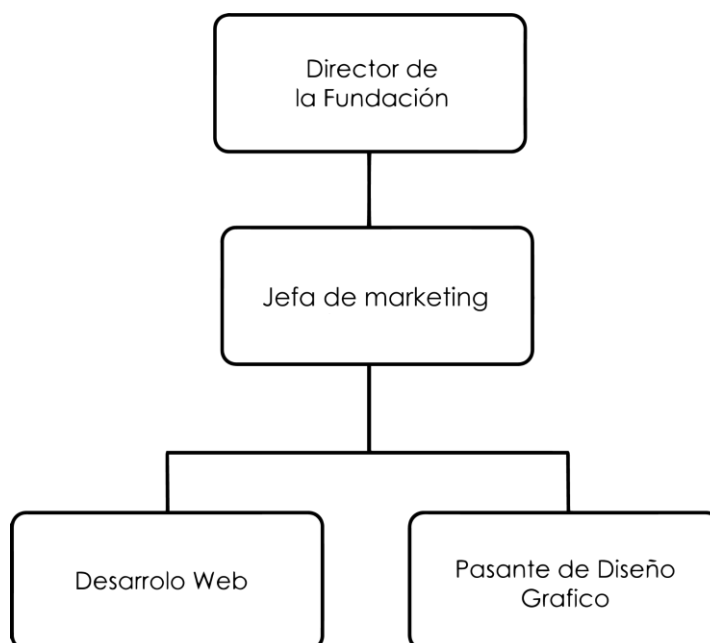
En la Fundación Búsqueda y Rescate, el pasante de diseño gráfico, se encarga de la comunicación corporativa de la fundación, a través de diferentes medios, como las redes sociales (Instagram y Facebook), y la página web de la organización, realizando *posts*, *banners*, videos, animaciones, y otras piezas gráficas, que inviten a seguirla en redes sociales y a contactarla para

hacer parte y apoyar en los diferentes proyectos y campañas que se realiza, es importante resaltar que la fundación ya cuenta con un concepto definido desde la jefa de marketing, el cual es suministrado al pasante a través de una guía, mientras que el estilo gráfico fue definido desde el equipo de trabajo y el objetivo es fortalecer este mismo y ponerlo en uso para potenciar su alcance.

6.3.2 Organigrama

Figura 29

Organigrama de la Fundación Búsqueda y Rescate.



Nota. Elaboración propia por el pasante de la Fundación Búsqueda y Rescate.

6.3.3 Organización de actividades

Para el análisis de las actividades realizadas en la pasantía, durante todo el mes de marzo, se usó una matriz descriptiva (Ver Tabla 3), que permitió reconocer las características de las actividades, su información como las fechas, el tiempo de realización, el equipo de trabajo, el proceso de encargo de la pieza, el tipo de pieza, la matriz completamente desarrollada se puede consultar en el anexo 1.

Tabla 3

Matriz de análisis de piezas realizadas por el pasante de Fundación Búsqueda y Rescate.

Nombre de la pieza	Fecha solicitada	Fecha entrega	Tipo de pieza	Público objetivo	Como se hace el encargo	Equipo de trabajo	Descripción de la pieza y su función
Presentación Campaña "Conectando Sueños"	16/03/2021	17/03/2021	Presentación	La presentación estaba dirigida a los directores del Batallón de Sanidad Militar	1. El encargo de esta pieza se hizo directamente en una reunión virtual por parte del director de la fundación, junto con la jefa de marketing. 2. Luego me compartieron en una carpeta de Google Drive un PDF con las indicaciones, junto con el logo, y las imágenes a utilizar	Director de la fundación, jefa de Marketing, Andres Mendez (pasante diseño grafico)	La pieza era una presentación de la campaña "Conectando sueños" donde se explicaba cual es el objetivo de esta campaña, como se puede participar, en ella, y cuales iban a ser los resultados de la misma

Nota. Ejemplo del uso de la matriz realizada para describir las tareas desarrolladas durante 1 mes de pasantía.

Como podemos ver en la Tabla 3, esta matriz nos permite evidenciar de manera estructurada y detallada cada una de las actividades y piezas realizadas en la pasantía.

