

La agencia virtual de diseño

Por Álvaro Alonso

La tecnología permite desarrollar un nuevo modelo organizativo y de gestión para brindar servicios de diseño.



Con la vertiginosa revolución de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el mundo, se generaron insospechados cambios en la forma de vivir de las personas. Evolucionaron las formas de comunicación y los modos tradicionales de acceder a la

información, produciendo un cambio en la vida cotidiana del ser humano, todo esto debido a que la educación, el entretenimiento y las empresas en general, han ido modificando sus sistemas y procesos para dar paso a nuevas metodologías acordes a los tiempos que estamos viviendo. Un modelo de administración empresarial se apodera del diario vivir: «Mayor eficacia y eficiencia», «mayor ahorro de tiempo y dinero» son las premisas fundamentales que nos mueven en esta carrera tecnológica, basada en el desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Desde este punto de vista y analizando el mercado existente de y para las agencias de diseño, se plantea la necesidad de dar un paso adelante en el desarrollo y modernización de la gestión en este campo.

Los altos costos de los «servicios gráficos», asociados a diversos ítems, tales como: arriendos de oficinas, gastos de servicios básicos, telefonía, secretarías, etc., van directamente reflejados en los costos finales de los proyectos, produciendo gastos que debe absorber tanto el cliente como la empresa.

La virtualización de los procesos productivos y administrativos, unida a una organización y gestión eficientes, insertas el uso de TIC, lograría no sólo optimizar tiempos, propios de la labor gráfica, sino además, ahorrar en recursos e insumos materiales (tangibles), y disminuir el tiempo de respuesta. Así, la «virtualización», se traduce directamente en una economía de costo importante que va en beneficio directo tanto de la empresa como del cliente.

Las TIC como soporte

Debido a la masificación de Internet y sus prestaciones, la virtualidad está cada vez más integrada a la vida cotidiana, -en donde tareas comunes, tales como: Pagar cuentas o realizar trámites bancarios, han sido simplificadas por las tecnologías- se ha abierto una puerta extraordinaria a la innovación en los procesos y en los flujos de comunicación, ya que cada vez hay más usuarios dispuestos a usar este medio.

Tomando lo anterior, a nuestro favor se vislumbra un amplio abanico de utilidades para esta nueva generación de usuarios, y así poder utilizar toda la tecnología disponible, para aplicarla a la oferta de nuestros servicios.

Las TIC permiten un acercamiento con cada usuario que requiera servicios de nuestra empresa. Todo debido a que la comunicación que se produce a través de la red, no viene condicionada por el factor tiempo, ni por las distancias geográficas, su uso nos permite en forma rápida acceder a sus demandas y necesidades y ofrecer a tiempo real respuestas que satisfagan a nuestros posibles clientes (ahora ellos manejan la información y necesidades).

En resumen; el uso de las TIC, o mejor dicho el acceso a la información por el usuario, hoy en día nos abre las puertas para ofrecer productos y servicios en forma rápida y a tiempo real, satisfaciendo las necesidades inmediatas de los usuarios, por lo que nos otorga una apreciable ventaja ante las tradicionales formas de hacer negocios y producción dentro de una agencia. El uso de este medio masivo de comunicación, nos aporta de partida un posicionamiento dentro del medio, al alcance de todas las personas que requieran servicios

gráficos, y lo que es más importante aún, constituye una innovación en la forma de gestionar, procesar y difundir nuestra labor.

Las etapas

Se puede plantear un ciclo evolutivo basado en el uso de las tecnologías que actualmente ocupamos en nuestras empresas o que ocupemos futuro, y que comprende los siguientes pasos:

- **Modelo clásico:** Existe la utilización de herramientas tradicionales de oficina: (teléfono, fax, etc) para la comunicación y administración. El uso de computadores es solo para funciones básicas, tales como escribir, calcular, etc) no existe Internet ni correo electrónico.
- **Implementación:** Internet pasa de ser un gasto y se considera como un recurso, es posible la incorporación de correos electrónicos, y se implementa la idea de la web, como recurso publicitario y de información. Se logra un canal de comunicación entre clientes y proveedores por medio de Internet y se implementan sistemas de gestión internos en base a la tecnología.
- **Transacción:** Se logra una interacción de sistemas digitales dentro de la empresa. Se comienzan las transacciones en línea de compra-venta y se lucha por el control de información interno como externo.
- **Virtualización:** Se integran todos los sistemas y operaciones, la organización se produce en tiempo real, y comienza una mutación en organización clásica. Todos los modelos anteriores se encuentran funcionando.

