

Documento de Sistematización de Experiencias:

¿Duros del diseño?

Habilidades Socioemocionales en el Perfil del Diseñador

María Paula Lenis Barragán

Geisson Steeven Torres Sanchez

Directora del trabajo de grado

Paula Camila Amador Cardona

Facultad de Diseño Gráfico

Universidad Santo Tomás

Bogotá, D.C

2017

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a nuestras familias por su apoyo incondicional en nuestro proceso de formación estudiantil, durante el cual pudimos vivir diferentes experiencias y aprovechar el tiempo para adquirir conocimientos que nos acompañarán por el resto de nuestra vida. Sin su compañía, afecto, compromiso y apoyo incondicional no habría sido posible este logro.

GRACIAS.

Agradecimientos

Agradecemos a nuestras familias y a nuestra directora de trabajo de grado, Paula Amador, por su apoyo y compromiso para el desarrollo de este documento, a nuestras tutoras de sistematización Sandra Rendón y Piedad Gómez, y finalmente a la empresa TOTTO por darnos la oportunidad de conocer el diseño desde el ejercicio profesional.

Tabla de Contenidos

1. Introducción.....	1
2. Justificación.....	2
3. Pregunta articuladora.....	3
4. Objetivos.....	4
4.1. Objetivo General.....	4
4.2. Objetivos Específicos.....	5
5. Estado de la cuestión.....	5
5.1. TOTTO.....	6
5.1.1. Historia.....	6
5.1.2. Misión.....	8
5.1.3. Visión.....	8
5.1.4. Cultura y clima organizacional de TOTTO.....	8
5.1.5. Roles de los practicantes en TOTTO.....	9
5.1.5.1. Diseñador Digital.....	9
5.1.5.1. Diseñadora Desarrollo y Cultura.....	9
5.2. Gestión de diseño.....	10
5.3. Roles del diseñador gráfico.....	11
5.4. Habilidades técnicas del diseñador según los roles en gestión de diseño.....	14
5.5. Habilidades socioemocionales en el mundo laboral.....	15
5.5.1. Comunicación asertiva.....	17
5.5.2. Trabajo en equipo.....	17
5.5.3. Pensamiento crítico y resolución de problemas.....	18
5.5.4. Liderazgo.....	18
5.5.5. Innovación.....	18

5.5.6. Empatía.....	19
6. Reconstrucción de la pasantía.....	20
6.1. Diseñadora Desarrollo y Cultura.....	20
6.2. Diseñador Digital.....	27
7. Evaluación crítica de la experiencia de pasantía.....	35
7.1. Diseñadora Desarrollo y Cultura.....	35
7.2. Diseñador Digital.....	39
8. Conclusiones.....	43
9. Bibliografía.....	44

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz DOFA Diseñadora Desarrollo y Cultura.....	43
Tabla 2. Matriz DOFA Diseñador Digital.....	47

Índice de Figuras

Figura 1. Infografía sobre historia de TOTTO.....	14
Figura 2. Vista general del organigrama de TOTTO	27
Figura 3. Organigrama Dirección Desarrollo y Cultura	28
Figura 4. Comunicado Cine TOTTO Valores.....	30
Figura 5. Comunicado Agradecimiento Cine TOTTO Valores	30
Figura 6. Portada Culture Audit 2017 TOTTO.....	31
Figura 7. Páginas internas Culture Audit 2017 TOTTO	31
Figura 8. Páginas internas <i>Culture Audit</i> 2017 TOTTO	31
Figura 9. Invitación capacitación Norma ISO 9001:2015.....	32
Figura 10. Catalogo Escuela Comercial	32
Figura 11. Mailing curso “Bienvenida al nuevo colaborador”.....	33
Figura 12. Mailing curso “Gestión Ambiental”.....	33
Figura 13. Mailing Foro Liderarte.....	33
Figura 14. Video de experiencia proceso Desempeño y Desarrollo	33
Figura 15. Organigrama InHouse Creativo	35
Figura 16. Cronopost TOTTO USA.Semana 1- Sábado.....	38
Figura 17. Cronopost TOTTO USA.Semana 1-Domingo	38
Figura 18. Cronopost TOTTO BRAND. Carrusel Viernes 25.....	38
Figura 19. Cronopost TOTTO TÚ - Septiembre 20.....	39
Figura 20. Cronopost TOTTO TÚ - Septiembre 20.1.....	39
Figura 21. Campaña 360 Totto loco. Mail bolsos.....	40

Figura 22. Campaña 360 Totto loco. Mail C. Infantiles	40
Figura 23. #CreaConTottoTú. Cortinilla inicial	41
Figura 24. #CreaConTottoTú. Vasos personalizados	41

RESUMEN

El presente documento es resultado de la experiencia de pasantía para optar al título de profesional de diseñadores gráficos de sus autores, María Paula Lenis Barragán y Geisson Steeven Torres Sánchez. En él, se revisan habilidades técnicas y socioemocionales de manera teórica, y se contrastan con la experiencia de las pasantías. Esta revisión teórica busca dar cuenta de la importancia que tiene el adquirir un conjunto de habilidades adicionales a las técnicas con las cuales poder ser más competente y tener un mejor nivel de ingreso al mundo laboral. Algunos de los conceptos más importantes desarrollados a lo largo del documento se encuentran relacionados con las habilidades que se pueden aprender y fortalecer, y que se identifican en los diferentes roles del diseñador gráfico. Posteriormente, se realizó un análisis, se comparó con las experiencias de las pasantías y se desarrollaron unas respectivas matrices DOFA, en donde se evaluó las pasantías y se concluyó que según el perfil del diseñador que requiera una compañía, tanto las habilidades técnicas como socioemocional van a tener variaciones ya que los perfiles son integrales.

Palabras clave: Gestión del diseño, habilidades socioemocionales, competencias técnicas, pasantías profesionales.

1. INTRODUCCIÓN

En el proceso de pasantías profesionales intervienen diferentes agentes y factores que tienen la función de mediar todos los procesos de las pasantías. Desde el momento de la contratación, la inclusión a la empresa y el desarrollo de las tareas específicas del cargo, hay variables que son examinadas por los empleadores. Ahora bien, en una disciplina como el Diseño Gráfico es importante reconocer cuáles son los diferentes roles en el ejercicio del diseño y cómo categorizar o distinguir los perfiles o enfoques que se pueden tener.

Los diseñadores, como en cualquier otra profesión, adquieren un conjunto de habilidades de conocimiento técnico, que son necesarias para el ejercicio de sus tareas. Paralelo a este conocimiento, existen habilidades que se adquieren y son inherentes a todo tipo de personas y profesiones; estas reciben el nombre de habilidades socioemocionales o blandas y que están relacionadas con todo aquello que permite mejorar las relaciones interpersonales, y tener un mejor desempeño personal.

Determinar cuáles son las habilidades tanto técnicas como socioemocionales requeridas según el rol o perfil del diseñador y el cargo o función que ocupa, tendrá como consecuencia la formación de personas y diseñadores integrales, técnicamente hábiles, gestores de su profesión como seres humanos con valores y que demuestren una formación que les permita construir mejor sus aportes a la sociedad.

Así como se enmarca el perfil tomasino y la misión institucional de la Universidad Santo Tomás, al formar profesionales integrales, que responden ante la sociedad y la vida humana de manera ética, crítica y creativa al aportar soluciones a problemáticas según las necesidades del país y la sociedad (USTA, 2017).

De esta manera, dos estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Santo Tomás desarrollaron sus pasantías dentro de la organización TOTTO donde hicieron un análisis y diferenciaron los perfiles del diseñador gráfico y las posibles habilidades tanto socioemocionales como técnicas requeridas en los distintos roles en gestión del diseño dentro de la organización.

2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto está dirigido al énfasis tanto social como disciplinar. En primer lugar, social puesto que es pertinente a todas las personas, rodea temáticas que no discriminan ninguna disciplina y están enmarcadas en el ámbito laboral; en segundo lugar, disciplinar dado que tiene un enfoque en Diseño Gráfico como profesión y pretende categorizar los diferentes roles de ejecución de la disciplina, basados en las habilidades socioemocionales requeridas y su relación con el mundo laboral que le rodea.

También, para el diseñador Tomasino esta investigación es pertinente pues se encuentra íntimamente relacionada con el perfil del egresado que propone la Universidad Santo Tomás, en donde se plantea que las personas deben tener un desarrollo integral con un enfoque especial en los aspectos personales y laborales.

