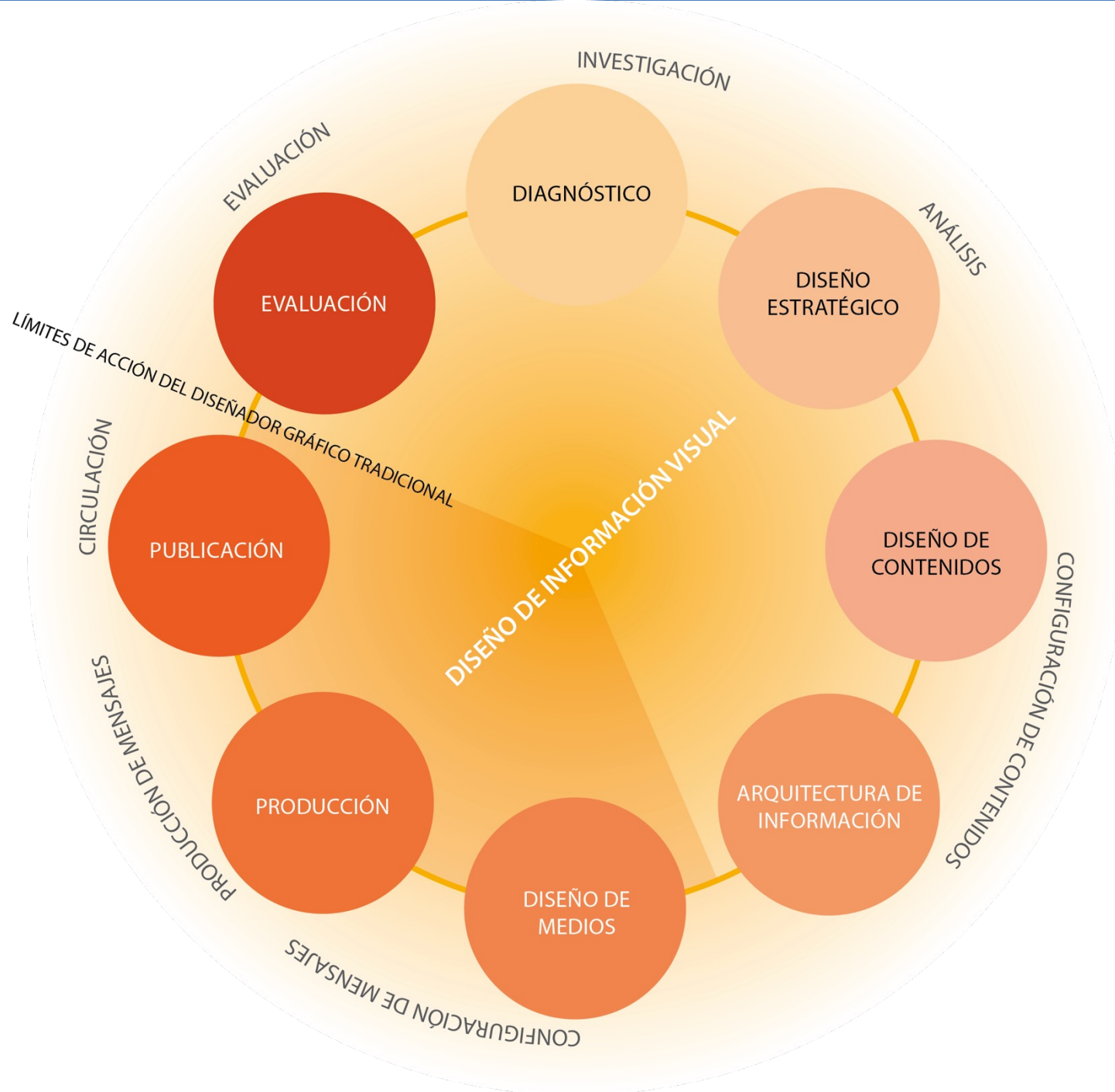


Dirección de Arte

La comunicación visual es la disciplina que identifica problemas de información, planea estrategias de producción y **configura mensajes visuales para audiencias específicas** en distintos ámbitos de la vida cotidiana. Genera experiencias que permiten a la gente hacer de una mejor manera sus actividades cotidianas.



