

*Muchas empresas y organizaciones se tornan a los diseñadores gráficos buscando ayuda cuando quieren crear una identidad y materiales de mercadeo. Además de la tasa del diseñador, los costos reales de esto pueden incluir algo más. Conozca lo que necesita saber antes de considerar un diseñador gráfico para su próximo proyecto.*

# ¿Necesita Usted Realmente un Diseñador Grafico?

por Karin Nead

La habilidad de una empresa para hacer que su base de clientes crezca tiene como centro el mercadeo. Al tratar de hacerle promoción a una empresa, todos los diseños promocionales y folletos de mercadeo para los productos y servicios, además de los logos distintivos, letreros y sistemas de letreros, entran en juego. En muchas ocasiones, los empresarios se tornan a los diseñadores gráficos para crear soluciones a estos problemas. El hacerlo envuelve el uso de una variedad de medios, impresos, electrónicos, o de película y tecnología para ejecutar un diseño que llene las necesidades de comunicación de la empresa.

¿Es necesario en realidad contratar un diseñador grafico para estos propósitos? El camino hacia la respuesta comienza con la definición de lo que es un diseñador gráfico. De acuerdo con el Departamento de Estadísticas del Trabajo los diseñadores gráficos planean, analizan y crean soluciones visuales a los problemas de

comunicación. Los diseñadores consideran los factores cognoscitivos, culturales, físicos y sociales al planear y ejecutar diseños apropiados para un contexto dado. Esto suena muy complicado y es posible que lo convenza de que un diseñador es la persona ideal para tener a su lado cuando planea sus iniciativas de mercadeo. Sin embargo, la realidad es que muchos servicios de diseño gráfico suelen ser muy costosos. Aún cuando es cierto que tienen como clave la creatividad, muchas firmas únicamente contratan diseñadores gráficos que tengan como mínimo un grado de bachiller y candidatos con grados de maestría están muy en demanda. Aunque esto es posible que le parezca un buen trato a los clientes de tales diseñadores y sus firmas, también le aumenta el precio a los servicios. Además, los diseñadores a menudo utilizan sistemas computerizados costosos para desarrollar sus diseños, lo que le aumenta aún más el costo a los clientes.

Muchas empresas caen en la trampa costosa de

---

“¿Necesita Usted Realmente un Diseñador Grafico?” es un artículo original por Karin Nead.

Traducción al español por Lyssette Rivera Cripps.

Copyright 2004 por Canville Communications.

utilizar servicios de diseño gráfico para sus necesidades de comunicación. Muchas veces el costo de esto va más allá de las tasas por los servicios de diseño. Tratar de desarrollar una identidad empresarial es difícil cuando la persona que está haciendo el diseño no entiende las entradas y salidas de la compañía. Nadie sabe mejor que los principales de la empresa lo que la misma representa, sus ideas y objetivos, y la manera en la que quieren que esto se comunique. Ninguna cantidad de reuniones y sesiones creativas le permitirán al diseñador entender en realidad su empresa de la misma manera que usted la entiende. Las imágenes positivas y las marcas de fábrica son esenciales para cualquier empresa. La cantidad de experiencia que una firma de diseñadores trae a la mesa no le garantizará que su diseño va a funcionar para usted; y si no funciona, es posible que ya haya costado demasiado para cambiarlo.

Aun los servicios de diseño gratis tienen su costo. Una compañía de limpieza comercial en Indianápolis tomaba las necesidades de sus clientes muy en serio; a la misma vez, la actitud total de la compañía era una de servicio amigable y fácil de sobrellevar, al mejor precio posible. La empresa no tenía logo y los empresarios pensaban que el hacer diseñar uno profesionalmente les daría una pequeña ventaja y hacerle complemento a los materiales impresos que distribuían. También necesitaban materiales informativos para entregarles a los clientes potenciales que incluyeran un resumen profesional de sus servicios, y a la misma vez comunicaran su actitud alegre hacia el negocio. Los dueños de la empresa tenían amigos en la industria de diseño gráfico y confiaron en ellos para crear un logo y diseñar el arreglo y el diseño del folleto. Parecía una ruta muy poco costosa y decidieron que sus amigos conocían lo suficiente acerca de su empresa y sus actitudes para ser efectivos. Sin embargo, luego de pasar semanas en reuniones y considerar varias maquetas, aun no veían ningún prospecto para sus

diseños. Cada logo era o muy complejo o muy caricaturesco, el folleto no daba la impresión profesional que ellos querían a la vez que transmitía la actitud que ellos llevaban. Entre tanto, en las semanas de espera estaban perdiendo la oportunidad de promover su empresa a los clientes potenciales. Finalmente, decidieron que tener algo era mejor que nada y se resignaron a un diseño de un logo y un folleto. Las cosas empeoraron al llevarle el diseño a la casa impresora. El papel que los diseñadores habían recomendado para el folleto era muy costoso y el diseño del logo conllevaba un número de colores que hubiera puesto el costo de imprimirlo mucho más allá del presupuesto, cosa que ellos le habían dejado saber a los diseñadores como una consideración. En fin – no pudieron usar nada de ello.