En el ámbito personal, esta investigación es importante ya que a lo largo de la carrera se han adquirido diferentes conocimientos técnicos en temáticas como diagramación, composición, diseño tipográfico, fotografía, entre otras, que nos ayudan a describir los diferentes roles del diseño. En adición, se ha tenido un acercamiento a lo largo de los espacios académicos, al desarrollar diferentes habilidades socioemocionales como la relación con el entorno, el trabajo en

equipo y el manejo eficaz del tiempo con la entrega de proyectos y trabajos en fechas específicas.

Los diseñadores tomasinos además, cultivan un interés por la resolución de problemas sociales que involucran al diseño, gracias a su visión humanista y misión tomasina, desde la visita a diferentes comunidades y al trabajo con un énfasis social, se ha ayudado a forjar diferentes habilidades socioemocionales como la empatía y la colaboración, en relación al perfil del diseñador.

Esta investigación se realiza en un tiempo de cuatro meses, en el cual se desarrolla la indagación de las temáticas relacionadas y el proceso de pasantías profesionales en la empresa TOTTO, donde la experiencia tiene un factor evaluador muy importante de dichas habilidades. Los recursos para el desarrollo de esta investigación son: el acceso a la información, manejo de bases de datos, un entorno laboral propicio y dos diseñadores en formación que realizan sus pasantías profesionales en la misma empresa pero que cumplen roles de diseño distinto.

3. PREGUNTA ARTICULADORA

En el mundo laboral actual, los empleadores están en constante búsqueda de empleados que cuenten con ciertas habilidades además de las técnicas, con las cuales puedan desempeñar mejor su trabajo, que desarrollen relaciones con otros empleados y generen mayor eficiencia en su desempeño. Estas habilidades, conocidas como socioemocionales o blandas, son definidas por Karmin (2013) como la educación del ser y por medio de ellas se entiende mejor la interacción que tienen los diferentes tipos de personas. Estas habilidades se pueden clasificar como: la empatía, trabajo en equipo, comunicación asertiva, etc.

Por otra parte, en las disciplinas creativas como el Diseño Gráfico, algunas de estas habilidades son más necesarias en ciertas áreas de desempeño que otras, pero la disciplina no se ha puesto en la tarea de pensar cuáles son los grupos de habilidades socioemocionales necesarias para los diferentes roles profesionales que asumen los diseñadores. En este sentido, para este proyecto es de suma importancia examinar qué habilidades socioemocionales tienden a ser más relevantes que otras, y en consecuencia se plantea la siguiente pregunta:

¿Qué habilidades socioemocionales son necesarias para el desempeño de los diferentes roles del diseñador gráfico en el campo laboral?

Esta pregunta nace por la ausencia de conocimiento por parte de los diseñadores acerca de qué son las habilidades técnicas (duras) y socioemocionales (blandas), y cómo en procesos de selección dichas habilidades toman un papel relevante al proveer competencias adicionales que son del interés de los empleadores.

Es por esta razón que a través de este trabajo desarrollado, a partir de la experiencia de las pasantías profesionales realizadas en TOTTO, se busca dar a conocer a los diseñadores cuales son las herramientas y habilidades que deberían adquirir para los diferentes roles que ofrece el mundo laboral.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo general

Categorizar las habilidades socioemocionales necesarias para el desempeño de los diferentes roles del diseñador gráfico en el campo laboral.

4.2. Objetivos específicos

Describir los diferentes roles del diseñador gráfico en su campo de acción.

Identificar qué habilidades socioemocionales son necesarias en el mundo laboral para el diseñador gráfico.

Analizar la experiencia a partir de las pasantías realizadas en TOTTO según las habilidades socioemocionales identificadas de los diseñadores en el mundo laboral.

5. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Con esta investigación se pretende examinar qué habilidades socioemocionales son necesarias para ingresar al mundo laboral y qué habilidades técnicas del diseño son más deseadas según los roles de gestión en diseño. Las habilidades socioemocionales, como indica Flaherty (2014), comprenden el trabajo en equipo, creatividad, resolución de problemas, empatía, entre otras. Paralelamente, los profesionales desarrollan habilidades técnicas que, como explica Conley (2007), incluyen la creación de un producto o servicio, el desarrollo de estrategias de comunicación y de mercadeo, materiales comunicativos para comercializar, distribuir y apoyar cierto producto o servicio, entre otros.

Es común considerar que el desarrollo laboral de un profesional depende de las habilidades técnicas, sin embargo las habilidades socioemocionales son altamente estimadas por los empleadores al momento de seleccionar nuevos miembros para su equipo de trabajo. Suárez (2014) explica cómo los empleadores evalúan este tipo de habilidades al identificar qué personas son apropiadas en los procesos de selección para los diferentes roles que buscan, con unas especificaciones clave como las responsabilidades del rol, capacidades técnicas y socioemocionales del postulante, entre otras.

5.1. TOTTO

Para empezar a contextualizar sobre las temáticas de este proyecto es importante hablar de la organización donde se realizaron las pasantías profesionales y el lugar donde surgió la pregunta articuladora del mismo. Según la definición corporativa de la organización, TOTTO es una multinacional de moda, líder en Latinoamérica que ofrece variedad y tecnología en maletines, ropa y accesorios. Sus diseños están pensados para adaptarse y satisfacer las necesidades de los usuarios de forma original, cómoda y versátil, garantizando así estándares de excelente calidad. Todos los productos proyectan un balance entre lo estético, lo práctico y lo funcional para lograr una imagen fresca, casual y dinámica convirtiéndose en la marca preferida por el viajero urbano del mundo. (TOTTO, 2017)

5.1.1. Historia de TOTTO

A partir de la información recibida en la organización y sus diferentes publicaciones en los medios de comunicación internos, se elaboró una infografía que resume los momentos más destacados de la compañía a lo largo de su historia.



Figura 1. Infografía sobre la historia de TOTTO (Fuente: Elaboración propia, 2017)

5.1.2. Misión

En sus objetivos como organización, TOTTO quiere ser una marca líder en el desarrollo, producción y comercialización de productos de la mejor calidad, en el mercado global. Además, propone un desarrollo integral de sus colaboradores, clientes, proveedores y accionistas, logrando así un crecimiento, rentabilidad y solidez, con responsabilidad social (TOTTO, 2017).

5.1.3. Visión

Este apartado se refiere a la posición que las organizaciones quieren obtener dentro del mercado laboral al que se dedica; de esta manera, TOTTO, al ser una organización relacionada al sector de la moda y el diseño textil, busca ser la marca global más deseada por los viajeros urbanos, quienes son identificados como el público objetivo sobre el cual está dirigida toda su atención (TOTTO, 2017).

5.1.4. Cultura y clima organizacional de TOTTO

El ambiente laboral, la cultura y el bienestar son parte fundamental para el desarrollo organizacional de TOTTO, ya que le apuestan a diferentes proyectos que están alineados con la vida profesional y personal de cada una de las personas que pertenecen a esta organización, generando así un clima laboral propicio para desarrollar todas las funciones requeridas en los diferentes roles. Creen en que la responsabilidad, la camaradería y el sentido de pertenencia son ejes fundamentales que debe tener todo colaborador de la organización. El constante aprendizaje de los empleados genera un crecimiento muy importante para la compañía. TOTTO, es un referente de crecimiento, desarrollo y expansión que junto a la productividad desarrollan una

cultura que define a la empresa como una compañía con valores fundamentales, responsables socialmente y un gran plus de liderazgo (TOTTO, 2017).

5.1.5. Roles de los practicantes en TOTTO

A partir de la experiencia de pasantías en la empresa TOTTO, los estudiantes que realizaron su pasantía allí hacen parte de diferentes equipos de trabajo en donde crean tipos de comunicaciones diferentes que además apuntan a usuarios totalmente distintos.

5.1.5.1. Diseñador Digital. El estudiante Geisson Torres, realizó su pasantía profesional en la dirección de *In House* Creativo que hace parte de la Gerencia de Mercadeo donde realizó las siguientes funciones: conceptualización, diagramación y diseño de piezas gráficas para los canales de comunicación Social Media, desarrollo de comunicaciones con base a los lineamientos de la marca y conceptos de la campaña para las redes de Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y Pinterest.