Dirección de proyectos creativos



Gestión del proyecto

Acercamiento y valoración del proyecto

Propuesta inicial

- Descripción del proyecto
- Cotización por hora
- Cotización por proyecto
- Tiempos
- Entregables

- Calendarización
- Convenios de costos y pagos
- Etapas proyectuales
- Juntas
- Presentaciones

Planear

- Investigación
- Diseño conceptual
- Preproducción
- Producción
- Postproducción

Cotizar

- Fechas
- Especificaciones
- Pagos
- Derechos
- Originales

Entregar

Habilidades

¿Cómo mantenerme competitivo?

Diseñar + Pensar + Hacer

Gestionar proyectos /
Project management

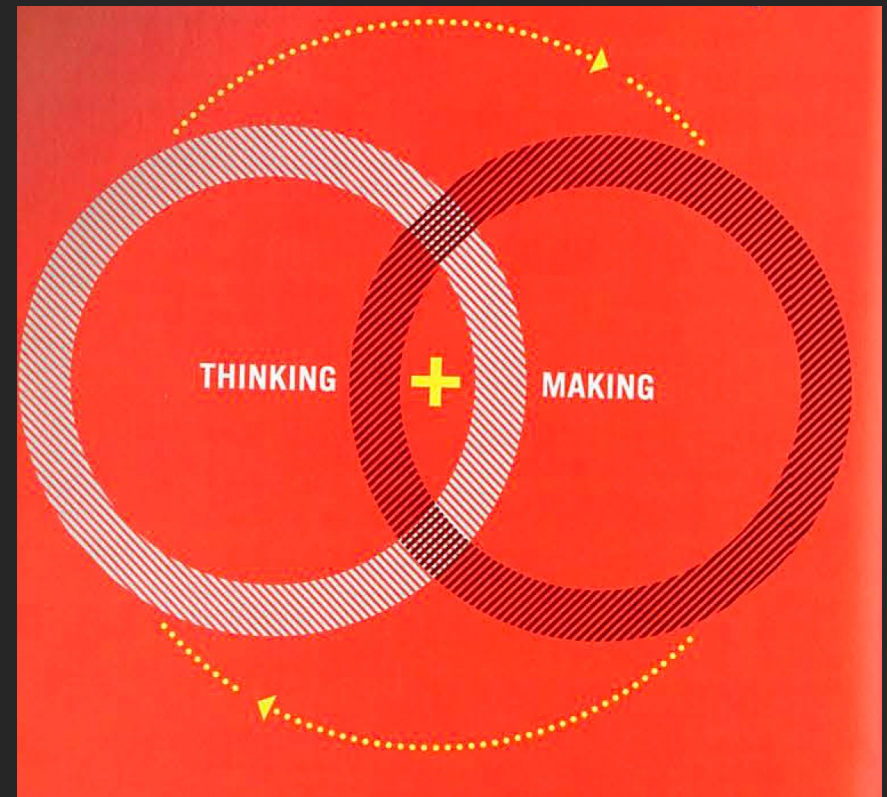
Actualizarse

Arriesgar

Comunicar efectivamente

Pensar sistémicamente

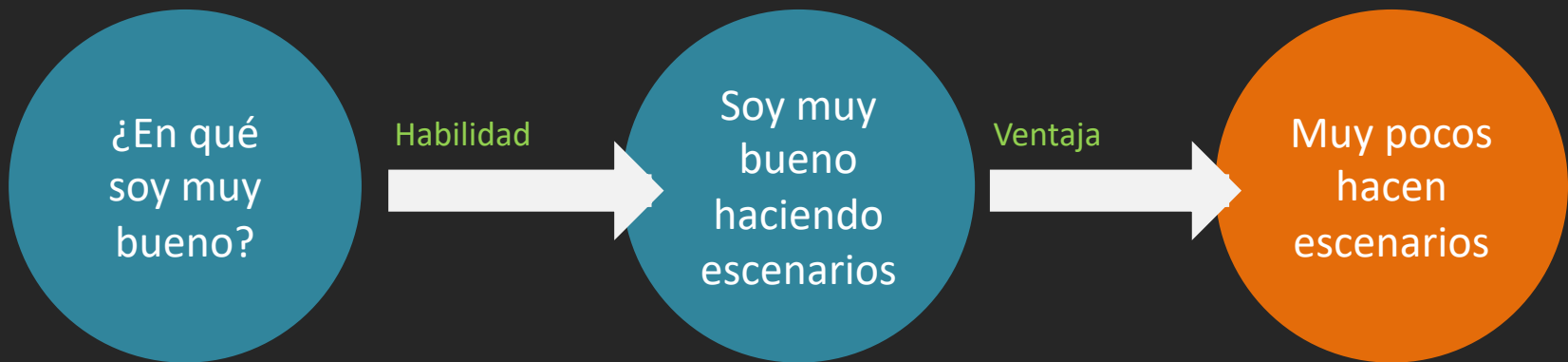
Técnica + Estética + Producción + Método



Visualízate

¿Cómo generar valor?

