

# PROA

CONSULTORÍA  
PARA  
DISEÑADORES



Jorge Piazza

Diseñador en comunicación Visual.

Socio fundador del estudio **Piazza Remetería | Comunicación y Diseño**, con el cual brindó servicios de diseño a empresas de renombre internacional durante quince años.

Socio fundador de la editorial **Redargenta** y del portal del mismo nombre, a través del cual se ofreció al mercado del diseño contenidos e información especializada.

Autor de los libros: ***Cómo presupuestar diseño, El diseño como negocio, El diseño es una mentira, La gestión aplicada al diseño y Diseño especializado, claves para el éxito.***

Dictó charlas y seminarios en gran número de instituciones y universidades del país y del exterior como así también en congresos de diseño.

Durante los años 2004 y 2005 tuvo a su cargo la materia Gestión del Diseño Gráfico, en la Fundación Gutenberg, para los alumnos del último ciclo.

Realizó trabajos de consultoría y disertaciones orientados al mercado de las pymes.

Socio fundador de Grupo Pontix. Pontix®, software de presupuestado para el mercado de las industrias creativas.

## Servicio de consultoría para Estudios de Diseño

El éxito de los Estudios de diseño rara vez queda supeditado a la calidad del servicio ofrecido. Esto visto desde la aptitud para diseñar, ya que el concepto "servicio" no suele ser comprendido en toda su dimensión.

Se podría aseverar que buen diseño no es sinónimo de éxito comercial, mientras que una buena capacidad para la gestión suele serlo.

Los factores que conducen a que los Estudios de diseño transiten un camino hacia la frustración son varios, y responden a falencias innatas de quienes eligen estudiar diseño. Falencias que no suelen enmendarse durante la etapa de capacitación. Por dicha razón el camino comúnmente transitado por los Estudios de diseño responde a una lógica que puede ser analizada y por lo tanto corregida.

El servicio de consultoría se enfoca en detectar esos errores y solucionarlos. A simple vista nuestro conflicto por excelencia está relacionado con comprender cuánto debemos cobrar por nuestros servicios. sin embargo los inconvenientes que solemos vivenciar responden a un concepto mucho más amplio que se puede englobar bajo el término de gestión. Tenemos serios problemas para focalizarnos en la gestión de nuestros Estudios.

Para lograr los objetivos trazados, el servicio de consultoría se vale de una herramienta clave que facilita el conocer cuáles son los puntos a corregir. Pontix® no solo permite comprender la realidad económica del Estudio a partir del análisis de sus variables, sino que es herramienta de gestión abarcativa, que arroja información necesaria para el trazado de estrategias que busquen corregir el rumbo del Estudio.

## Dirigido a

Estudios de diseño que van desde el emprendimiento unipersonal hasta estructuras de varios socios y empleados

## Estructura

El servicio de consultoría está pensado en función a una estructura flexible que se adapta a las necesidades y realidades de cada Estudio.

Se encuentra estructurado en 7 etapas iniciales que responden a objetivos particulares de cada etapa:

- A | Conocer la situación actual.
- B | Evaluar la situación actual.
- C | Proyectar un futuro deseado (objetivo).
- D | Medir distancias entre presente y objetivo.
- E | Trazar estrategias para el logro del objetivo.
- F | Implementar estrategias.
- G | Medir resultados.



Dichas etapas, para el logro de sus objetivos, utilizan cuatro ejes que se interrelacionan.

**1. Eje Estructura [factor humano] - EE[humano]**

El objetivo en este eje es definir al estudio como una estructura con roles que se complementen sin superponerse ni dejar áreas vacías o mal gestionadas.

**2. Eje Estructura [factor económico] - EE[económico]**

El objetivo en este eje es el determinar la situación económica del estudio.

**3. Eje Gestión [factor presupuesto] - EG[presupuesto]**

El objetivo de este eje es arribar a presupuestos que posibiliten lograr el objetivo económico trazado en el Eje Estructura [factor económico].

**4. Eje Gestión [factor especialización] - EG[especialización]**

El eje gestión tiene como objetivo el conceptualizar la idea y aplicarla a todos los aspectos del estudio.

El servicio de consultoría parte de determinar en qué situación se encuentra el Estudio y definir a dónde quiere llegar en un tiempo determinado.

Este camino se traza en función a todos los ejes, lo que implica realizar análisis y, llegada la necesidad, determinar e implementar los cambios necesarios para lograr los objetivos. Se estima que el llevar adelante las primera cinco etapas **demanda de 16 semanas (4 meses)**. Cumplidos los cuatro meses de consultoría, y entendiendo el camino que deberá desarrollarse para el logro de los objetivos, se replanteará el acuerdo entre ambas partes (Asesoría y Estudio) en relación al trazado de un plan para llevar a cabo las etapas de implementación y medición de resultados (etapas F y G).

La asesoría indaga sobre distintos aspectos comerciales del Estudio, donde el económico es de gran relevancia. Para poder comprender y, llegado el caso, corregir el rumbo económico, simultáneamente con las etapas mencionadas se implementará progresivamente el uso de Pontix®.

*Durante la etapa A] se realiza la configuración del sistema. Durante la etapa B] se iniciará el proceso de carga de datos. Durante las etapas siguientes se medirán y evaluarán los resultados.*

Dado que el software no está concebido sólo como herramienta de presupuestado, sino como un instrumento para gestionar Estudios de diseño, será de gran importancia para obtener información que aporte a todos los ejes.

## Modo de trabajo

El servicio de Asesoría está concebido para ser implementado a distancia. Las comunicaciones se realizan vía mail con un ritmo semanal.