5.1.5.2. Diseñadora Desarrollo y Cultura. La estudiante María Paula Lenis realizó su pasantía bajo la dirección de Desarrollo y Cultura que pertenece a la gerencia de Talento Humano, donde realizó las siguientes funciones: diseñar, desarrollar y producir piezas gráficas y audiovisuales requeridas en los programas y cursos de formación en modo presencial, gestión del conocimiento en modo virtual y *b-learning*, desempeño y desarrollo, clima y cultura organizacional, y orden y aseo de la empresa.

A partir de estos roles desempeñados en las prácticas se hace un acercamiento a algunos conceptos y temáticas que se enfocan en la gestión del diseño, las habilidades socioemocionales que se pueden identificar en los diseñadores y los roles de los diseñadores en el mundo laboral.

5.2. Gestión de diseño

Es necesario empezar a entender el diseño como una disciplina y un proceso antes de poner en discusión los diferentes roles que se pueden dar. A partir de esto Wong (1995) describe el diseño como

(...) un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor. El diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese “algo” sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado en su ambiente. Su creación no debe ser solo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de la época (p.41).

Al afirmar que el diseño es un “proceso” de creación visual que tiene un propósito, es indispensable entender el significado de un proceso, definido como la interacción de un conjunto de actividades que se encuentran relacionadas de algún modo con el único fin de convertir elementos dados en un resultado (Norma ISO 9000, 2005).

El diseño es definido por Icoграда (2011) como una actividad intelectual, creativa, estratégica, directiva y técnica que además, en su esencia implica la producción de soluciones visuales a diferentes problemas de comunicación. También afirma que el diseño permite la inclusión de varios idiomas y diferentes disciplinas que lo hacen más competente consiguiendo así un híbrido visual y una visión multidimensional.

De esto se infiere que el ejercicio del diseño no es un conjunto de decisiones tomadas al azar, sino al contrario, tiene un fin, un objetivo y un propósito sobre el cual se fundamenta todo aquello que se piensa desarrollar; dicho propósito se basa en una necesidad, que no es otra que satisfacer los requerimientos del ser humano. En el diseño, el cliente posee una necesidad comunicacional que debe satisfacerse con el objetivo de conseguir su crecimiento y reconocimiento en el área en que se desempeñe, según qué tan bueno y eficaz sea este proceso de creación podrá evidenciarse la coherencia y satisfacción del cliente.

5.3. Roles del diseñador gráfico

Para entender el rol del diseñador gráfico es necesario examinarlo dentro de un contexto. Acosta (2016) considera que el ejercicio del diseño se da participando en comportamientos relacionados a lo social y cultural, por lo cual, este se convierte en un agente de cambio social, lo cual tiene sentido ya que la disciplina del Diseño Gráfico hace parte de las Ciencias Sociales. Además de esto, gracias al estudio hecho por Acosta y los resultados obtenidos se considera comúnmente en gran porcentaje que el rol del diseñador gráfico no es más que la de un creador de consumidores, siendo él, un intermediario entre los emisores y receptores.

En este punto, Acosta se distancia de Jesús Martín Barbero, quien estaba de acuerdo con esta posición pero distinguía entre intermediarios y los mediadores; el intermediario es aquel destinado a ejercer esa comunicación entre emisores y receptores en la búsqueda de consumidores, es decir, con fines productivos, mientras que el mediador es aquel que es requerido para la comprensión en algún fenómeno social (en Acosta, 2016).

Es por esa misma razón que Conley (2007) comparte la opinión de Nelly Acosta (2016), al mencionar que el diseñador constantemente propone y crea estrategias sobre proyectos, pero continuamente se le ve como la persona que realiza un trabajo técnico, es decir, que persigue un ámbito productivo. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que Conley se refiere a estas temáticas y da su posición una década atrás, mientras Gerkens, lo hace desde un contexto actual, donde ha sido evidente la gran evolución en el diseño como disciplina y en la ejecución de su tarea.

Es importante situar dicha evolución del diseño gráfico como profesión en un contexto más cercano al nuestro, así, hablar de este tema se centra especialmente en la evolución del diseño en Latinoamérica. En primer lugar, es importante resaltar que Colombia es reconocida por ser uno de los países que poseen mayor bagaje e historia en el área de las artes gráficas, además de tener importantes representantes de la disciplina como David Consuegra, Antonio Grass y Marta Granados, pioneros de lo que sería el diseño gráfico colombiano.

Sin embargo, al hablar de tradición histórica del diseño gráfico, Cuba es un referente en el cual se veía el rol del diseñador con un énfasis productivo, donde solo comunicaban con el fin de aumentar la productividad y la meta que perseguía estaba dirigida al consumo. Todo esto a través de procesos litográficos inventados en Alemania pero que se relacionaban por primera vez con Latinoamérica por medio de ese acercamiento cubano.

La evolución del diseño y las especializaciones dentro de la disciplina se han dado de formas diferentes en cada uno de los países de Latinoamérica, por ejemplo Argentina, actualmente posee fortalezas definitivas en ilustración y es referente en este campo. Así mismo México, donde la tipografía se establece como pilar en un principio, luego la reproducción de las imágenes religiosas que será su enfoque, para finalizar con la inmersión de la litografía que daría paso a la mejora de la producción editorial de la época. En la actualidad el diseño ha

evolucionado al punto de convertirse para muchas empresas y organizaciones en un sector de vital importancia, logrando así tener un sector específico dentro de la organización y relacionarse con otros sectores de la empresa con el fin de tener mayor productividad, como es el caso de TOTTO.

Para esto es necesario considerar el rol del diseñador desde otro punto de vista, donde sus funciones no se vuelven principalmente operacionales y de producción; al contrario, que tenga la posibilidad de ser estratega y hacer parte de la toma de decisiones, algo que lo pondría en el sector ejecutivo; Gerkens (2017) respalda esto al afirmar que en la actualidad son las empresas las que crean estas posiciones ejecutivas con el fin de que las funciones del diseñador gráfico sean tenidas en esta área y tengan un ámbito participativo entre las dos, donde el diseño le aporta desde su disciplina al sector administrativo de la empresa y viceversa. De otra parte, Conley (2007), refiriéndose a este mismo tema, menciona que es muy poco común ver a los diseñadores ocupando altos cargos ejecutivos en una empresa, además, nombra algunas de las áreas donde hay ausencia de cargos ejecutivos para diseñadores, teniendo así: mercadeo, estrategia, administración de producto, investigación y desarrollo.

Ahora bien, teniendo unas nociones más claras del proceso de diseño y las diferentes formas de ejecución de su tarea, se examinan dos clasificaciones diferentes para aquello que podría catalogarse como perfiles del diseñador, es decir, cuál sería el enfoque que podría tener en su labor. Suarez (2014) propone una clasificación que incluye dos perfiles, el primero de ellos: el diseñador puro, aquel que ejerce la esencia del diseño gráfico, centrándose en la creación de estrategias de comunicación visual vinculada a las mismas áreas de la profesión, por ejemplo: la identidad corporativa, estrategias de comunicación, señalética, diseño de

empaques, diseño de tipografías, entre otras; y en segundo lugar, el diseñador versátil, quien posee un vasto conocimiento y habilidades en diseño, junto con la capacidad de comunicación.

Sin embargo, existen otras posiciones acerca de los perfiles del diseñador. Christiansen & Gasparin (2015) proponen otra clasificación que no solo persigue otros enfoques, sino que además, concluye que son tres los perfiles que pueden distinguirse. En primer lugar, el diseñador creador, el cual visualiza cierta idea, con ciertos parámetros y decisiones; por lo general son personas creativas con competencias para fusionar su trabajo con otras profesiones. Segundo, los diseñadores administradores, quienes son diseñadores organizacionales, pares de los gerentes y utilizan métodos del *Design Thinking* para encontrar soluciones a problemáticas de la empresa. Y finalmente, los diseñadores innovadores, personas capaces de identificar las necesidades de una sociedad, para entenderla y crear soluciones a partir de ellas, llevadas a la creación de productos o servicios de una empresa.

5.4. Habilidades técnicas del diseñador según los roles en gestión de diseño

Para autores como Henaó (2012), el diseñador gráfico es una persona que concibe, programa, proyecta y realiza intervenciones de comunicación que dan solución a problemáticas visuales bajo conceptos fundamentales como el espacio, la línea, tipografías, formas geométricas o contornos orgánicos, escalas, colores entre otros. Mientras que Conde (2015) afirma que la actividad del diseñador es muy amplia y dependiendo de cual sea su especialidad se desprenden gran variedad de habilidades técnicas o duras. Es importante recordar que todo proyecto de diseño nace como un “encargo” o un propósito del mismo y al identificarlo se puede empezar a clasificar las habilidades necesarias.