- ¿En qué soy bueno?
- Habilidad
- Producto
- ¿Quién se puede beneficiar con lo que hago?
- Fortalezas + Oportunidades



Perfílate

Comunicar con tu letra.

- Especialidades
- Habilidades generales
- Aplicar el conocimiento especializado en varios campos.
- Conectar con otros campos y hablar en su *idioma*

Alcances y habilidades

Conocimiento y experiencia

Conformar equipos **diversificados**



Perfílate

Comunicar con tu letra

- Sumar especialidades
- Expandir el alcance
- Ampliar mercados.
- Conectar equipos creativos

Alcances y habilidades



Convergencia

Conformar equipos **competitivos**



Servicios creativos

Generar valor

- ¿Cómo se genera valor?
- Generar relaciones ganar-ganar
- Medir el éxito *hard value + soft value*
- Valor **duro**
Tangible, concreto, mensurable, cuantitativo
- Valor **suave**
Intangible, subjetivo, interpretable, cualitativo

— *Necesitamos encontrar manera de medir el impacto del trabajo creativo.*

Hard value

*Ahorrar
materiales*

*Incrementar
ventas*

*Expandir
participación*

*Mejorar la
usabilidad*

*Ahorrar
tiempo*

*Incrementar
tráfico web*

*Incrementar
followers*

*Abartir
costos*

- *Establecer los parámetros de medición*
- *Hablar con el idioma de los negocios*
- *Medir con algo que cualquiera pueda entender*

Soft Value

*Crear
fidelidad*

*Producir
confianza*

Inspirar

*Motivar a
la acción*

Diferenciar

*Generar
reconoci-
miento*

*Promover
entendi-
miento*

*Crear
conciencia*

- *El valor cualitativo produce números duros.*
- *No se puede generar valor cuantitativo sin el diseño de la comunicación cualitativa.*
- *Lo cualitativo se mide con valores duros, el la causa.*

Jerarquías de Valor

Necesidades de los usuarios

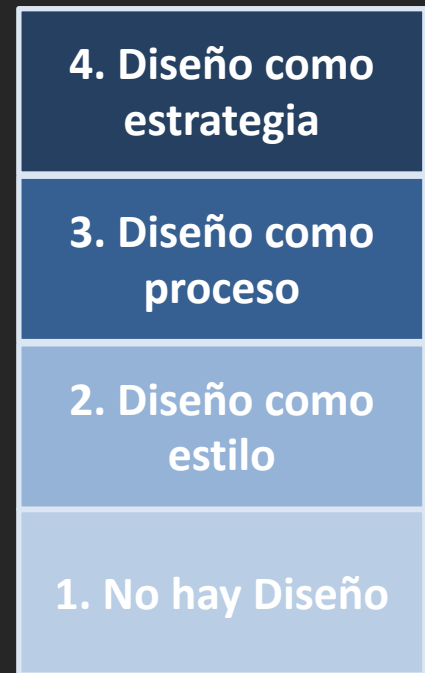
- **Funcionalidad**: la necesidad básica a cumplir.
- **Confiabilidad** y consistencia sistémica te dan seguridad y claridad.
- **Usabilidad**. Facilidad de uso y de interacción El producto se explica por sí mismo.
- **Competencia**. Te permite hacer más, te ayuda de maneras inesperadas y se vuelve indispensable.
- **Innovación**. Te permite ir más allá de manera **creativa**, personalizar la experiencia y apropiarte de la solución.



Jerarquías de Valor

Design staircase: la empresa de diseño

- **1. No hay Diseño**: Punto de partida. El diseño no se entiende como solución.
- **2. Diseño como estilo**. Se resuelve la apariencia estética del proyecto, *styling*, decoración.
- **3. Diseño como proceso**. Se establece el acercamiento del Diseño para resolver problemas.
- **4. Diseño como estrategia**. Se integra en la cultura de la compañía y se alinea con los objetivos de la organización.