Una vez completa la tabla con todas las actividades del mes se pudo encontrar un tipo de proceso que se repite frecuentemente en las actividades, por lo que se llegó a la conclusión de que el proceso que se maneja en la pasantía de la Fundación Búsqueda y Rescate se ajusta al Proceso

creativo interno del diseño que presentan Cooper y Press (1994), esto teniendo en cuenta que la Fundación Búsqueda y Rescate no cuenta con un área específica o un equipo de diseño, lo que genera que el diseñador individualmente se enfrente a la solución a desarrollar para los diferentes problemas que se plantean en las actividades, a través de su experiencia y educación, si bien es importante aclarar que los dos procesos no son idénticos y el proceso encontrado en la pasantía tiene algunas diferencias con el de Cooper y Press.

Es por esto que fue necesario realizar el propio esquema de este proceso manejado en la Fundación Búsqueda y Rescate (Figura 32). Este modelo cuenta con 5 etapas empezando con la primera, “Definir el problema” etapa la cual se realiza en conjunto con los integrantes del equipo o ya viene definida por parte del director de la fundación, por lo que el pasante no la tiene que realizar de manera individual. “Pensar sobre el problema”, una vez definido el problema, en esta etapa se pasa a pensar sobre las características del mismo, analizando cuestiones como el público objetivo, el tipo de mensaje, que se quiere comunicar, etc. por lo general esta etapa al igual que la anterior se realiza en grupo, la siguiente etapa sería “Desarrollar la idea”, ésta, se realiza de manera individual por parte del diseñador, en donde se conceptualizan los recursos gráficos que se van a utilizar en la pieza, al igual que las características gráficas de la misma, la cuarta etapa sería la del Diseño detallado, donde ya se pasa a realizar el diseño final de la pieza, y finalmente la última etapa es la de “Prueba y Correcciones”, en donde en grupo se analizan los detalles finales de la pieza, o se hacen correcciones por parte del equipo.

Figura 30

Esquema de proceso de diseño de la pasantía Fundación Búsqueda y Rescate.



Nota. Elaborado por pasante Fundación Búsqueda y Rescate

Dentro del análisis también se llegó a la conclusión de que a pesar de que el pasante maneja diferentes tipos de piezas, el proceso de diseño es siempre parecido en todas ellas ya que se siguen las mismas etapas, y solo varía el tiempo de realización, el tipo de pieza y su objetivo.

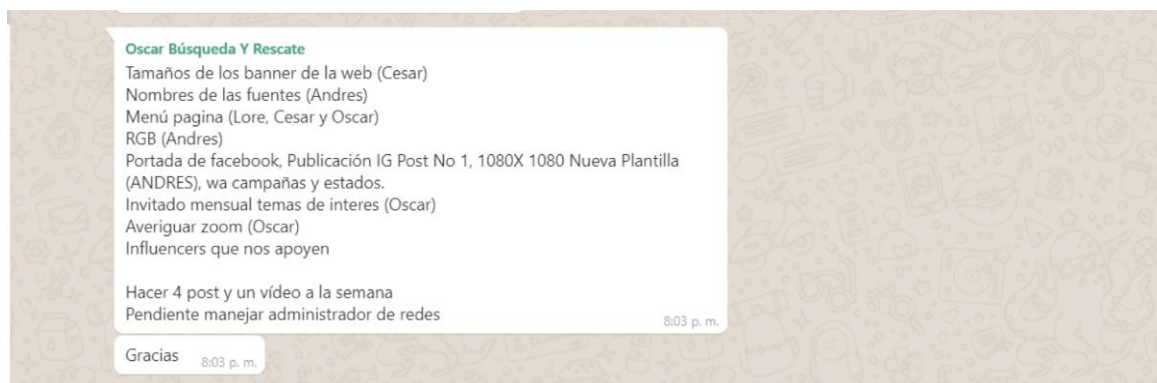
6.3.4 Flujo de trabajo

Después de realizar el análisis del proceso de diseño de la Fundación Búsqueda y Rescate y de las actividades realizadas en la pasantía, se observó el flujo de trabajo que se manejaban en las diferentes piezas y actividades, definiendo sus fases, especificando su orden y función.

Fase uno: Definición de actividades. La primera fase es la de definición de actividades, fase donde por medio de una reunión virtual o por vía chat, entre todo el equipo de trabajo se define cuáles son las actividades en función de la campaña que se van a realizar, una vez definido las actividades se le asignan a cada uno de los integrantes, teniendo en cuenta los objetivos de las piezas, la asignación de estas tareas a veces se genera vía chat, esta fase concuerda con las etapa del modelo de “Definir el problema” y “Pensar sobre el problema”, como se mencionó anteriormente esta etapa no es realizada de manera individual por el diseñador, sino que se realiza junto con el equipo de trabajo liderados por el Director y la jefa de marketing. (Ver Figura 28)

Figura 31

Ejemplo de asignación de tareas vía WhatsApp.