Según Adobe (2012), algunas de estas habilidades que aprenden los diseñadores y que pueden aplicar en la gestión del diseño son: la composición de imágenes, teoría del color y los principios de diseño, efectos y corrección del color, jerarquía visual, comprensión de asuntos de copyright y pautas para un uso razonable, análisis y crítica de fotografía, comprensión de marcos gráficos y de texto para el diseño de páginas, entre otras.

Algunas características que identifican al diseñador parten de una intencionalidad comunicativa diversa, al realizar diseños informativos, educativos, persuasivos, etc., también utiliza metodologías proyectuales, pero lo más importante es que resuelve problemáticas humanas de comunicación visual (Conde, 2015).

Por otra parte, Conley (2007) hace referencia a que los diseñadores con altos cargos ejecutivos crean las estrategias de las empresas, establecen los principios y valores, y determinan cómo la marca competirá en el mercado. Estas estrategias pueden evaluar el entorno de la industria y decidir cómo asignar sus inversiones para perseguir iniciativas y actividades que apoyen sus objetivos comerciales.

5.5. Habilidades socioemocionales en el mundo laboral

Para hablar sobre habilidades blandas o socioemocionales es importante tener claro su significado. Para Moss y Tally (2003), son las aptitudes, características y capacidades inherentes a nuestra personalidad y la forma en la que nos comportamos en la sociedad. Cabe resaltar que para estos dos autores estas habilidades van más allá de los conocimientos técnicos.

Actualmente en el mundo laboral, explica Jain (2009), las empresas en sus procesos de selección ya tienen claro que los profesionales poseen cierto tipo de habilidades duras o

cognitivas que los hacen diferentes unos de otros, pero hay algo clave que hace brillar a cierto tipo de candidatos y son las habilidades blandas que los identifican.

En América Latina, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), publicó el reporte *Desconectados* (Bassi *et al.*, 2012), en el que se hace referencia a que estas habilidades dependen del ambiente en el cual se desarrolle una persona, ya sean las características adquiridas en su familia, colegio o universidad y son determinantes en los resultados laborales. Para las empresas, el mejor desempeño de sus trabajadores radica en el manejo de sus habilidades socioemocionales y aquellas requeridas por los empleadores, ya que las mismas producen ganancias en términos de eficiencia, es decir, que los candidatos que cumplen este tipo de habilidades son más productivos.

Pero aquí es donde se encuentra uno de los grandes problemas de los jóvenes hoy en día: no tienen el conocimiento de ellas ni que deben desarrollarlas para aumentar su crecimiento personal, actitudinal y profesional. Bassi *et al.* (2012), ha encontrado que la mayoría de los jóvenes latinoamericanos tienen dificultades en la transición del colegio a la universidad y luego al trabajo porque en el sistema educativo al que han asistido no les han reforzado estas habilidades. Pero aun así, los jóvenes realizan procesos de selección en las empresas y la demanda de habilidades socioemocionales que se encuentran en estos procesos son:

La capacidad de colaborar y cooperar con los demás controlando las emociones y evitando reacciones negativas en el trabajo, la responsabilidad y compromiso en el marco de los objetivos de la organización y cumplimiento de las tareas asignadas, y las habilidades relacionadas con la atención al cliente (amabilidad, buena presencia y respeto, entre otras) (Bassi *et al.*, 2012, p.153).

Es importante hablar específicamente de algunas de ellas, ya que se puede generar una clasificación de las habilidades más apetecidas en el mundo laboral a partir de las definiciones de varios autores (Flaherty, 2014; Haselberger *et al.*, 2012; Jain, 2009, Zerpa & Ramírez, 2013 y Bassi *et al.*, 2012) que en sus investigaciones concuerdan en ciertas habilidades que se consideran más importantes que otras.

5.5.1. Comunicación asertiva

Para Haselberger *et al.* (2012) la comunicación asertiva se puede definir como la capacidad para transmitir ideas, información y opiniones de manera clara y convincente, verbal y por escrito, cuando somos receptivos y escuchamos las propuestas de otros. En disciplinas creativas como en el diseño gráfico, para Conley (2004) los diseñadores deben desarrollar siete diferentes habilidades socioemocionales para pasar del departamento básico de diseño a la gestión de diseño. Una de estas habilidades que se relaciona con la comunicación asertiva es la capacidad de usar el concepto de diseño para comunicar las ideas.

Usar de manera asertiva el concepto de diseño, ya sea la línea, el formato, el volumen, el plano, el color, el material, entre otros, le da al producto o servicio propuesto el sentimiento correcto para desarrollarlo y las soluciones potenciales para aplicarlo a los usuarios. Esta habilidad le permite al diseñador proponer estratégicamente soluciones visuales a problemáticas de la empresa.

5.5.2. Trabajo en equipo

Por otro lado, Flaherty (2014), concuerda con Torra *et al.* (2010) al explicar esta habilidad pues es la capacidad de asumir roles con diferentes niveles de responsabilidad,

encontrarse dispuestos a ayudar en los procesos, dar un punto de vista, sugerir cambios o diferentes posibilidades para desarrollar ideas, enseñar si debe hacerlo y aprender cuando no se tenga el conocimiento.

5.5.3. Pensamiento crítico y resolución de problemas

En Haselberger *et al.* (2012), la resolución de problemas es la capacidad que se tiene para definir un problema, identificar las ideas, analizarlas, nombrar las soluciones y resolver el problema. Dentro de las habilidades socioemocionales que debe tener un diseñador, según Conley (2004), la creación de varias soluciones genera un entrenamiento intuitivo, un rápido ciclo de propuestas y la generación rápida de soluciones.

5.5.4. Liderazgo

Otra habilidad muy importante que nos hace especial énfasis Haselberger *et al* (2012) y Flaherty (2014), es el liderazgo, que se puede describir como la capacidad de motivar y guiar a otros para lograr de manera efectiva y adecuada el cumplimiento de los objetivos y metas. Los líderes por lo general tienen la mayor cantidad de habilidades socioemocionales desarrolladas, ya sea desde la capacidad de escuchar, comprender y analizar hasta la habilidad de solucionar, tolerar y gestionar.

5.5.5. Innovación

Torra. *et al* (2010) menciona que la generación de ideas sencillas y rápidas con el fin de solucionar problemas o crear nuevas oportunidades, nos abre las puertas a la innovación.

Mientras que Haselberger *et al* (2012) dice que las ideas que responden a necesidades que harán evolucionar un producto o un servicio nos ayudan a incentivar la innovación.

Para el diseño esta habilidad consiste en “la creación o modificación de un producto y su introducción en el mercado. Innovar es introducir novedades en alguna cosa” (Cotec, 2008. p.33).

En varias empresas, como es el caso de TOTTO, existe un área dedicada solo a innovación de productos y servicios. En el diseño, la capacidad de innovar se ve como una unión entre la investigación, conceptualización y estrategia; explica BCD (s.f) que además estos procesos de innovación no se pueden ver como procesos lineales o secuenciales ni son manejados por solo una disciplina pues cuando se habla de equipos de innovación se incluyen personas de investigación de mercados, desarrollo y marketing, el diseño puede ser el elemento capaz de unirlos a todos.

Los diseñadores que hacen parte de estos grupos de trabajo deben tener un estilo mental que “combinen la creatividad, el espíritu emprendedor, la capacidad por afrontar riesgos calculados y la aceptación de cierta movilidad social, geográfica o profesional” (BCD,s.f, p.19).

5.5.6. Empatía

Para finalizar la clasificación de este tipo de habilidades, es importante hacer mención a una habilidad como la empatía que acompañada de otras competencias como el desarrollo moral y la inteligencia emocional, constituye a la formación de ciudadanos integrales con una capacitación ética futura, explica Zerpa & Ramírez (2013). Además hacen referencia como el juicio y la sensibilidad moral ayuda al desarrollo de competencias éticas necesarias a la hora de entrar en un ambiente laboral.

Es importante mencionar que los diseñadores y cualquier profesional está en la capacidad de aprender y fortalecer estas habilidades, la clasificación que dan estos autores solo es una pequeña parte de las capacidades que podemos encontrar.

6. RECONSTRUCCIÓN DE LA PASANTÍA

De acuerdo a las pasantías realizadas en TOTTO por los estudiantes de diseño en proceso de formación, a continuación se realizará una reconstrucción desde la experiencia de cada uno en el desarrollo de la pasantía.