Retorno de la Inversión

Return on Investment: fórmula simple, sumativa

Cómo cuantificar el valor del Diseño

- **Factores de cambio.**
 - Qué es lo que el proyecto pretende lograr
 - Cómo puedo medir ese logro
- **Otros factores implicados.**
 - Qué otras acciones impactan en la medición
 - Cómo puedo aislar el valor del Diseño
- **Medir en el tiempo.**
 - Qué escala temporal debo emplear
 - Medición a corto y mediano plazo

[GANANCIA
– COSTO]

÷

[COSTO]

X 100

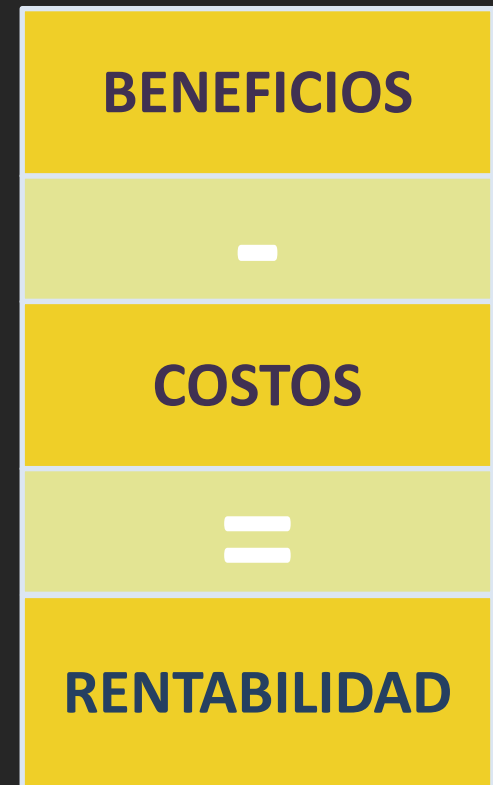
= %ROI

Análisis costo-beneficio

Predecir el éxito, herramienta formativa

Cómo cuantificar elementos *soft*

- **Representaciones financieras de intangibles**
 - Cómo medir las emociones
 - Cómo medir incidencias individuales
- **Beneficios - costos**
 - Qué otras acciones impactan en la medición
 - Cómo puedo aislar el valor del Diseño
- **Predice la viabilidad de un proyecto**
 - Ayuda a tomar decisiones sobre la conveniencia del proyecto



Análisis costo-beneficio

Predecir el éxito, herramienta *formativa*

1

- **Lista de costos asociados**

- Hard y soft
- Cómo medir incidencias individuales
- Evaluar el costo de la inacción

2

- **Lista de Beneficios**

- Valor financiero de cada beneficio
- Trabajar con el cliente
- Datos financieros estimados

2

- **Restar los costos a los beneficios**

- Analizar resultados
- Trabajar con el cliente
- Datos financieros
- Tomar en cuenta costos y beneficios asociados

Más allá de los números

Midiendo el soft value

1

Objetivos

- Por que se comisionó el proyecto
- Objetivos primarios y secundarios
- Esto guía todas las otras acciones
- Cómo sería un proyecto exitoso

2

Interfaces o productos

- Que cosas se producen para lograr los objetivos
- Definir la relación de los “entregables con los objetivos”

2

Resultados

- Qué efectos se generan.
- Cómo se pueden medir los resultados
- Qué, cuándo y cómo se mide. **SMART**

Más allá de los números

SMART



Simple

- La métrica es fácil de entender.

Medible

- Que sea fácil de contar
- Que se pueda comparar

Accionable

- Qué queremos que pase con la métrica
- Cómo se traduce en acciones de mejora o cambios

Relevante

- Basada en las metas del proyecto
- Que relevante de medir para el proyecto

Temporal

- En cuánto tiempo medimos
- Debemos medir a corto y largo plazo
- Cómo afecta el tiempo a la medida

Balanced Scorecard BSC

Los cuatro poderes del trabajo creativo

*Perspectiva de
crecimiento y
aprendizaje*

Transformador

- Oportunidades
- Innovación
- Design Thinking

Integrador

- Conexiones
- Interacciones
- Colaboraciones
- Procesos

*Perspectiva de
Procesos de
Negocios*

*Perspectiva del
Cliente*

Diferenciador

- Ventaja competitiva
- Satisfacción
- Engagement

Buen negocio

- Genera valor
- Mejores márgenes
- Ahorros

*Perspectiva
Financiera*

Diseño estratégico del negocio creativo

El pez grande se come al chico

Quiénes somos

Contexto

- Aspectos diferenciadores
- Ventajas competitivas

Misión

- Misión
- Servicios
- Productos

Qué hacemos

Cómo lo hacemos

Valores

- Métodos
- Técnicas
- Procesos
- Valores

Visión para el cliente

- Generar valor
- Mejorar rendimientos

Para qué lo hacemos