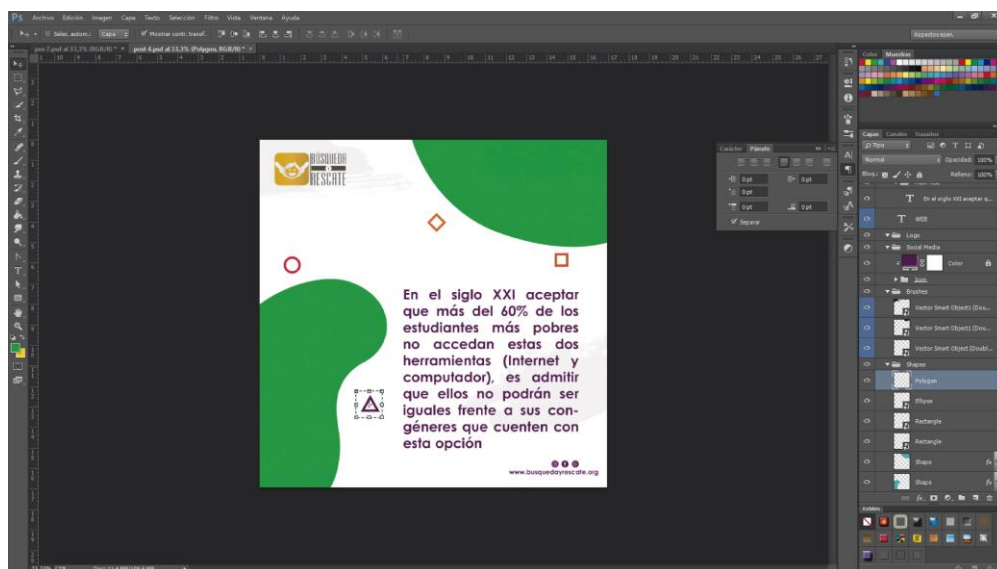
Nota. Recuperado de *fotografía del WhatsApp del pasante de la Fundación Búsqueda y Rescate.*

Fase dos: Realización de actividades. Una vez se han asignado las tareas, entre estas se encuentran las piezas a realizar por parte del pasante de Diseño gráfico, para la realización de estas piezas al pasante se le comparte una carpeta drive con todos los materiales a utilizar, videos, fotos, plantillas, logos, etc.

Después de tener acceso al material se empiezan a realizar las piezas, las cuales pueden variar desde un post, un banner, un video, etc.

Figura 32

Ejemplo de realización de actividades.

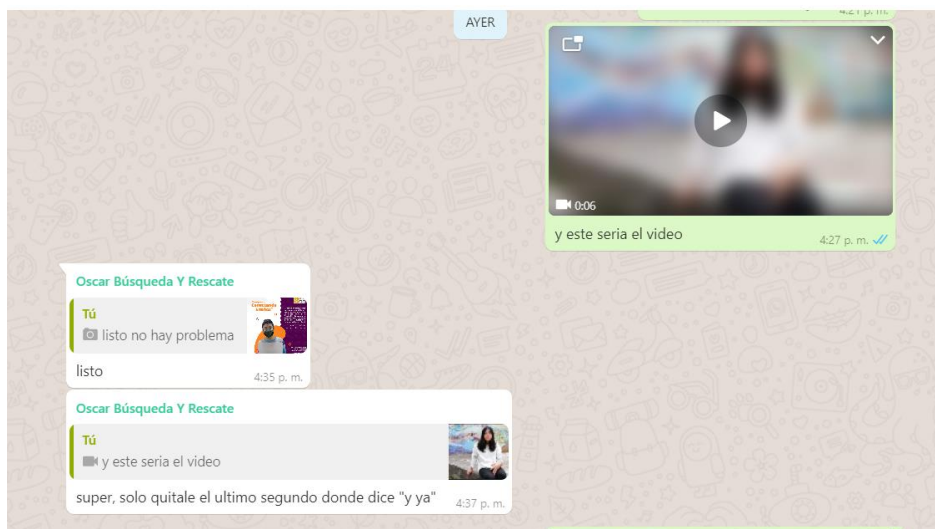


Nota. Recuperado de *fotografía de pieza por el pasante de la Fundación Búsqueda y Rescate.*

Fase tres: Entrega. Terminada la pieza se dispone a enviarla vía WhatsApp al grupo de trabajo, donde tanto el director como la jefa de Marketing, realizan los comentarios y posibles correcciones a la pieza.