Figura 2. Vista general del organigrama de TOTTO (Fuente: Elaboración propia, 2017)

6.1. Diseñadora Desarrollo y Cultura

Esta pasantía fue desarrollada por la estudiante María Paula Lenis en la dirección de Desarrollo y Cultura de la gerencia de Talento Humano. Al empezar sus prácticas en una empresa tan importante como TOTTO consideró que sería un gran reto personal y profesional, al ser seleccionada entre los candidatos para poder demostrar los aprendizajes obtenidos durante su proceso de formación en Diseño.



Figura 3. Organigrama Dirección Desarrollo y Cultura (Fuente: Elaboración propia, 2017)

Es importante recordar que la estudiante hace parte del equipo de la Gerencia de Talento Humano y más adelante se comprenderá por qué es necesaria la intervención de un diseñador en esta área específica de la empresa, así como la importancia de este perfil para los procesos que allí se desarrollan. Esta dirección lidera varios procesos, de los cuales Maria Paula hizo parte y apoyó en cuanto a diseño, y que además son transversales a toda la compañía y generalmente se dirigen a los tres tipos de población definidos por la organización: Administración, donde se encontraba haciendo la pasantía, Comercial, las personas que trabajan en puntos de venta y Operaciones, personal encargado de la producción de los productos.

Los procesos que se desarrollan en la dirección son los siguientes:

6.1.1. Clima y Cultura Organizacional

En este proceso se apoyan temas como valores corporativos, en donde se genera conciencia y sensibilización a los colaboradores sobre los valores que representan a la organización. En este proyecto la pasante fue encargada de proponer y ejecutar una estrategia de comunicación para fortalecer el valor del semestre, la humildad. En respuesta, la pasante diseñó una estrategia que invitaba a los colaboradores a participar en diferentes foros virtuales sobre este valor, se implementaron jornadas de cine con películas relacionadas con el valor y diferentes actividades de BTL para los hijos de los colaboradores. En las Figuras 4 y 5 se muestran comunicados enviados a través del correo electrónico invitando a las actividades. La línea gráfica de estos comunicados estaba planteada y la pasante realizó ajustes básicos al personaje y alimentó los contenidos.



Figura 4. Comunicado Cine TOTTO Valores (Fuente: Elaboración propia, 2017)



Figura 5. Comunicado Agradecimiento Cine TOTTO Valores (Fuente: Elaboración propia, 2017)

Otro proyecto en el que participó fue la evaluación del clima laboral de TOTTO por parte de una compañía externa llamada *Great Place To Work*, en donde los colaboradores calificaron su clima organizacional y a partir de esto, se crearon estrategias para invitar a participar de las encuestas de clima. Para este proyecto la pasante diseñó un libro digital llamado “*Culture Audit*” que consignaba las buenas prácticas de la empresa.



Figura 6. Portada Culture Audit 2017 TOTTO (Fuente: Elaboración propia, 2017)



Figura 7. Páginas internas Culture Audit 2017 TOTTO (Fuente: Elaboración propia, 2017)



Figura 8. Páginas internas Culture Audit 2017 TOTTO (Fuente: Elaboración propia, 2017)

6.1.2. Formación y entrenamiento

Este proceso lidera proyectos de aprendizaje de diferentes clases para las poblaciones de la compañía. Por ejemplo, formación comercial para la temporada de TOTTO Loco en donde la pasante diseñó y escribió el copy de varios comunicados sobre tips comerciales, inducciones corporativas, entrenamiento al cargo, convenio de estudio con diferentes universidades para que los colaboradores fortalezcan su formación académica y un catálogo de servicios para la Escuela Comercial de la Universidad Corporativa TOTTO.



Figura 9. Invitación capacitación Norma ISO 9001:2015 (Fuente: Elaboración propia, 2017)



Figura 10. Catalogo Escuela Comercial (Fuente: Elaboración propia, 2017)

6.1.3. Gestión del conocimiento

Este proceso asegura la transferencia y aplicación del conocimiento estratégico de la compañía por medio de comunidades de práctica virtuales y la academia TOTTO digital. Desde el diseño se apoyó la alimentación de comunicados en la plataforma *Success Factors* y comunicados vía email para invitar a los colaboradores a ingresar a estas plataformas.

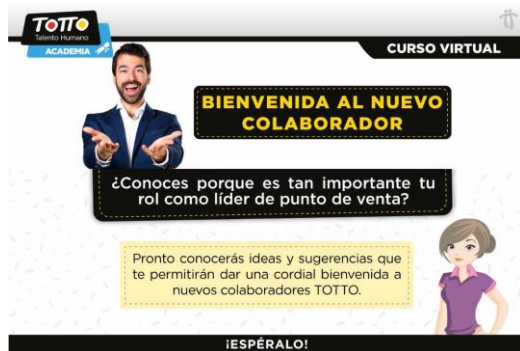


Figura 11. Mailing curso “Bienvenida al nuevo colaborador” (Fuente: Elaboración propia, 2017)



Figura 12. Mailing curso “Gestión Ambiental” (Fuente: Elaboración propia, 2017)

6.1.4. Desempeño y desarrollo

Proceso encargado de la planeación estratégica de la compañía, en el cual colaboradores de diferentes procesos pueden aportar a la creación de retos, proyectos y otros, partiendo de la alineación del desempeño para desarrollar paulatinamente una gestión estratégica del talento de cada uno de los colaboradores. Contiene diferentes proyectos como Liderarte y evaluaciones de competencias, donde por medio de diferentes comunicados y dinámicas comunicativas como videos testimoniales y cápsulas informativas, se generan estrategias para compartir la información de estos proyectos. La pasante realizó todas las piezas de estos proyectos desde su concepción creativa hasta la producción de los mismos.



Figura 13. Mailing Foro Liderarte (Fuente: Elaboración propia, 2017)



Figura 14. Video de experiencia proceso Desempeño y Desarrollo (Fuente: Elaboración propia, 2017)

6.1.6. Evaluación de la experiencia desde los roles del diseñador

A partir de esta experiencia, la estudiante se ubica en la clasificación de roles del diseñador según Suárez (2014), como una diseñadora pura que creó junto a un equipo de trabajo estrategias de comunicación visual para los diferentes procesos y programas de la dirección como diseño de mailing, estrategias de expectativa, lanzamiento y mantenimiento de proyectos, productos audiovisuales y para impresos. Retomando la clasificación de roles de Christiansen & Gasparin (2015), fortaleció el perfil de diseñadora creadora, ya que durante su experiencia visualizó ciertas ideas de los equipos de trabajo según unos parámetros y decisiones corporativas que fusionó con su conocimiento de diseño y con el de las otras profesiones para crear estrategias visuales.

6.1.7. Evaluación de la experiencia según las habilidades socioemocional y técnicas

Según la clasificación propuesta en el documento sobre las habilidades socioemocionales requeridas en los diferentes roles del diseño, la estudiante pudo aprender y fortalecer habilidades como: comunicación asertiva al exponer sus ideas en los diferentes equipos de trabajo; liderazgo, ya que identificó las características de los líderes de la compañía, su manera de guiar, escuchar y comprender situaciones y procesos laborales que le han ayudado a forjar su perfil como líder; y también fortaleció su capacidad de trabajo en equipo, de gran importancia para entender diferentes puntos de vista y formas de comprender diferentes situaciones.

Retomando la visión de diseño de Conde (2015), esta disciplina tiene varios campos de acción y puede desarrollarse en diferentes áreas de una empresa; en este sentido, el principal

Las pasantías del diseñador digital se desarrollaron dentro del InHouse creativo, en el sector de diseño digital, el cual cuenta con un equipo de cuatro diseñadores. Desde el momento de la entrevista y el acercamiento a las pasantías existió el interés personal por hacer parte del equipo de diseño digital, puesto que era el que más se encontraba relacionado con el público; sin embargo, paralelo a este interés, existía un temor debido al tráfico que rodea este sector puesto que es muy alto y esto podría convertirse en una complicación para el desarrollo de las actividades con buenos resultados en relación a la pasantía. A pesar de todo esto, ahora considera que no podría haber quedado ubicado en un mejor sector y cargo.