Una empresa virtual

Una empresa virtual es la que se caracteriza por la ausencia de oficinas e instalaciones físicas, maximizando el uso de las TIC dentro de la organización, es decir «prácticamente toda la comunicación y las relaciones con los proveedores, clientes y empleados se hacen por los medios digitales».

La empresa está compuesta por una red de socios colaboradores, proveedores y clientes que por medio de la conectividad informática les permite compartir recursos administrativos, experiencias en investigación y desarrollo, mercados y costos.

Su administración queda reducida a un núcleo corporativo donde los procesos se deben descentralizar a través de alianzas y outsourcing. Su capacidad de generar productos y servicios se ve condicionada según su demanda, es decir se trabaja «bajo pedido».

Una empresa así presenta las siguientes características:

- **Interdisciplinaria:** Cada integrante aporta su habilidad y conocimiento en su área específica, de esa manera es posible crear una organización que sea lo mejor en todo.

- **Oportuna:** Las empresas colaboran para aprovechar una oportunidad específica ofrecida por el mercado y casi siempre, cuando la necesidad se acabe, pueden disgregarse.
- **Tecnológica:** las TIC permiten que otras empresas, sin importar su ubicación geográfica, se unan y trabajen como uno sólo.
- **Confiable:** Estrecha relaciones con diversas empresas para un objetivo específico, la confianza abre oportunidades de nuevos trabajos y crédito en el momento de producción.
- **Global:** Comienza una conurbación digital de fronteras empresariales. La mayor cooperación entre competidores, proveedores y clientes hace difícil determinar donde termina una empresa y comienza otra.

Una empresa virtual, es una organización altamente eficiente en los procesos de la información, por lo que aplicada, no solo al trabajo gráfico, sino en todas las áreas del quehacer humano, esta categoría reporta enormes beneficios económicos por su flexibilidad, rapidez y oportunidades latentes.

Una agencia virtual de diseño

Las TIC han permitido hoy un nuevo concepto de empresas, llamadas empresas virtuales o empresas en red, no implementadas en un espacio físico, sino conformadas por una red de relaciones digitales.

Una empresa virtual está compuesta por una red de contactos digitales, los cuales pueden ser, momentáneos o perpetuos, debido a que son otras empresas con servicios que funcionan como proveedores y que realizan las tareas físicas. Esta unión permite acrecentar la experiencia, mercado e incluso la disminución de costos.

En un modelo virtual mantener una estructura jerárquica piramidal, es complicado, la administración es paritaria y un gerente general pasa a ser un administrador de redes, dejando a la empresa como núcleo único y los servicios como complemento (modelo en red), fomentando las alianzas.

Una agencia virtual de diseño debe ser, una empresa prestadora de servicios gráficos, integrada por profesionales comprometidos no solo de las áreas de diseño, todos focalizados en la prestación de un servicio en donde el producto sea trabajado de forma comunitaria. Todo esto desarrollado en una plataforma virtual, lo que permite acceder a un amplio espectro de posibilidades de crecimiento como empresa y, a los clientes les permite el acceso, mediante una interfaz.

Seguramente con el desarrollo de las TIC , los nuevos conceptos de virtualización en las industrias y empresas, será solo cuestión de tiempo para que la nueva era tecnológica cambie los conceptos tradicionales que tenemos al respecto.

Las nuevas compañías virtuales ya no están ligadas a un espacio físico sino que a una

plataforma digital en Internet. En este sentido, las TIC pasan a ser el medio en el cual se sustentan los procesos productivos y de gestión empresarial.

Publicado el 09/06/2010



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/la-agencia-virtual-de-diseno>