La implementación de Pontix® se lleva a cabo guiada por el asesor, al igual que los análisis de la información que arroja el sistema, motivo por el cual el uso de la herramienta será monitoreado por el asesor.

## Valores

El servicio de Asesoría tendrá un valor a determinar en la etapa previa a la contratación, que se abonará en el lapso de los primeros cuatro meses (cuatro pagos mensuales). Cumplido ese plazo y finalizadas las etapas A, B, C, D y E, el Estudio definirá la continuidad del servicio, cotizándose en ese momento la etapa siguiente.

## Tiempos

La primera etapa está planificada en función a ser llevada a cabo en cuatro meses, sin embargo, el cumplimiento de ese plazo queda dependiente de la disponibilidad temporal del Estudio. Dado que para lograr el objetivo temporal el Estudio debe responder en tiempo y forma a muchas tareas, existe la posibilidad de que ese lapso de cuatro meses se extienda.



## Cronograma

### A | Conocer la situación actual.

#### Semana 1

**La historia.**

Resumen de la historia del estudio desde su creación, destacando los hitos fundamentales.

**Organigrama.**

Se analizan las áreas o departamentos en los que se divide el estudio, mediante un organigrama.

#### Semana 2

**Tareas.**

Análisis y descripción de las tareas dentro del estudio.

**Análisis del personal del estudio.**

Ficha de cada persona (integrante del estudio):

- Tiempo de horas mensuales de trabajo
- Relación con el estudio: Dueño / Socio / Empleado
- Datos relacionados con el Salario

#### Semana 3

**Estimaciones horarias.**

Se estima la cantidad de horas dedicadas a cada tarea, utilizando Pontix® como guía.

**Análisis del estudio.**

Análisis FODA actual del estudio

Definir el servicio actual y el mercado

Catalogar clientes y proveedores

Análisis de competencia

## Semana 4

### **Definir los números**

Gastos. Sueldos. Punto de equilibrio. Valor hora. Porcentaje de ganancia.

### **Identidad, Comunicación y venta.**

Explicación de la comunicación del sistema de identidad actual.

### **Facturación.**

Análisis de ingresos de un período no menos a un año.

## **B** | Evaluar la situación actual.

## Semana 5

### **Corroborar los números.**

Implementar la carga de gastos en Pontix®.

### **Corroborar las horas.**

Implementar la carga de horas en Pontix®.

## Semana 6

### **Detectar tareas no cubiertas.**

Se listan las tareas de cada puesto de trabajo realizando un análisis de cada puesto.

### **Analizar posibles desfazajes entre necesidades y realidades.**

Ingresos reales comparados a los ingresos necesarios estimados.

Comparar presupuestos reales vs. lo que realmente debió ser.

Implementación el nuevo sistema de presupuestado.

## Semana 7

**Determinar conflictos en el servicio. Indefiniciones.**

Amplitud de servicios y mercados (cliente, proveedor, competencia).  
Servicio determinado por la demanda. Reactividad.

**Identidad, comunicación y ventas.**

Analizar las falencias en identidad, comunicación y argumentos de venta.

## Semana 8

**Se detectan los motivos del posible desfase.**

## C | Proyectar un futuro deseado (objetivo).

## Semana 9

**Replantear el objetivo.**

Sobre la confirmación de donde realmente está parado en el presente, reconsiderar la proyección a futuro. ¿Dónde quisieras estar?

## Semana 10

**Primer diagnóstico comparativo (tiempos y costos).**

Comparación entre los tiempos y costos estimados con la información obtenida a un mes de uso de cargar en Pontix®.

## Semana 11

**La especialización.**

Pensar al estudio como una idea. Introducción al concepto de especialización. Definir un servicio.

**Los mercados.**

Análisis del mercado cliente / proveedor / competencia.



## Semana 12

### **Redistribución de roles.**

Entendiendo las tareas a realizar y las características del personal, redistribuir roles.

## Semana 13

### **La identidad y comunicación.**

Rever el sistema de identidad y comunicación acorde al nuevo servicio.

Definir presentación y discursos.

Estrategias de búsqueda de clientes, comunicación y venta.

## Semana 14

### **Segundo diagnóstico comparativo (tiempos y costos).**

Comparación entre los tiempos y costos estimados con la información obtenida a dos meses de uso de cargar en Pontix®.

## D | Medir distancias entre presente y objetivo.

## Semana 15

### **El objetivo y el tiempo.**

Determinar el punto donde se encuentra el estudio y el punto del objetivo. Determinar el camino medido en tiempo.

## E | Trazar estrategias para el logro del objetivo.

## Semana 16

**Determinar estrategias para los objetivos buscados.**

*De aquí en más, cumplidos cuatro meses de consultoría, y entendiendo el camino que deberá desarrollarse para el logro de los objetivos, se replanteará el acuerdo entre ambas partes (asesoría y estudio) en relación al trazado de un plan para llevar a cabo las etapas de implementación, medición de resultados y replanteo de objetivos.*

**F** | Implementar estrategias.

**G** | Medir resultados.

*Cumplidas estas etapas, se puede optar por continuar con la Consultoría en una octava etapa que implica partir de replantear los objetivos de acuerdo al análisis de lo sucedido en las etapas anteriores.*

**Más información**

[hola@proaconsultoria.com](mailto:hola@proaconsultoria.com)

[www.proaconsultoria.com](http://www.proaconsultoria.com)

Desarrollado por:

**GRUPO  
PONTIX**

Jorge Piazza  
Luciano Farabollini  
Mariano Turcutto