6.2.1. Actividades dentro del área de diseño digital

En esta dirección se llevan a cabo diferentes actividades que se encuentran íntimamente relacionadas con el espacio digital y las redes. Es por esto que dentro del desarrollo de las tareas se pueden encontrar todo tipo de contenidos, desde audiovisuales, animaciones, videos y posts, hasta mails, historias, carruseles, posts para pauta, entre otros, que permiten acercar al público y presentarles contenido de forma inmediata. Cabe resaltar que todo este conjunto de contenidos que se desarrollan están enmarcados dentro de proyectos más grandes que incluyen: cronopost para redes, campañas de CRM, campañas 360 de temporada, entre otros.

6.2.2. Cronopost

Este es uno de los proyectos o tareas donde recae toda la responsabilidad sobre el pasante, sin embargo cabe resaltar que existe una íntima participación del *copy* pues es la persona encargada de preparar todos los textos que se van a incluir en las publicaciones. El pasante recibe una parrilla de contenidos que ha sido desarrollada entre el *social media* y el

community manager, quienes son los encargados de tomar las decisiones acerca de contenido que se realizará a lo largo del mes. El cronopost hace referencia a todo tipo de contenido que se postea en las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube; es la forma más accesible para llegar al público objetivo y de vital importancia para la fidelización de los mismos. Sin embargo, es importante hacer mención acerca de las cuentas que se manejan, puesto que existe un cronopost para cada subdivisión dentro de TOTTO, de esta manera se encuentra: cronopost TOTTO brand, enfocado en el público objetivo de la marca que es el viajero urbano que posee la necesidad de cargar sus utensilios de manera funcional, cronopost TOTTO TÚ, que incluye a todos los niños (*kids and teens*) con estas mismas necesidades de funcionalidad para el transporte de sus elementos, y finalmente cronopost TOTTO USA, la nueva franquicia y mercado en el que se quiere posicionar la marca.

El pasante, por medio de la parrilla de contenidos que recibe, debe realizar los diferentes post que le solicitan a través de la conceptualización, desarrollo, y creación de piezas gráficas, audiovisuales, gifs, entre otros.



Figura 16. Cronopost TOTTO USA.Semana 1-
Sábado (Fuente: Elaboración propia, 2017)



Figura 17. Cronopost TOTTO USA.Semana 1-
Domingo (Fuente: Elaboración propia, 2017)



Figura 18. Cronopost TOTTO BRAND. Carrusel Viernes 25 (Fuente: Elaboración propia, 2017)



Figura 19. Cronopost TOTTO TÚ - Septiembre
20 (Fuente: Elaboración propia, 2017)

Figura 20. Cronopost TOTTO TÚ - Septiembre
20.1 (Fuente: Elaboración propia, 2017)

6.2.3. Campañas 360 de temporada (TOTTO Loco)

Las campañas 360 de temporada giran en torno a una época del año o a una temporada de actividad comercial dentro de TOTTO. Estas campañas en los medios digitales incluyen covers para redes, piezas genéricas de donde saldrá todo el material a usar, posts, piezas para pauta en Google, mails entre otros; todo esto haciendo referencia a contenidos digitales. Este año para TOTTO loco se realizó la creación de un nuevo *Key Visual* y dicho 360 de temporada fue realizado por todo el equipo que finalmente desarrolló contenidos que superaban en número aproximadamente las 180 piezas digitales. El pasante tuvo a su cargo la elaboración de los diferentes maillings y post para pauta en Google, así como los *Clic to website* de dos de los artículos que hacían parte de esta temporada, los cuales eran: bolsos y morrales, y colecciones infantiles.

6.2.4. Temporada #CreaConTOTTOTÚ

Este es un proyecto que se encuentra liderado por el diseñador audiovisual y por el pasante digital, en el cual se desarrollan videos tutoriales DIY (*Do it yourself*) enfocados a la división más joven de la organización, es decir, TOTTO TÚ, en donde se encuentran los niños y niñas (*kids and teens*). En esta temporada se desea renovar el concepto haciéndolo por medio de *stop motion* e incluyendo técnicas de animación para hacerlo más interactivo y llamativo al público objetivo, con el único fin de que este tenga una mayor acogida entre los niños. Entre los dos líderes de este proyecto se desarrolla absolutamente todo el contenido, desde lo más análogo, que en este caso serían las manualidades, hasta la fotografía, postproducción y edición de video.



Figura 23. #CreaConTOTTOTÚ. Cortinilla inicial (Fuente: Elaboración propia, 2017)



Figura 24. #CreaConTOTTOTÚ. Vasos personalizados (Fuente: Elaboración propia, 2017)

El primer video puede encontrarse en el canal de YouTube de TOTTO TÚ o en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=nfKBiX3mvpq>

6.2.5. Evaluación de la experiencia desde los roles del diseñador

A partir de la clasificación que hace Christiansen & Gasparin (2015) acerca de los roles del diseñador donde menciona tres principales roles y en relación a la experiencia obtenida en

el proceso de pasantía dentro de la compañía TOTTO, el diseñador digital se enmarca dentro del primer grupo que es un perfil de diseñador creador, siendo aquel que es capaz de visualizar cierta idea, con ciertos parámetros y decisiones; de esta manera, el pasante debe tener la capacidad de recibir un corto *brief* y a partir de este, desarrollar una idea que se convierta en una pieza agradable y que obtenga buenos resultados en su público objetivo; este pasante debería ser una persona creativa con competencias para fusionar su trabajo con otras profesiones.

6.2.6. Evaluación de la experiencia según las habilidades socioemocionales y técnicas

Durante el proceso de pasantía profesional dentro de la compañía TOTTO, el estudiante fortaleció y visualizó mejoras en habilidades socioemocionales tales como: la comunicación asertiva, al tener un acercamiento con los diferentes integrantes del InHouse Creativo; el manejo eficaz del tiempo, con la entrega anticipada de los proyectos de temporada; el trabajo en equipo, al contar con la ayuda de todos los sectores del área de mercadeo en la toma de decisiones; y liderazgo, adquirido al momento de recibir proyectos como #CreaConTOTTOTú.

Además, es importante resaltar que existió un crecimiento adicional en cuanto a las habilidades técnicas y de manejo de software, este crecimiento solo se da a partir del ejercicio práctico de la disciplina y que a lo largo del periodo de pasantía se hizo evidente.

Para concluir este apartado, Conley (2007) afirma que dentro de las habilidades que debería poseer un diseñador se podría mencionar: la creación de un producto o servicio, el desarrollo de estrategias de comunicación y de mercadeo, materiales comunicativos para comercializar, distribuir y apoyar cierto producto o servicio, entre otros. Dichas habilidades en

cierta medida y en diferentes rangos tuvieron un crecimiento dentro del proceso de pasantía dado dentro de la compañía TOTTO.

7. EVALUACIÓN CRÍTICA DE LA EXPERIENCIA DE PASANTÍA

A partir de la experiencia de las pasantías, se desarrollaron dos Matrices DOFA, en las cuales se realizaron unos diagnósticos reales sobre las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas que encontraron los estudiantes en su ejercicio de pasantía, según los roles de cada estudiante y teniendo en cuenta los siguientes criterios: pertinencia del perfil del diseñador gráfico tomasino en la pasantía, desempeño técnico del estudiante, evolución de la línea gráfica, crecimiento socioemocional y pertinencia de las actividades para el desarrollo profesional del estudiante.

7.1. Diseñadora Desarrollo y Cultura

Tabla 1

Matriz DOFA Diseñadora Desarrollo y Cultura

MATRIZ DOFA		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Práctica TOTTO	<ul style="list-style-type: none"> ● Conocimiento y propiedad en conceptos de diseño ● Manejo de programas de diseño ● Responsabilidad con tiempos de entrega ● Comunicación asertiva 	<ul style="list-style-type: none"> ● Reprocesos de piezas ● Acumulación de solicitudes ● Referentes de diseñadores en la gerencia ● Poco acceso a los recursos gráficos y fotográficos corporativos

<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Experiencia laboral en una gran empresa ● Fortalecimiento de las habilidades técnicas y socioemocionales del diseñador ● Contratación fija en la empresa 	<p>O-F</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fortalecer las habilidades para el perfil del diseñador versátil ● Ser referente de diseño en la gerencia de Talento Humano ● Aprender sobre el rol líder TOTTO 	<p>D-O</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Exigencia en las solicitudes de piezas ● Aprender de los procesos que realizan los diseñadores de Mercadeo ● Gestionar la importancia de los recursos diseño necesarios
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Incumplimiento con los tiempos de entrega establecidos ● Falta de propuestas innovadoras ● Inconvenientes comunicativos con el equipo de trabajo y los jefes ● Al mantener un tono corporativo limitado se pierde la flexibilidad e innovación en las propuestas de diseño 	<p>A-F</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Organización del tráfico de comunicados y plan de trabajo ● Asertividad en cada proceso y sus diferentes momentos ● Actualización en tendencias de diseño 	<p>A-D</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Crear estrategias para consolidar las solicitudes de comunicados ● Rectificar los recursos necesarios para el tráfico de comunicados ● Generar estrategias innovadoras y flexibles sin perder el tono corporativo

Elaboración propia

7.1.1. Oportunidades que se convierten en fortalezas

- **Fortalecer las habilidades para el perfil del diseñador versátil:** fortalecer y aprender en el transcurso de la práctica sobre habilidades socioemocionales como el liderazgo, que refuercen el perfil del diseñador versátil y estratega.
- **Ser referente de diseño en la gerencia de Talento Humano:** tener un rol más visible y con mayor credibilidad frente a otras gerencias y compañeros colegas de diseño.