Figura 33

Ejemplo de Entrega vía WhatsApp.



Nota. Recuperado de fotografía del WhatsApp del pasante de la Fundación Búsqueda y Rescate.

Fase cuatro: Entrega final y Publicación. Después de recibir los comentarios, el pasante se dispone a hacer las correcciones pertinentes, y realizar la entrega final una vez más vía WhatsApp para su aprobación.

Dependiendo del tipo de piezas el pasante también tiene la tarea de publicarlas en las redes sociales de la Fundación.

6.3.5 Tipos de piezas realizadas

Figura 34

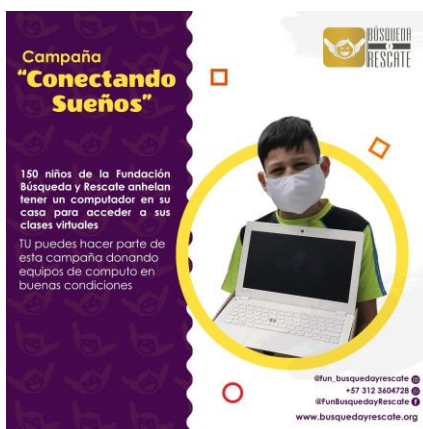
Post - Campaña “Conectando Sueños”.



Nota. Elaboración Propia por parte del pasante de la Fundación Búsqueda y Rescate.

Figura 35

Post 2 - "Campaña Sueños".



Nota. Elaboración Propia por parte del pasante de la Fundación Búsqueda y Rescate.

Figura 36

Banner - Campaña “Conectando Sueños”.



Nota. Elaboración Propia por parte del pasante de la Fundación Búsqueda y Rescate.

7. Conclusiones

Después de realizar el análisis y la definición de cada uno de los procesos de las diferentes empresas, podemos empezar a evidenciar sus similitudes y diferencias entre sí, tanto en su implementación, como en los resultados que genera dentro de la empresa.

Primero hay que puntualizar en las diferencias entre cada una de las empresas ya que estas trabajan en diferentes sectores laborales, sin embargo, los pasantes cuentan con el mismo objetivo

al resolver piezas de comunicación hacia sus objetivos, así se enfoquen todas las empresas en lo mismo, cada una tiene su forma de resolver las tareas que tienen.

Visto de esta forma se puede deducir que en todas las empresas buscan resolver las tareas según su estructura interna y flujo de trabajo, ya que cada empresa busca un proceso que le sea más efectivo a la hora de realizar tareas, debido a que cada una tiene un equipo de trabajo diferente y mientras que un equipo grande puede que esté más focalizado llevando el proceso con mayor efectividad, un equipo pequeño maneja mejor la libertad en el diseño. La idea de estos análisis es poder ver las falencias que pueden encontrarse dentro de los procesos y fortalecerlas para tener más efectividad en la resolución de tareas y poder comparar un proceso con otro para ver si las buenas prácticas de otros procesos resultan en un buen efecto a futuro de la producción.

En conclusión, poder ver los resultados de los análisis y procesos efectuados por otras empresas y de los otros pasantes, nos ayuda a llevar buenas prácticas de esta para efectuar un mejor proceso de diseño, ya sea desde la parte comunicativa, de encontrar falencias en procesos productivos y de reflexionar sobre los procesos de diseño para sacar mejores resultados, además queda claro que la buena implementación de un proceso de diseño dentro de una empresa genera grandes beneficios en la misma, evidenciando que el rol que desempeña el diseñador ya sea de manera colectiva o individual en una empresa es fundamental para lograr buenos resultados en la resolución de problemas.

8. Bibliografía

Design Council (2007) Eleven lessons: managing design in eleven global companies Desk research report

Emtelco (2018) de <https://www.emtelco.com.co/>

Manucci, M. (2008). impacto corporativo. La Crujía.

Cooper, R., & Press, M. (1995). The design agenda: a guide to successful design management. John Wiley and Sons.

Capriotti, P. (2009). Branding corporativo, fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa

Petroworks (s. f.). historia, misión y visión. de <http://www.petroworks.com.co>

Búsqueda y Rescate (s.f.) Nosotros de <https://www.busquedayrescate.org/#about>

9. Anexos

Anexo 1. Carpeta donde se encuentran las matrices hechas para la realización de análisis de cada empresa.

<https://drive.google.com/drive/folders/19E8X45fDjGLI7kuXkCWSUSaSFpfpYMfC?usp=sharing>