Otra compañía no tuvo tanta suerte. Confiaron en un diseñador gráfico para crear una gráfica publicitaria grande que iba a ser utilizada en un letrero de ocho pies por cinco pies. Después de discutir lo que deseaban con el diseñador y aprobar el diseño, lo enviaron a imprimir. Al poner el letrero descubrieron un gran problema – una de las palabras estaba mal escrita. Este error fue muy grande y evidente y terminó siendo muy costoso. Se tuvo que volver a imprimir el letrero y, aunque el diseñador descontó su tarifa por el error, el anuncio no se pudo colocar en el momento clave y es posible que la empresa haya perdido posibles negocios.

Estos argumentos se dieron porque las empresas decidieron que un “profesional” estaba mejor calificado para diseñar sus materiales. Si la empresa hubiera dependido de su propia creatividad, no hubiera habido grandes demoras en el diseño y hubieran conseguido exactamente lo que hubieran querido. Aun cuando los servicios fueron gratuitos, les costó más el tiempo perdido y al llegar el momento de enviarlo a imprimir es

---

“¿Necesita Usted Realmente un Diseñador Grafico?” es un artículo original por Karin Nead.

Traducción al español por Lyssette Rivera Cripps.

Copyright 2004 por Canville Communications.

posible que hubiera acabado el presupuesto. La mejor opción para la compañía hubiera sido consultar con la casa impresora para saber cuales eran sus opciones de papel y colores, basadas en el costo. El conocer esto les hubiera permitido utilizar su propia creatividad e ideas para la empresa para diseñar algo que les sirviera bien y fuera menos costoso. Para la segunda compañía, el ser el dueño del comercial asegura que usted se hará responsable de cualquier error, y cabe la posibilidad de usted no cometa un error básico – tal como un error de ortografía. En ambos casos, hacer el trabajo ellos mismos les hubiera permitido hacer fácilmente cambios mas adelante en el caso de que algo no hubiera funcionado bien.

De nuevo, la clave para el diseño grafico es la creatividad. Muchas empresas y organizaciones no se han dado cuenta de que probablemente no necesitan un diseñador grafico – únicamente su propia imaginación y el conocimiento de su empresa. La mayoría de las compañías impresoras le brindan toda la información que usted necesita para determinar el peso del papel que debe utilizar, el costo de impresión en dos o cuatro colores versus blanco y negro, el formato en el que debe estar el archivo y cualquier otra información que usted pueda necesitar para crear su propio diseño. Adicionalmente, pueden revisar su diseño final y decirle, de acuerdo con su experiencia, si va a funcionar o no. Ellos ven diseños semanalmente y pueden decirle de inmediato si su diseño es demasiado complicado o si requiere materiales o técnicas especiales para imprimirse adecuadamente.

Además de esto, muchas impresoras tienen servicios en casa que ordinariamente cuestan

menos de lo que cuesta el utilizar un diseñador separadamente. Ellos desean su negocio, y están dispuestos a descontar los servicios de diseño grafico para obtener la orden de impresión. Si no tienen un diseñador en casa, y usted está convencido de que debe utilizar un profesional, ellos usualmente tienen diseñadores con los que trabajan de manera regular y pueden recomendarle uno que llene sus necesidades, tanto en diseño como en presupuesto.

La otra advertencia concerniente al uso de un diseñador grafico es que usted puede terminar pagando más por los servicios de impresión que si usted lo hubiera hecho usted mismo. Muchas veces, cuando los diseñadores coordinan la impresión por usted, le añaden un cargo de servicio por “manejar” la impresión. Para asegurarse de que está obteniendo el máximo por su dinero, aun cuando utilice los servicios de un diseñador, asegúrese de que obtiene cotizaciones de varias compañías impresoras por su propia cuenta.

Al fin y al cabo, todo depende del costo. Puede parecerle más conveniente y profesional el dejar que otros hagan el diseño por usted. Pero esa conveniencia puede terminar costándole más de lo que usted se espera. Las demoras en el diseño, las opciones costosas de color y papel, las tasas de servicio, errores, y re-diseños, le añaden más al costo de su tiempo y energía. Únicamente usted conoce su empresa lo suficiente para hacerle entender al mundo sus ideales. En consulta con su impresor local, y utilizando sus servicios de diseño en casa, o simplemente diseñando usted mismo los materiales, usted podrá ahorrar de mucho tiempo, dinero y dolores de cabeza, a la vez que produce un mensaje efectivo.

*Karin Nead es la presidente de Midwest Biz Solutions, Inc. en Belton, Missouri. Su empresa le provee a pequeños negocios opciones externas de soporte administrativo, teneduría, publicación electrónica y diseño grafico.*

---

“¿Necesita Usted Realmente un Diseñador Grafico?” es un artículo original por Karin Nead.

Traducción al español por Lyssette Rivera Cripps.

Copyright 2004 por Canville Communications.