- **Aprender del rol líder TOTTO:** mediante la formación de competencias claves, cultivar las habilidades para ir creando un perfil de liderazgo que guíe y acompañe al el equipo de trabajo en sus diferentes situaciones.

7.1.2. Debilidades que se convierten en oportunidades

- **Exigencia en las solicitudes de piezas:** acordar con el equipo de trabajo unos requerimientos previos al solicitar piezas de comunicación, con parámetros establecidos de tiempo, recursos y contextualización de los diferentes proyectos.
- **Aprender de los procesos que realizan los diseñadores de Mercadeo:** involucrarse más con los procesos de diseño y los diseñadores que elaboran comunicaciones corporativas similares a las de Talento Humano
- **Gestionar la importancia de los recursos de diseño necesarios:** para completar las solicitudes de comunicados y alinear las piezas a todas las líneas gráficas correspondientes.

7.1.3. Amenazas que se convierten en fortalezas

- **Organización del tráfico de comunicados y plan de trabajo:** crear un formato de solicitudes para organizar mediante un cronograma semanal y mensual el tráfico de comunicados.
- **Asertividad en cada proceso y sus diferentes momentos:** además de aplicar las habilidades técnicas del diseño, poner en práctica las habilidades como la comunicación asertiva que hacen del perfil tomasino un perfil profesional integral con fundamentos humanistas y sociales.

- **Actualización en tendencias de diseño:** el diseño es una carrera que demanda actualización todo el tiempo; por eso, es deber del diseñador actualizarse en nuevas estrategias y procesos innovadores que estén en tendencia.

7.1.4. Amenazas que se convierten en debilidades

- **Crear estrategias para consolidar las solicitudes de comunicados:** crear estrategias para consolidar las solicitudes de comunicados, entender a los equipos de trabajo como clientes independientes con sus diferentes preferencias, necesidades y exigencias para evitar reprocesos y consolidar las solicitudes de los comunicados.
- **Rectificar los recursos necesarios para el tráfico de comunicados:** asegurarse de contar con los recursos necesarios como, fotografías, videos y elementos editables de la marca para poder realizar las respectivas solicitudes de trabajo.
- **Generar estrategias innovadoras y flexibles sin perder el tono corporativo:** al proponer diferentes estrategias comunicativas tener en cuenta el tono corporativo pero apostarle a un tono más flexible sin perder la calidad del diseño ni la personalidad de la marca.

7.2. Diseñador Digital

Tabla 2.

Matriz DOFA Diseñador Digital

MATRIZ DOFA

Práctica TOTTO**FORTALEZAS****DEBILIDADES**

- Manejo de programas de la Suite de Adobe
- Buena comunicación interpersonal
- Capacidad de trabajo en equipo
- Liderazgo
- Contar con los equipos suficientes para el trabajo

- Desconocimiento de AfterEffects
- Perfil enfocado a diseño editorial, poca habilidad en diseño audiovisual
- Desconocimiento de las dinámicas digitales en TOTTO

OPORTUNIDADES**O-F****O-D**

- Permanencia dentro de la compañía
- Liderar proyectos del sector TOTTO TÚ
- Práctica y mejora de las habilidades socioemocionales.
- Desarrollo de portafolio en contenido digital
- Evolución de la línea gráfica

1. Incorporación a la compañía como diseñador digital
2. Creación de contenidos con buenos índices de aceptación
3. Propuesta de una mejor versión del proyecto #CreaConTOTTOTú
4. Evolución en la línea gráfica por los aportes del equipo InHouse

1. Aprendizaje de After Effects con los diferentes proyectos
 2. Inclusión de la exigencia audiovisual en el perfil del diseñador
 3. Comprensión de las dinámicas de 360 y temporada en los medios digitales
 4. Evolución del perfil del diseñador por la comunicación interpersonal
-

AMENAZAS

- Salida de piezas al público con errores ortográficos
- Retraso en entregas de piezas
- Rechazo de piezas y contenidos
- Estancamiento en el cargo sin posibilidad de evolución

A-F

1. Contar con la revisión de todo el equipo antes de enviar una pieza finalizada.
2. Aprovechar los conocimientos y aprendizajes con el fin de evolucionar
3. Trabajar en equipo y conjunto para evitar los retrasos de las entregas
4. Aceptar las opiniones y correcciones para realizar entregas acordes a lo solicitado.

A-D

1. Aprendizaje sobre lenguajes audiovisuales
2. Recibir con atención los Feedback realizados
3. Trabajar de acuerdo a los tiempos estimados
4. Cerciorarse de posibles errores en las piezas

Elaboración propia

7.2.1. Oportunidades que se convierten en fortalezas

- **Incorporación a la compañía como Diseñador digital:** existe la latente oportunidad de ingresar a la compañía con un contrato fijo y tiempo completo a formar parte del equipo del InHouse creativo, gracias a los resultados arrojados en el proceso de prácticas.
- **Creación de contenidos con buenos índices de aceptación:** creación de contenido para redes que obtenga un número considerable de likes y visualizaciones dentro del público objetivo de la organización.
- **Propuesta de una mejor versión del Proyecto #CreaConTOTTOTú:** este proyecto está enfocado en las manualidades DIY (Do it yourself). Para esta temporada se aborda desde el *Stop Motion* y postproducción en animación.
- **Evolución en la línea gráfica por los aportes del equipo InHouse:** a partir de los comentarios y opiniones recibidas, así como los ajustes en piezas y sugerencias, la

línea gráfica y la afinidad del ojo para percibir errores o mejoras ha evolucionado haciéndose más cuidadosa y detallada.

7.1.2. Debilidades que se convierten en oportunidades

- **Aprendizaje de After Effects con los diferentes proyectos:** a partir de proyectos como el de #CreaConTOTTOTú y cronopost, abordar la animación desde diferentes programas, además con la ayuda de diseñadores audiovisuales y de forma autónoma aprender After Effects u otros programas de edición de video. Así mismo, obtener mayores conocimientos sobre lenguajes audiovisuales
- **Inclusión de la exigencia audiovisual en el perfil del diseñador:** ampliar los campos del conocimiento para incluir en las habilidades un perfil audiovisual con el cual ser más competente en el mundo laboral.
- **Comprensión de las dinámicas 360 y temporada en los medios digitales:** A partir de la experiencia y trabajo continuo, entender las dinámicas de manejo en las redes y la actividad comercial. Así, desarrollar campañas de CRM, 360 de temporada y las diferentes formas de abordar los proyectos.
- **Evolución del perfil del diseñador por la comunicación interpersonal:** la comunicación interpersonal como habilidad socioemocional ha tenido una gran influencia en la evolución del perfil del diseñador y en la experiencia con los demás así como en su interacción con otras áreas de la organización.

7.1.3. Amenazas que se convierten en fortalezas

- **Contar con la revisión de todo el equipo antes de enviar un pieza finalizada:** el InHouse creativo cuenta con un equipo integrado por: community manager, social

media, copy, diseñadores industriales, diseñadores gráficos, diseñadores audiovisuales, entre otros, para aportes y comentarios antes de finalizar una pieza.

- **Aprovechar los conocimientos y aprendizajes con el fin de evolucionar:** la disposición de aprender con el único fin de mejorar a diario y complementar el conocimiento para evolucionar tanto personal como profesionalmente.
- **Trabajar en equipo y conjunto para evitar los retrasos de las entregas:** apoyarnos unos con otros en el equipo de digital para así terminar y enviar todas las entregas previamente con el fin de realizar los ajustes necesarios y no retrasar ninguna dinámica.
- **Aceptar las opiniones y correcciones para realizar entregas acordes al solicitado:** con humildad y respeto aceptar todas las correcciones opiniones y consejos por parte del equipo con el fin de mejorar y realizar piezas acorde a la gráfica manejada dentro de la compañía.

7.1.4. Amenazas que se convierten en debilidades

- **Aprendizaje sobre lenguajes audiovisuales:** acrecentar los conocimientos enfatizados en la animación y lenguajes audiovisuales con el fin de ampliar el perfil del pasante adquiriendo nuevas habilidades.
- **Recibir con atención los Feedback realizados:** todos los ajustes y cambios a piezas se reciben con atención para posteriormente hacerlos y recibir una segunda revisión.
- **Trabajar de acuerdo a los tiempos estimados:** como requisito están las entregas a tiempo, aún si fuere posible con antelación, de esta manera, proveer todos los contenidos digitales acorde a los tiempos planteados.

- **Cerciorarse de posibles errores en las piezas:** las revisiones previas antes del envío de cada pieza, para rectificar textos, línea gráfica, ajustes, precios, fotografías y todo aquello que se incluya en la pieza.

8. CONCLUSIONES

A partir de la experiencia de las pasantías realizadas en la compañía TOTTO, se puede concluir que las habilidades socioemocionales son igual de importantes que las habilidades técnicas, puesto que es necesario que los profesionales tengan un perfil integral, como el que implementa la Universidad Santo Tomás, al formar estudiantes con un pensamiento además de técnico, humanista, que responda a las diferentes problemáticas sociales de manera ética, creativa y crítica.

Es importante decir que según los autores investigados y la pasantía, los estudiantes concuerdan en que cada rol profesional, en este caso de diseño, tiene unas habilidades socioemocionales y técnicas específicas; en el caso de la pasantía en TOTTO en las direcciones de Talento Humano y Mercadeo, se requiere de habilidades socioemocionales como el manejo eficaz del tiempo, la comunicación asertiva, las buenas relaciones interpersonales y el trabajo en equipo. Mientras que, en cuanto a las habilidades técnicas, dentro del rol del diseñador digital se evidencia el requerimiento de un perfil audiovisual, habilidades en diagramación digital y animación, y en el rol del diseñador de Talento Humano, se evidencia un perfil más estrategia y editorial, con habilidades de diagramación corporativas y proposición de estrategias de comunicación en los proyectos de formación y entrenamiento en la compañía.

También se hace una reflexión gráfica en cuanto a la calidad del diseño y la vida útil que tienen las piezas comunicativas en cuanto llegan a los usuarios y estos deciden si verlos por unos minutos o simplemente pasar al siguiente e-mail o página, los pasantes se cuestionan si la calidad de tiempo y habilidades que se requieren para sus entregables es suficiente o necesita seguir evolucionando.

Otro de los aspectos interesantes de la manera en que se manejan las áreas de comunicación en la compañía TOTTO, son las dinámicas de los equipos de trabajo, mientras el diseñador digital comparte las estrategias comunicativas con un copy y por medio de un brief, la diseñadora de Desarrollo y Cultura, cuenta con un equipo de trabajo pero no con una persona encargada de realizar diferentes copys o redacción para las publicaciones, es decir que hay un desequilibrio en los equipos de trabajo.

Al interiorizar la cultura organizacional de la compañía en la experiencia de la pasantía, los estudiantes aprendieron sobre los ejes fundamentales que debe tener todo colaborador de la organización como la responsabilidad, la camaradería y el sentido de pertenencia, y a su vez ponerlos en práctica para fortalecer sus perfiles de diseñadores.

Para finalizar, retomando la visión de diseño de Conde (2015), la disciplina abarca varios campos de acción que pueden ser desarrollados en diferentes áreas de una empresa, pero lo más importante es que, la comunicación es vital para entendernos unos a otros y es importante como diseñadores facilitar el proceso entre los participantes de la comunicación de manera que sea clara y eficaz en todo momento.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Adobe. (2012). *Diseño Visual: Fundamentos de diseño y producción de impresos*.
Obtenido de <ftp://ftp.adobe.com/pub/adobe/creativesuite/es/design-visual-intro.pdf>
- Acosta, N. S. (2016). *El Diseñador gráfico en procesos de comunicación: Mediador o intermediario*. Paper, Festival internacional de la imagen, XIII Foro académico de diseño, Manizales.
- Bassi, M., Busso, M., Urzúa, S., & Vargas, J. (2012). *Desconectados. Habilidades, Educación y Empleo en América Latina*. BID Educación.
- BCD, Barcelona Centro de Diseño. (s.f.). *Manual sobre Gestión de Diseño para empresas que abren nuevos mercados*. Barcelona: BC
- Christiansen, J. K., & Gasparin, M. (2015). *The role of Designers in competing with design*. INTERNATIONAL COMPETITIVENESS MANAGEMENT CONFERENCE.
Obtenido de <https://ira.le.ac.uk/bitstream/2381/32032/1/The%20role%20of%20Designers%20in%20competing%20with%20design.pdf>
- Conde Arranz, L. (2015). *El Diseño y la Creatividad*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid
- Conley, C. (2007). *Educating Designers for Broad Roles in Organizations*. Design Management Review , 18 (3).
- Cotec. (2008). *Diseño e Innovación. La gestión del diseño en la empresa*. Madrid: Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica.
- Flaherty, K. (2014). *Soft Skills: The Critical Accompaniment to Technical Skills*. AMWA Journal: American Medical Writers Association Journal, 29(2), 70-72.
- Gerkens, L. (2017). *Designer's Roles in the Founding Team*. Aalto University School of Arts, Design and Architecture. Obtenido de https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/27174/master_Gerkens_Lisa_2017.pdf?sequence=1

Haselberger D., Oberheumer P., Perez E., Cinque M., Capasso D. (2012). *Mediating Soft Skills at Higher Education Institutions*. Handbook of ModEs Project, Life Long Learning Programme.

Henao, J. D. (Abril - Junio de 2012). Principios básicos de diseño gráfico aplicados a la preparación de ayudas visuales para presentaciones científicas y de negocios. *Estudios Gerenciales*, 28(123), 167-189. Recuperado el 25 de Octubre de 2017, de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v28n123/v28n123a11.pdf>

ICOGRADA.(2011). *Icograda Design Education Manifiesto*. ico-d. Recuperado de http://www.ico-d.org/database/files/library/IcogradaEducationManifiesto_2011.pdf

Jain, V. (2009). *Importance of soft skills development in education*. School of Educators. Retrieved from <http://schoolofeducators.com/2009/02/importance-of-soft-skills-development-in-education>

Kamin, M. (2013). *Soft skills revolution : a guide for connecting with compassion for trainers, teams, and leaders*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Moss, P. & Tilly, C.(2003). *Stories Employers Tell: Race, Skill, and Hiring in America*. New York: Russell Sage Foundation. Retrieved September 13, 2017, from Project MUSE database.

Norma Internacional ISO 9000. (2005). *Sistema de gestión de la calidad – Fundamentos y vocabulario*. Recuperado de http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.pdf

Suárez, E. P. (2014). *LOS EMPLEADORES DE DISEÑADORES Nivel de satisfacción de los empleadores sobre el desempeño de profesionales en Diseño Gráfico de la ciudad de Guayaquil*. Tesis de grado, Universidad Casa Grande, Facultad de Comunicación Mónica Herrera, Guayaquil.

Torra Bitlloch, I., de Corral Manuel de Villena, I., Martínez Martínez, M., Gallego Fernández, I., Portet Cortés, E., & Pérez Cabrera, M. J. (2010). *PROCESO DE INTEGRACIÓN*

Y EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS GENÉRICAS EN LA UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA. Revista De Docencia Universitaria, 8(1), 201-224.

TOTTO. (2017). *TOTTO BRAND*. Obtenido de <http://www.totto.com/historia>

USTA. (2017). *Universidad Santo Tomás*. Obtenido de <http://www.usta.edu.co/index.php/nuestra-institucion/presentacion-1>

Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.

Zerpa, Carlos Enrique, & Ramírez, Jorge J. (2013). *Moralidad, empatía, inteligencia emocional y liderazgo transformacional: un modelo de rutas en estudiantes de posgrados gerenciales en una universidad venezolana*. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 9(1), 109-126. Recuperado en 30 de noviembre de 2017, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-99982013000100009&lng=es&tlng=es.